

**Studenckie Koło Naukowe
Przedsiębiorczości i Analiz Regionalnych
przy Instytucie Przedsiębiorstwa SGH**



**Gmina na Piątkę.
Dobre praktyki w obsłudze przedsiębiorstw**

Zespół badawczy w składzie:

**Maciej Bonclawek,
Mariusz Czernecki (koordynator),
Michał Dropko,
Paulina Gobiecka,
Anna Iwaniuk,
Wojciech Kapella,
Małgorzata Marszałek,
Wojciech Sabat,
Konrad Zawodziński**

**pod kierunkiem mgr Magdaleny Typy
prof. SGH dr hab. Hanny Godlewskiej-Majkowskiej**

Warszawa, listopad 2011

*W imieniu całego Zespołu Badawczego
chciałbym podziękować wszystkim tym,
którzy udzielili Nam wsparcia zarówno
merytorycznego jak i finansowego do
przeprowadzenia tegorocznego badania*

Spis treści

1. Uwagi metodyczne odnośnie badania obsługi potencjalnych inwestorów w gminach progresywnych (Konrad Zawodziński)	6
1.1. Ogólne uwagi i założenia	6
1.2. Próba badawcza	7
1.3. Audyt stron internetowych	8
1.4. Audyt elektroniczny	9
1.5. Badanie terenowe	9
2. Ocena stron internetowych (Paulina Gobiecka, Małgorzata Marszałek)	11
2.1. Metodologia	11
2.2. Wyniki badania	13
2.3. Podsumowanie	15
3. Ocena mailingowa (Maciej Bonclawek)	15
3.1. Metodologia badania	15
3.2. Wyniki oceny jakości korespondencji mailowej	17
3.2.1. Ocena odpowiedzi w języku polskim	17
3.2.2 Ocena odpowiedzi w języku angielskim	19
3.3. Podsumowanie	21
3.3.1. Wnioski	21
3.3.2 Rekomendacje	21
4. Badanie terenowe (Wojciech Sabat)	22
4.1. Zasięg badania i kryteria doboru gmin	22
4.2. Kryteria obiektywne i subiektywne	22
4.2.1. Pytania obiektywne	23
4.2.2. Pytania subiektywne	24
4.2.3. Wyniki zbiorcze	26
4.3. Podsumowanie i wnioski	26
5. Ranking gmin (Mariusz Czernecki)	27
5.1. Wprowadzenie	27
5.2. Wybór zmiennych do rankingu	27
5.3. Ranking gmin	29
5.4. Podsumowanie	32
6. Podsumowanie	33
7. Podziękowania	34
8. Bibliografia	35
9. Spis tabel i ilustracji	36
10. Aneks	37

Drodzy Czytelnicy!

Studenckie Koło Naukowe Przedsiębiorczości i Analiz Regionalnych działające przy Instytucie Przedsiębiorstwa SGH z przyjemnością prezentuje trzeci już raport z badania jakości obsługi potencjalnych inwestorów.

Tegoroczny raport wpisuje się w nurt badań jakościowych nad atrakcyjnością inwestycyjną, zapoczątkowanych dwa lata temu. Bez zmian pozostały metoda badawcza oraz ogólny schemat badania. Także i w tym roku wykorzystywaliśmy metodę tajemniczego klienta (*mystery client*), przy czym po raz pierwszy zasadnicze badanie (*field work*) zorganizowane rozszerzone o audyt stron internetowych, a zatem przeprowadzone w trzech, a nie jak dotychczas dwóch fazach (audyt stron internetowych, obsługi elektronicznej oraz osobisty), poprzedzonych badaniem w oparciu o dane zastane (*desk research*). Badaniom przyświecają także podobne cele. Po pierwsze, jest to ocena jakości obsługi inwestorów w gminach. Po drugie, cel stanowi wskazanie jednostek samorządu terytorialnego wyróżniających się pod względem jakości obsługi wśród gmin progresywnych wskazanych w wyniku porównania wyników waloryzacji atrakcyjności inwestycyjnej regionów Instytutu Przedsiębiorstwa SGH z 2002 i 2007 roku (progres przynajmniej o jedną kategorię). Po trzecie, celem badania jest uzupełnienie dotychczasowego dorobku badawczego Koła oraz macierzystego Instytutu. Należy podkreślić, iż **intencją autorów jest przede wszystkim wskazanie dobrych praktyk** w zakresie obsługi klienta, nie zaś piętnowanie zaniedbań w tym względzie tudzież udzielanie rekomendacji, w szczególności w toku podejmowania decyzji lokalizacyjnych.

Obecny projekt różni się jednak od zeszłorocznego w kilku kwestiach. Najbardziej zauważalna różnica dotyczy liczby jednostek przestrzennych objętych badaniem. W tym roku badanie – zarówno elektroniczne, jak i osobiste – odbyło się na większą skalę. Przy audycie elektronicznym uwzględniono gminy progresywne w liczbie 440. Inny był też zasięg geograficzny badania. O ile w 2009 r. obrano gminy turystyczne Dolnego Śląska (a dokładniej Kotliny Kłodzkiej), to w tym i zeszłym roku położenie pozostawało bez znaczenia dla wytypowania danej gminy do audytu elektronicznego. Kryterium przestrzenne brane było natomiast pod uwagę przy okazji badania wyjazdowego. Podobnie jak w zeszłym roku, gminom położonym w Polsce wschodniej nadano wyższy priorytet, przy czym tym razem skoncentrowano się na jednostkach samorządu terytorialnego położonych na Podkarpaciu. W tym szerzej zakrojonym badaniu uczestniczyło także więcej osób. Dla porządku należy zauważyć, iż nie wszyscy audytorzy są autorami niniejszego opracowania, co także odróżnia ten projekt od poprzedniego.

Raport z badania podzielono na pięć rozdziałów. W rozdziale pierwszym do tegorocznego badania wprowadza Czytelników Konrad Zawodziński, który omawia założenia, cele, metodykę i

organizację badania. Rozdział drugi autorstwa Pauliny Gobieckiej i Małgorzaty Marszałek zawiera omówienie wyników audytu stron internetowych. Rozdział trzeci, przygotowany przez Macieja Bonclawka, stanowi z kolei prezentację wyników audytu elektronicznego, podczas gdy w rozdziale czwartym Wojciech Sabat omawia badanie wyjazdowe, które sam przeprowadził. Ranking gmin powstały dzięki badaniu przedstawia wraz z zasadami jego tworzenia w rozdziale piątym Mariusz Czernecki.

Autorzy składają serdeczne podziękowania Opiekunom Koła, Paniom Magister Magdalenie Typie oraz Profesor Hannie Godlewskiej-Majkowskiej, za wszelkie okazane im wsparcie, a wszystkim Pracownikom macierzystego Instytutu – za stworzenie przyjaznej atmosfery do pracy. Badanie zostało sfinansowane ze środków Funduszu Ruchu Studenckiego SGH, za przyznanie których zespół badawczy także wyraża wdzięczność.

Autorzy pragną zastrzec, iż mimo dołożenia przez nich należytej staranności niniejsze opracowanie nie może być traktowane jako rekomendacja określonych lokalizacji bądź sposobów działania władz. Wybór miejsca prowadzenia działalności gospodarczej czy kreowanie orientacji marketingowej gminy są znacznie bardziej złożonymi procesami i wymagają uwzględnienia szerokiego spektrum czynników. Wszelka odpowiedzialność Autorów za działania podjęte w oparciu o raport z badania jest wykluczona. Autorzy nie udostępniają pełnych wyników badania; pozostają one do wyłącznej wiadomości Zespołu i jego Opiekunów, aby przeciwdziałać rozpowszechnianiu się niekorzystnych opinii na temat gorzej ocenionych jednostek. Co więcej, należy zwrócić uwagę na fakt, że wybrana metoda badawcza, powszechnie stosowana w badaniach satysfakcji konsumentów, charakterystyczna jest dla badań jakościowych, a zatem akcentujących cechy niemierzalne. Mimo wysiłków na rzecz zobiektywizowania wykorzystywanych kryteriów oceny i jasnego ich zdefiniowania, pewna doza subiektywizmu jest niewykluczona, a zaprezentowane wyniki zachowują aktualność na moment przeprowadzania badania.

Licząc na odzew ze strony naszych Czytelników, zapraszamy do wymiany uwag i spostrzeżeń (e-mail: analizyregionalne@gmail.com) i życzymy miłej lektury.

Konrad Zawodziński z Zespołem
Studenckie Koło Naukowe
Przedsiębiorczości i Analiz Regionalnych
przy Instytucie Przedsiębiorstwa
Kolegium Nauk o Przedsiębiorstwie SGH

1. Uwagi metodyczne odnośnie badania obsługi potencjalnych inwestorów w gminach progresywnych (Konrad Zawodziński)

Atrakcyjność inwestycyjna stanowi ważny i aktualny przedmiot badań o istotnym znaczeniu dla praktyki gospodarczej oraz polityki regionalnej. Badania atrakcyjności inwestycyjnej, jako szczególny rodzaj badań ekonomicznych, mogą być prowadzone jako badania ilościowe bądź jakościowe. Wzorem dwóch poprzednich projekt zespół Studenckiego Koła Naukowego Przedsiębiorczości i Analiz Regionalnych przeprowadził badanie jakościowe metodą tajemniczego klienta, komplementarne wobec parametryzacji atrakcyjności inwestycyjnej dokonanej przez zespół autorski Instytutu Przedsiębiorstwa pod kierunkiem prof. Hanny Godlewskiej-Majkowskiej.

1.1. Ogólne uwagi i założenia

Badanie jakościowe w naturalny sposób eksponuje subiektywne oceny i spostrzeżenia, w czym jednak nie można jednak upatrywać dyskredytującej go wady. Co jednak nie stanowi w istocie jego wady. Przeciwnie, poznanie subiektywnych ocen stanowi immanentną cechę tego typu badania. Na potrzeby badań atrakcyjności inwestycyjnej uznać go można za zaletę, gdyż właśnie oceny jakości obsługi inwestorów mogą mieć znaczenie przy podejmowaniu decyzji lokalizacyjnych.

Uzasadnione wydaje się bowiem stwierdzenie, że nieprzychylnie podejście do klienta urzędu, złe pierwsze wrażenie czy brak profesjonalizmu w traktowaniu potencjalnych przedsiębiorców może zniechęcić do uruchomienia swojej działalności w danej gminie. Jest to tym bardziej zrozumiałe, gdyż zła jakość obsługi w początkowej fazie inwestycji uprawdopodobnia trudności w kontaktach z urzędem w późniejszym czasie. Przedsiębiorstwo staje się częścią struktur lokalnych, a styczność z urzędami jest po prostu nieunikniona.

Wobec powyższego jakościowy charakter badania jest świadomym i celowym wyborem. Służy to bowiem osiągnięciu celów badania. Zaliczamy do nich ocenę jakości obsługi inwestorów w gminach, której konsekwencją jest wskazanie jednostek samorządu terytorialnego zapewniających wyróżniającą jakość obsługi. Ponadto, celem badania jest uzupełnienie dotychczasowego dorobku badawczego macierzystego Instytutu (kompleksowe badania ilościowe atrakcyjności inwestycyjnej potencjalnej i rzeczywistej z podziałem na sekcje gospodarki narodowej, na wszystkich poziomach statystycznego podziału kraju), a także dorobku samego Koła.

Spośród wielu metod badań jakościowych zdecydowano się kontynuować stosowanie popularnej metody badania satysfakcji klienta, tj. metody tajemniczego klienta (*mystery client*, ew. *mystery customer*, *mystery shopper*). W tym względzie tegoroczne badanie nie różniło się

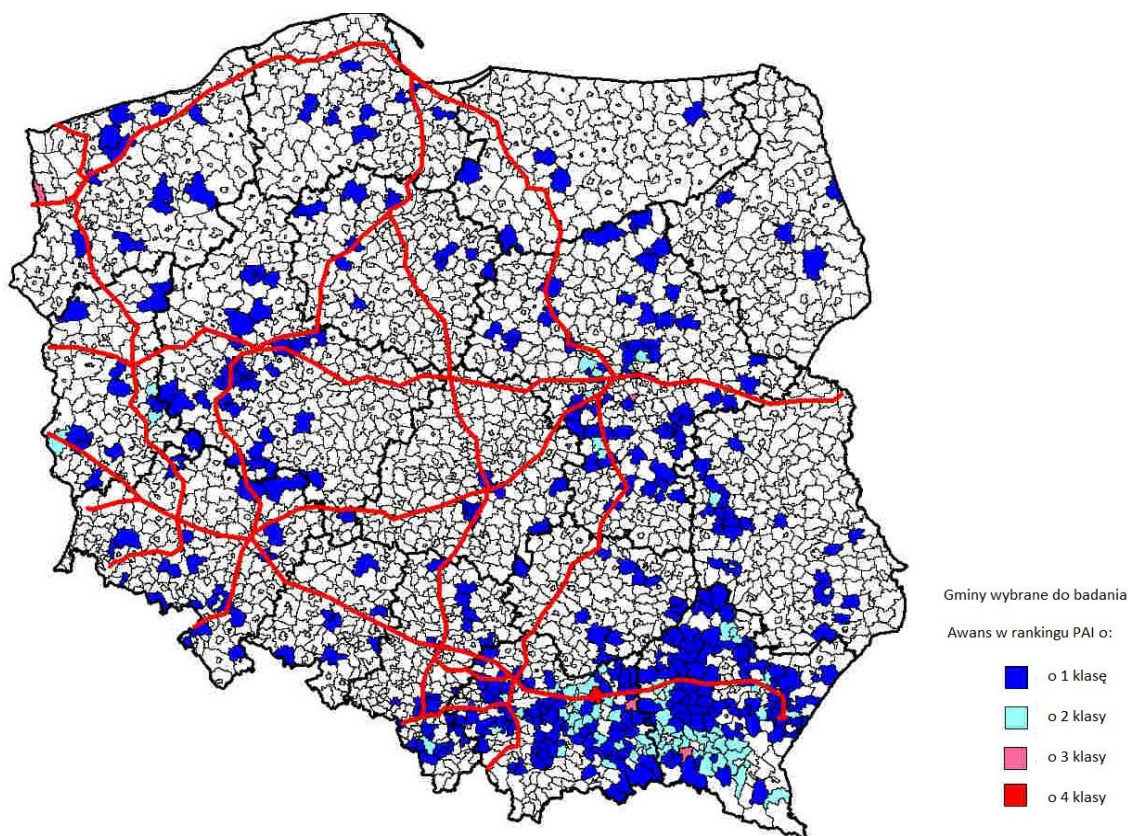
poprzednich. Zespół po raz trzeci posłużył się tą metodą na gruncie marketingu terytorialnego. Przed badaniem w oparciu o dane pierwotne odbyło się badanie na podstawie danych zastanych. Polegało ono głównie na rozpoznaniu specyfiki badanych gmin oraz wnikliwe poznanie problematyki, która stanowiła temat rozmów z urzędnikami. Po *desk research* nastąpiło zasadnicze badanie (terenowe), które w tym roku poszerzono o audyt stron internetowych.

1.2. Próba badawcza

Do tegorocznego badania jakościowego atrakcyjności inwestycyjnej wytypowano gminy progresywne, przy czym za podstawę oznaczenia progresu warunkującego zaliczenie do próby badawczej uznano poprawę atrakcyjności inwestycyjnej poprzez porównanie wyników waloryzacji w świetle rankingów Instytutu Przedsiębiorstwa SGH za 2002 i 2007 r. Badanie internetowe (audyt stron internetowych oraz audyt elektroniczny) obejmowało wszystkie gminy progresywne¹.

Najwięcej gmin pochodziło z województw małopolskiego (100) oraz podkarpackiego (99), natomiast najmniej z województw: podlaskiego (4), kujawsko-pomorskiego (5) oraz łódzkiego (6). Ich rozłożenie na mapie zostało zaprezentowane na mapie.

Rysunek 1. Mapa badanych gmin w badaniu internetowym.



Źródło: Opracowanie M. Typa.

¹ Są to gminy, których klasa atrakcyjności wzrosła w badaniu Instytutu Przedsiębiorstwa. Do wytypowania gmin posłużyły badania z roku 2007 w odniesieniu do wyników badania z 2002 roku.

Gminy odwiedzone podczas badania wyjazdowego wybrano spośród ogółu jednostek przestrzennych charakteryzujących się poprawą atrakcyjności inwestycyjnej, a wyboru tego dokonano dwustopniowo. Po pierwsze, ograniczono się do jednego regionu, mianowicie Podkarpacia. Wzorem ubiegłorocznego badania zamierzano sprawdzić, czy niedomagania infrastrukturalne oraz inne trudności społeczno-ekonomiczne Polski wschodniej przekładają się na jakość obsługi inwestorów. W świetle obiegowych opinii ta część kraju jawi się jako obszar zacofany gospodarczo, dotknięty różnymi negatywnymi zjawiskami społecznymi, o niedostatecznej infrastrukturze oraz borykający się z poważnymi wyzwaniami rozwojowymi (np. bezrobocie, ubóstwo). Taki niekorzystny obraz cementują niektóre badania atrakcyjności bądź konkurencyjności, traktujące regiony Polski wschodniej jako zwarte monolity. Tego typu uproszczenia w niepokojący sposób zaniedbują istotne zróżnicowanie przestrzenne na szczeblu podregionalnym czy lokalnym. Spośród gmin województwa podkarpackiego ostatecznie wyselekcjonowano jednostki położone względem siebie w sposób umożliwiający możliwie efektywną komunikację pomiędzy nimi.

1.3. Audyt stron internetowych

W tegorocznym projekcie po raz pierwszy przeprowadzono audyt stron internetowych. Internet staje się podstawowym źródłem informacji, wobec czego dla komunikacji urzędu z klientami kluczowego znaczenia nabiera odpowiednia strona internetowa. Audytorzy sprawdzili zawartość (jej kompletność i adekwatność z punktu widzenia potencjalnych przedsiębiorców) stron internetowych urzędów, a także ich przejrzystość i funkcjonalność. Badanie zostało przeprowadzone na przełomie marca i kwietnia 2011 roku. W toku audytu oczekiwano odpowiedzi na następujące pytania:

1. Czy strona posiada "mapę serwisu"?
2. Czy istnieje wersja anglojęzyczna?
3. Czy dane kontaktowe (stopka) jest usytuowana w miejscu łatwym do odnalezienia?
4. Czy istnieje opcja wyszukiwania informacji na stronie?
5. Czy w ciągu ostatnich 7 dni dodano coś do aktualności?
6. Czy gmina ma swój profil w jakimkolwiek serwisie społecznościowym? (wzmianka na stronie)
7. Czy na stronie istnieje galeria zdjęć?
8. Czy na stronie znajduje się informacja o wolnych terenach inwestycyjnych?
9. Czy na stronie gminy znajduje się informacja o poziomie atrakcyjności wg rankingu IP? (Uwaga: Odpowiedź na to pytanie nie rzutuje na ocenę danej jednostki, służy jedynie zbadaniu rozpoznawalności rankingu.)

10. Czy na stronie gminy znajduje się informacja o tytule gmina Fair Play?

11. Czy gmina informuje na stronie internetowej o działalności SSE na swoim obszarze?

1.4. Audyt elektroniczny

Jak wcześniej stwierdzono, audytem elektronicznym objęte zostały wszystkie gminy progresywne. Tę część badania przeprowadzono w kwietniu 2011 r. (8-15.04.2011). Wówczas rozesłano do wszystkich jednostek zapytania w języku polskim i angielskim.

Treść wysłanych zapytań była standaryzowana. We wszystkich e-mailach audytorzy podawali się za potencjalnych przedsiębiorców. W jednolity sposób mierzono także upływ czasu oczekiwania na odpowiedź na wysłane zapytania. Pierwszym dniem brany pod uwagę w liczeniu był dzień następujący po dniu wysyłki, uwzględniono liczbę dni roboczych.

Zapytania w języku polskim dotyczyły preferencji podatkowych i opłatach lokalnych dla przedsiębiorców otwierających swoje firmy. Przy ocenie e-maili nadesłanych przez gminy oczekiwano odpowiedzi na określone pytania. Na potrzeby audytu elektronicznego – wiadomości w języku polskim – przygotowano ich następujący zestaw:

1. Czy gmina odpowiedziała na zadane pytanie?
2. Czy gmina deklaruje, że przewiduje stosowanie jakichkolwiek preferencji fiskalnych?
3. Czy w mailu podano dane kontaktowe do pracownika urzędu?
4. Czy w mailu zaproszono, zachęcono lub wyrażono gotowość do osobistego spotkania?

W przypadku maili w języku angielskim zapytania dotyczyły ofert inwestycyjnych w języku angielskim (prośba o przesłanie oferty i ew. danych kontaktowych do osoby odpowiedzialnej za obsługę inwestorów). Zestaw pytań, na które mieli odpowiedź audytorzy, różnił się jedynie pyt. nr 2, które dotyczyło przedstawienia oferty inwestycyjnej (lub przesłania linku do niej).

1.5. Badanie terenowe

Audyt osobisty przeprowadzony został po zakończeniu części internetowej („zdalnej”) badania, w drugiej połowie lipca 2011 r. (14-22.07.2011), przez Wojciecha Sabata. Jak już szerzej wyjaśniono, objęto nim gminy województwa podkarpackiego. Badanie miało sprawdzić jakość obsługi osobistej w urzędach wybranych gmin. Przebieg rozmowy z urzędnikami był ujednolicony. W trakcie rozmowy audytor poruszył kwestie: wpisu do ewidencji działalności gospodarczej, oznaczeń Polskiej Klasyfikacji Działalności, możliwego wsparcia finansowego (zwłaszcza skorzystania z dofinansowania ze środków unijnych) i/lub źródeł pozyskania informacji na ten temat, a także zaczerpnięcia informacji na temat gminy (materiały informacyjne dla przedsiębiorców/ potencjalnych inwestorów). W kontekście wejścia w życie zmienionych przepisów o ewidencji działalności gospodarczej (1.07.2011 przepisy ustawy o swobodzie

działalności gospodarczej zastąpiły obowiązujące przed tym dniem w zakresie ewidencji działalności gospodarczej przepisy Prawa działalności gospodarczej). elementy rozmowy były jednocześnie kryteriami oceny, tzw. kryteriami obiektywnymi. Od audytora oczekiwano odpowiedzi na pięć pytań:

1. Czy otrzymano wnioski o wpis do ewidencji?
2. Czy udzielono wskazówek dot. określenia PKD?
3. Czy wskazano punkt konsultacyjny/informacyjny na temat środków unijnych?
4. Czy na wydanie zaświadczenia trzeba czekać krócej niż 7 dni od dnia złożenia wniosku?
5. Czy otrzymano materiały informacyjne na temat danej gminy, zwłaszcza pod kątem inwestorów/przedsiębiorców?

Jak widać, dla zwiększenia obiektywizmu zaproponowano pytania wymagające odpowiedzi „tak-nie”. Jednocześnie audytorzy zwrócili uwagę na wrażenia subiektywne, stanowiące kryteria oceny subiektywnej. Zaliczono do nich wygląd urzędnika i jego stanowiska pracy, wygląd siedziby urzędu, zachowanie urzędnika oraz dostępność urzędu. Przy ocenie wyglądu urzędnika i jego stanowiska pracy zwracano uwagę na schludny, odpowiedni strój oraz porządek w widocznym dla klienta miejscu. Wygląd siedziby urzędu oceniano, sugerując się następującymi względami: jasność oznaczeń w budynku, funkcjonalność i estetyka wewnątrz, szczególne walory architektoniczne siedziby lub znaczące niedostatki w wyglądzie urzędu. Kategoria „zachowanie urzędnika” obejmuje kulturę osobistą, uprzejmość, grzeczność pracownika urzędu, a szczególnie gotowość udzielania pomocy i rozwiązania problemu, z którym zwraca się klient urzędu. Przez dostępność urzędu rozumiano zlokalizowanie w jego sąsiedztwie parkingu. Audytor miał udzielić odpowiedzi na zestaw siedmiu zero-jedynkowych pytań:

1. Czy pracownik wygląda schludnie?
2. Czy miejsce pracy/stanowisko pracy danego urzędnika jest utrzymane w porządku?
3. Czy wygląd urzędu jest estetyczny?
4. Czy urząd jest właściwie oznakowany?
5. Czy w bezpośrednim sąsiedztwie urzędu znajduje się parking dla klientów?
6. Czy pracownik urzędu zachowuje się w sposób uprzejmy?
7. Czy pracownik urzędu wykazuje konstruktywne podejście do kwestii?

2. Ocena stron internetowych (Paulina Gobiecka, Małgorzata Marszałek)

2.1. Metodologia

Tegoroczne badanie atrakcyjności inwestycyjnej wiodących gmin polskich zespół badawczy postanowił wzbogacić o ocenę witryn internetowych gmin. Strony internetowe są bowiem obecnie jednym z podstawowych narzędzi komunikacji gminy z jej mieszkańcami i interesantami. Często jest to pierwsza forma kontaktu potencjalnego inwestora z gminą, dlatego analiza witryn internetowych gmin w znaczący sposób podniosło wartość merytoryczną całego badania.

Zespół badawczy wybrał 11 czynników, które zdaniem jego członków, mają istotny wpływ na funkcjonalność strony internetowej, z punktu widzenia potencjalnego inwestora. Kwestionariusz w tej części badania składał się wyłącznie pytań typu TAK/NIE.

Pierwszym czynnikiem badanym przez zespół SKN PAR była obecność mapy strony. Mapa strony pozwala zarówno robotom wyszukiwarek, jak i odwiedzającym stronę, sprawnie odnajdywać treści na niej zawarte. Spośród stron internetowych 440 gmin zaledwie 131 z nich posiadało mapę, grupa ta stanowi 29,77% badanych stron. Pamiętając, że analiza dotyczyła jedynie gmin, których atrakcyjność inwestycyjna wzrosła na przestrzeni ostatnich lat, wartość tego wskaźnika dla ogółu polskich gmin byłaby zapewne jeszcze niższa.

Drugie pytanie dotyczyło istnienia anglojęzycznej wersji strony. Zespół badawczy chciał w ten sposób sprawdzić przygotowanie gmin do współpracy z inwestorami zagranicznymi. Aby gmina została oceniona pozytywnie, wersja anglojęzyczna nie musiała zawierać tłumaczeń wszystkich informacji dostępnych na stronie w języku polskim. Akceptowalne były również strony posiadające skrócone treści, lecz umożliwiające potencjalnemu, zagranicznemu inwestorowi komunikację z urzędem. Około 24% przebadanych gmin posiadało wersję angielskojęzyczną. Pozostaje mieć nadzieję, iż trend tworzenia stron dla inwestorów zagranicznych będzie rosnący.

Trzecim czynnikiem badanym podczas audytu stron internetowych było przejrzyste i łatwe do odnalezienia miejsce usytuowania danych kontaktowych. Za najlepsze rozwiązanie, zespół badawczy uznał stopkę, lecz jednakowo dobrze punktowano każde inne miejsce na stronie zawierające pełne informacje tzn.: kompletny adres, numer telefonu oraz adres e-mail. Pod względem tego kryterium większość gmin została oceniona pozytywnie. Dokładnie 382 gminy posiadały dobrze wyeksponowane dane kontaktowe. Wartość ta odpowiada 86% badanych gmin.

Za bardzo ważny czynnik, podnoszący funkcjonalność witryny internetowej, zespół badawczy uznał również obecność wyszukiwarki informacji na stronie. Opcja „szukaj” pozwala na odnalezienie niezbędnych informacji bez znajomości architektury strony, co jest szczególnie istotne

z punktu widzenia inwestorów odwiedzających stronę po raz pierwszy. Ponad połowa (67,5%) spośród badanych stron posiadała wyszukiwarkę.

Oceniano również częstotliwość dodawania aktualności na stronie internetowej gminy. Zespół badawczy sprawdzał czy w ciągu ostatnich 7 dni, pojawiły się nowe informacje w dziale aktualności. Termin 7 dni było jednak okresem umownym i w przypadku niewielkiego odchylenia, gdy widać było, że aktualności uzupełniane są regularnie, gminę również oceniano pozytywnie. Częste aktualizacje stron internetowych stanowią zdecydowanie atut analizowanych gmin. Ponad 80% z nich posiadało informacje zamieszczone w przeciągu ostatniego tygodnia. Kryterium to odgrywa istotną rolę dla potencjalnych przedsiębiorców, ponieważ świadczy o aktywności i zaangażowaniu władz gminy w komunikację i informowanie zainteresowanych o podejmowanych działaniach. Może być także oznaką dobrej organizacji pracy, skoro odpowiedzialna osoba regularnie zamieszcza notatki.

Szósty czynnik dotyczył istnienia profilu gminy na którymkolwiek z portali społecznościowych (takich jak: Facebook, Grono.net, Twitter). Twierdzącą odpowiedź mogła jednak uzyskać wyłącznie gmina, która informowała o tym fakcie na swojej stronie internetowej. Polskie gminy nie są zbyt aktywne w portalach społecznościowych. Zaledwie 30 spośród badanych 440 stron posiadało odsyłacze do takich portali. Wyjaśnieniem może być fakt, że popularność mediów społecznościowych stanowi nowe zjawisko. Wielkie marki dopiero uczą się wykorzystania bezpośredniego kontaktu z klientami. Polskie instytucje nie są jeszcze na etapie tak silnego zaangażowania w budowanie więzi. Oczywiście ministerstwa czy Polska Agencja Informacji i Inwestycji Zagranicznych udzielają się na przykład na Facebooku, trzeba jednak pamiętać, że gminy mają mniejsze grupy odbiorców i być może nie dostrzegły jeszcze szans kontaktu poprzez media społecznościowe.

Zespół badaczy uznał również, że dla potencjalnego inwestora ważne jest istnienie na stronie urzędu galerii zdjęć, prezentującej atuty danej gminy. Zdjęcia pełnią funkcję swoistej reklamy gminy. Piękne widoki, ujęcia z lotu ptaka, uwiecznienie lokalnych wydarzeń i uroczystości oraz miast i wsi może zachęcić do osobistych odwiedzin. Należy mieć świadomość, iż przy prowadzeniu wstępnego rozeznania inwestor czerpie informacje o potencjalnej lokalizacji przedsięwzięcia właśnie ze stron internetowych. Wpływ na ostateczną decyzję mogą mieć także czynniki niemierzalne. O chęci inwestowania w danym miejscu nie decyduje jedynie lokalizacja, dostęp do mediów i siły roboczej. W niektórych przypadkach o inwestycji może zadecydować lokalna atmosfera, piękno krajobrazu czy inne wewnętrzne odczucie, które zrodzi się w przedsiębiorcy. Polskie gminy mają świadomość znaczenia tego aspektu, dlatego aż 370 spośród 440 badanych posiadało galerię zdjęć na swojej stronie internetowej.

Czynnikiem ściśle związanym z atrakcyjnością inwestycyjną gminy jest zamieszczanie na

stronie informacji o wolnych terenach inwestycyjnych. Zespół badawczy również sprawdzał to podczas audytu witryn internetowych. Wartość tego wskaźnika jest niestety niższa niż można by oczekiwać i wynosi zaledwie 35,91%. Oznacza to, że tylko 158 gmin spośród 440 badanych zamieściło informacje o wolnych terenach inwestycyjnych. Jest to aspekt, który wymaga pilnej poprawy, ponieważ inwestorzy poszukujący dogodnej lokalizacji przeglądają strony internetowe gmin w poszukiwaniu wolnych terenów pod inwestycje.

Ponadto zbadano, czy gminy informują o swoich wyróżnieniach oraz czy zamieszczają na swoich stronach bannery informujące o nich. Do oceny pierwszej kategorii posłużyły tytuły gminy Fair Play, a do drugiej wymienienie udziału specjalnej strefy ekonomicznej na obszarze danej gminy. Informację o tytule gminy Fair Play zamieściło około 12% badanych. Trudno określić, czy niski wynik wiąże się z brakiem wyróżnienia czy też wynika z braku uczestnictwa w konkursie Gmina Fair Play. Natomiast informację o działalności specjalnej strefy ekonomicznej na terenie danej gminy można znaleźć na 28 spośród 440 przeanalizowanych stron. Zjawisko to wymaga negatywnej oceny, ponieważ może przyczyniać się do marnowania potencjału inwestorów i niewystarczającego wykorzystania możliwości prowadzenia działalności w specjalnych strefach ekonomicznych.

Podsumowując, spośród 11 kryteriów, które były podstawą przeprowadzonego badania, najlepsze wyniki zostały zanotowane dla następujących: dane kontaktowe usytuowane w miejscu łatwym do odnalezienia (86,82%), galeria zdjęć na stronie (84,09%) oraz zamieszczenie nowych informacji w dziale aktualności w przeciągu ostatnich 7 dni (81,14%). Niskie wartości przyjęły wyniki dla informacji o działalności specjalnej strefy ekonomicznej na obszarze danej gminy (6,36%) oraz o posiadaniu tytułu Gminy Fair Play (12,27%). Niewykorzystany potencjał stanowi brak informacji o poziomie atrakcyjności inwestycyjnej według rankingu Instytutu Przedsiębiorstwa Szkoły Głównej Handlowej w Warszawie oraz niewielka aktywność w mediach społecznościowych (6,82% badanych gmin posiada na stronie informację o profilu w portalu społecznościowym).

2.2. Wyniki badania

W badaniu wzięło udział 440 gmin, ocenianych pod kątem 11 kryteriów. W przypadku 93 analizowanych gmin liczba kryteriów, dla których ocena była pozytywna przeważała nad liczbą ocen negatywnych. Dla 347 gmin negatywne oceny przeważały nad pozytywnymi.

Analiza wyników badania dla poszczególnych województw przedstawia się następująco:

0. Liczba badanych gmin w danym województwie
1. Czy strona posiada "mapę serwisu"?
2. Czy istnieje wersja angielskojęzyczna?

3. Czy dane kontaktowe (stopka) jest usytuowana w miejscu łatwym do odnalezienia?
4. Czy istnieje opcja wyszukiwania informacji na stronie?
5. Czy w ciągu ostatnich 7 dni dodano coś do aktualności?
6. Czy gmina ma swój profil w jakimkolwiek serwisie społecznościowym?
7. Czy istnieje galeria zdjęć na stronie?
8. Czy na stronie znajduje się informacja o wolnych terenach inwestycyjnych?
9. Czy na stronie gminy znajduje się informacja o tytule gmina Fair Play?
10. Czy gmina informuje na stronie internetowej o działalności SSE na swoim obszarze?

Tabela 1. Wyniki badania witryn internetowych względem odpowiedzi na dane pytanie.

Numer Nazwa Województwa	[il.]	1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	9.	10.
		[%]	[%]	[%]	[%]	[%]	[%]	[%]	[%]	[%]	[%]
Zachodniopomorskie	11	9,1	27,3	72,7	72,7	90,9	18,2	90,9	72,7	0	0
Wielkopolskie	29	24,1	37,9	72,4	86,2	89,7	13,8	79,3	58,6	31,0	0
Warmińsko-mazurskie	5	0	20,0	40,0	60,0	60,0	20,0	100	0	0	0
Świętokrzyskie	12	25,0	0	58,3	66,7	91,7	8,3	75,0	25,0	0	0
Śląskie	30	33,3	30,0	96,7	70,0	96,7	6,7	90,0	26,7	6,7	0
Pomorskie	8	37,5	0	87,5	75,0	100	0	62,5	50,0	12,5	0
Podlaskie	4	0	0	75,0	75,0	50,0	0	50,0	50,0	0	0
Podkarpackie	99	23,2	15,2	89,9	60,6	84,8	7,1	84,8	45,5	16,2	10,1
Mazowieckie	62	48,4	21,0	96,8	71,0	72,6	3,2	87,1	16,1	8,1	4,8
Małopolskie	100	28,0	23,0	86,0	58,0	80,0	4,0	86,0	25,0	8,0	4,0
Łódzkie	6	66,7	50,0	100	100	66,7	16,7	66,7	33,3	0	0
Lubuskie	13	46,2	46,2	92,3	84,6	69,2	15,4	84,6	61,5	46,2	7,7
Lubelskie	22	22,7	40,9	86,4	68,2	68,2	0,0	81,8	18,2	0	0
Kujawsko-pomorskie	9	33,3	22,2	55,6	77,8	88,9	0	77,8	44,4	0	0
Dolnośląskie	23	26,1	39,1	91,3	73,9	82,6	13,0	82,6	56,5	26,1	39,1
Opolskie	7	28,6	42,9	100	71,4	57,1	14,3	85,7	71,4	14,3	14,3

Źródło: Opracowanie własne.

Analiza poszczególnych kryteriów w podziale na województwa prowadzi do następujących wniosków. Mapa serwisu stanowi mocną stronę gmin w województwie łódzkim, mazowieckim i lubuskim, nie występuje natomiast na stronach gmin z województwa podlaskiego i warmińsko-mazurskiego. Wśród stron z wersją angielskojęzyczną dominują gminy województwa łódzkie. Blisko 40 procent gmin badanych w województwach lubuskim, opolskim i lubelskim również dysponowało wersją strony internetowej w języku angielskim. Dane kontaktowe zazwyczaj znajdują się w miejscu łatwym do odnalezienia, poprawy pod tym względem wymagają jedynie gminy województwa warmińsko-mazurskiego. Wyszukiwanie informacji na stronie jest możliwe we wszystkich badanych gminach z województwa łódzkiego. Dobre wyniki (powyżej 80% badanych gmin) w tej kategorii osiągają także gminy z województwa wielkopolskiego i lubuskiego.

Najbardziej aktualne strony internetowe posiadają gminy z województwa pomorskiego, śląskiego oraz świętokrzyskiego. Możliwości mediów społecznościowych wykorzystują gminy województwa warmińsko-pomorskiego, zachodniopomorskiego oraz łódzkiego. Galeria zdjęć znajduje się na większości stron internetowych gmin ze wszystkich województw. Dominującą pozycję zajmuje tutaj województwo warmińsko-mazurskie i zachodniopomorskie. Pod względem informacji o wolnych terenach inwestycyjnych dominuje liczba gmin z województwa zachodnio-pomorskiego, opolskiego i lubuskiego. Tytułem Gminy Fair Play szczyłą się głównie gminy z województwa lubuskiego, wielkopolskiego oraz dolnośląskiego. Silną stroną witryn internetowych gmin z województwa dolnośląskiego, opolskiego i podkarpackiego jest informacja o specjalnych strefach ekonomicznych. Najlepszy wynik w badaniu odniosło województwo lubuskie, stosunek pozytywnych odpowiedzi na wszystkie kryteria do wszystkich możliwych odpowiedzi wyniósł 50%. Kolejne pozycje zajęły województwa dolnośląskie (48%), opolskie (45%), wielkopolskie (45%) oraz łódzkie (45%).

2.3. Podsumowanie

Mocną stroną analizowanych witryn internetowych jest umieszczanie danych kontaktowych w widocznym miejscu, częste aktualizowanie bieżących wiadomości oraz zamieszczanie zdjęć w galerii. Zdecydowanej poprawy wymaga częsty brak wersji angielskojęzycznej, mapy strony oraz informacji o wolnych terenach inwestycyjnych. Niewykorzystany potencjał drzemie również w możliwościach mediów społecznościowych oraz informowaniu o działających specjalnych strefach ekonomicznych.

3. Ocena mailingowa (Maciej Bonclawek)

3.1. Metodologia badania

Drugą częścią tegorocznego badania atrakcyjności inwestycyjnej gmin polskich była ocena jakości obsługi interesantów poprzez pocztę elektroniczną. Ze względu na fakt, że jest to coraz częściej wybierana forma kontaktu z urzędem postanowiliśmy dokonać jej dokładnej analizy. Do badanych gmin zostały wysłane wiadomości email. Zawarto w nich pytanie o możliwe zwolnienia z opłat lokalnych i podatków, przede wszystkim podatku od nieruchomości, dla osoby chcącej założyć działalność w segmencie produkcji zdrowej żywności. Na ocenę jakości udzielonej odpowiedzi składał się termin jej wysłania oraz ocena treści danego maila, która składała się z 4 pytań. Na każde z pytań badacz mógł odpowiedzieć tak lub nie. Bardzo istotnym aspektem branym

pod uwagę zarówno w przypadku oceny w języku polskim jak i angielskim był czas nadesłania odpowiedzi. Niezwykle ważnym kryterium jakim kieruje się inwestor jest możliwość szybkiego wyjaśnienia kwestii, co do których nie ma pewności. W obecnych czasach komputer jest podstawowym narzędziem pracy dla wielu przedsiębiorców. Dlatego też szybkość kontaktu za jego pomocą jest niezwykle ważna. Głównym kryterium jakim kierował się zespół badawczy była ilość dni roboczych, które upłynęły od wysłania pytania do otrzymania odpowiedzi. Wykonywane to było za pomocą funkcji NETWORKDAYS zawartej w arkuszu kalkulacyjnym Excel.

Wśród kategorii oceniających odpowiedzi urzędów gmin pierwszym czynnikiem brany pod uwagę był fakt udzielenia odpowiedzi na zadane pytanie. Dla potencjalnego inwestora email nie wyjaśniający nurtujących kwestii posiada zerową wartość. Wysyłając pytanie do urzędu gminy liczy on bowiem na szybką i konkretną odpowiedź na zadane pytanie.

Drugim czynnikiem, który był oceniany poprzez badania, była deklaracja gminy o istnieniu dowolnych preferencji fiskalnych dla przyszłych inwestorów. Interesant oczekuje od urzędu gminy odpowiedzi precyzyjnej, na podstawie której będzie w stanie podjąć decyzję inwestycyjną. Dlatego w uzyskanej odpowiedzi nie oczekiwano informacji, że ulgi występują, ale dokładnego sprecyzowania, co one obejmują i w jakiej formie występują.

Trzecie pytanie w kwestionariuszu dotyczyło podania formy i danych kontaktowych z osobą odpowiedzialną za inwestycje. W interesie gminy leży, aby nawiązać współpracę z ewentualnym inwestorem. Dlatego ważne jest, aby w przesłanej wiadomości pocztowej podany był sposób w jaki interesant może rozwiązać swe dalsze wątpliwości oraz z kim może konsultować swe dalsze działania.

Ostatnim czynnikiem brany pod uwagę było wyrażenie przez gminę chęci do osobistego spotkania z potencjalnym inwestorem, co świadczy o zaangażowaniu urzędników gminy w proces jej rozwoju. Ponadto stanowi to o indywidualnym podejściu do interesanta, które jest niezwykle wysoko cenione i często jest bardzo istotnym czynnikiem podczas podejmowania decyzji o dalszych działaniach.

Niezwykle ważnym aspektem dla gmin powinna być możliwość pozyskania zagranicznego kapitału. Inwestorzy spoza naszego kraju mogą niezwykle wzbogacić gospodarkę lokalną, stwarzając nowe miejsca pracy oraz prezentując różną, często bardzo odległą od polskiej, filozofię prowadzenia przedsiębiorstwa. Dlatego tegoroczne badanie SKN Przedsiębiorczości i Analiz Regionalnych objęło również ten aspekt obsługi interesanta. Do wszystkich badanych gmin wysłane zostały emaile w języku angielskim. Wiadomość zawierała prośbę o przesłanie oferty inwestycyjnej w języku angielskim oraz danych kontaktowych do osoby odpowiedzialnej za inwestycje. Kwestionariusz, tak jak powyżej, zawierał 4 pytania typu TAK / NIE.

Pierwszy, trzeci oraz czwarty punkt oceny był identyczny jak w przypadku korespondencji

w języku polskim.

Drugim badanym aspektem był fakt przesłania przez gminę oferty inwestycyjnej w języku angielskim. Punktowane było również zawarcie odnośnika do strony internetowej, na której dany dokument jest zawarty. Ponadto oceniano czas odpowiedzi.

Najlepsze odpowiedzi na korespondencje zarówno w języku polskim jak i angielskim zostały umieszczone w aneksie.

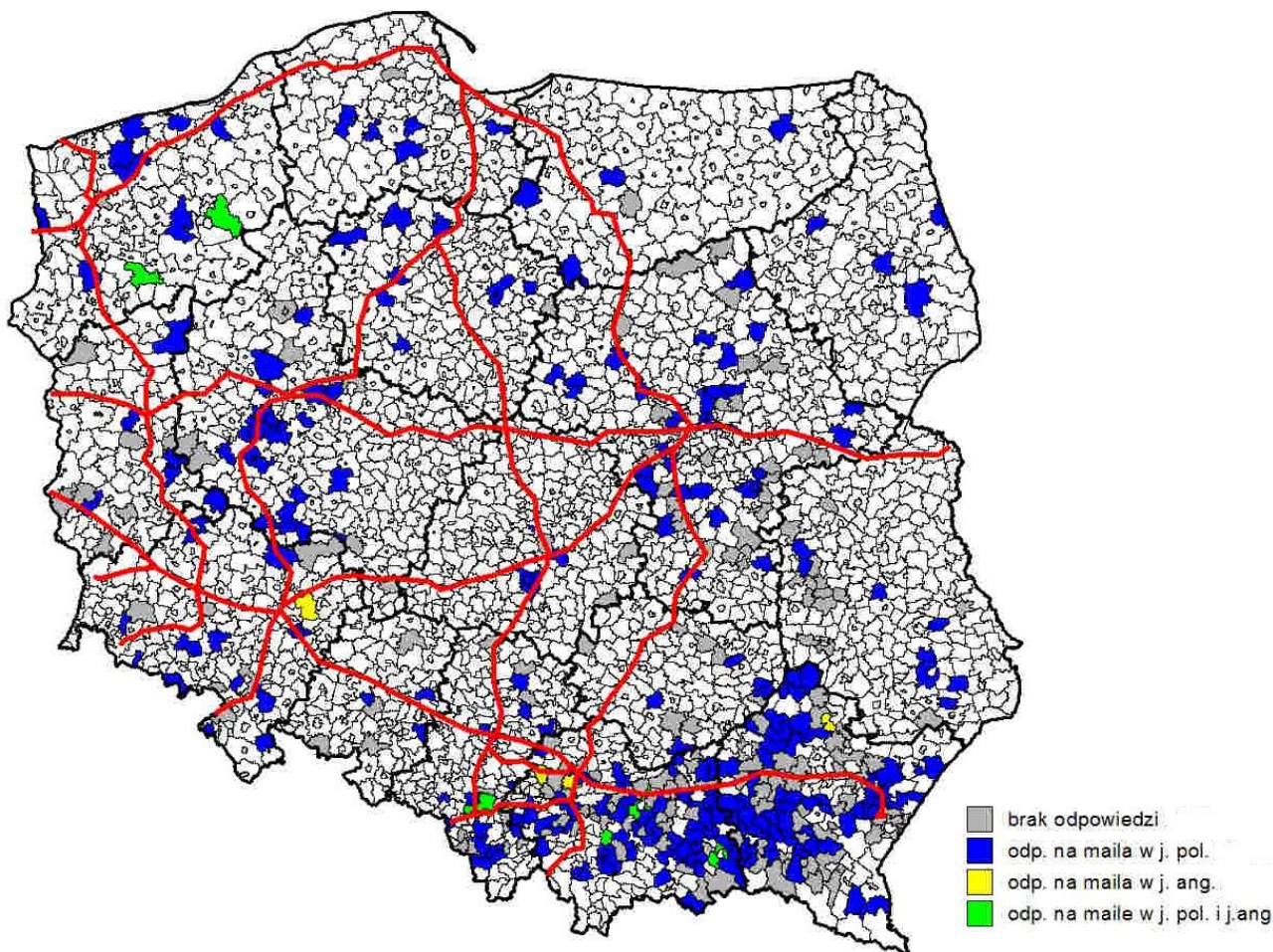
3.2. Wyniki oceny jakości korespondencji mailowej

Podczas tegorocznego badania atrakcyjności inwestycyjnej gmin polskich wysłano korespondencję elektroniczną do gmin w języku polskim oraz angielskim. Objęte audytem miało zostać wszystkie 440 gmin, które awansowały w rankingu atrakcyjności w latach 2002-2007. Z powodów technicznych, a mianowicie błędnego funkcjonowania skrzynek urzędów oraz problemów związanych z wykorzystaniem korespondencji seryjnej, część z nich wiadomości nie otrzymało. Korespondencja w języku polskim i angielskim dotarła łącznie do 432 gmin. Korespondencja w języku angielskim została przesłana w dniach 8 oraz 9 kwietnia 2011, natomiast w języku polskim - w dniach 11, 13 oraz 15 kwietnia 2011 roku

3.2.1. Ocena odpowiedzi w języku polskim

Niezwykle ważnym czynnikiem kształtującym jakość obsługi interesanta jest szybkość udzielania odpowiedzi. Niewielką użyteczność ma dla potencjalnego inwestora informacja uzyskana po długim okresie czasu. Na maile w języku polskim odpowiedziało 257 gmin. Oznacza to, że 59% badanych urzędów wysłało email do zespołu badającego.

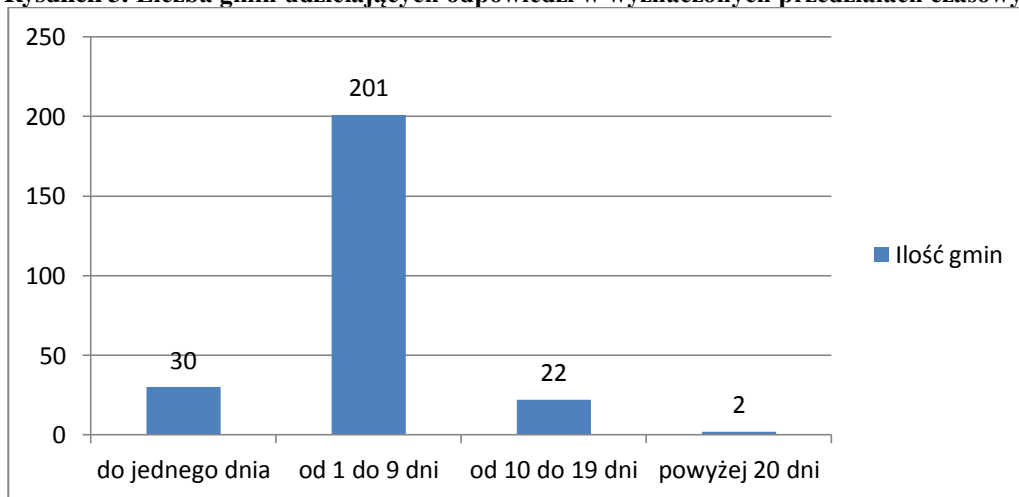
Rysunek 2. Mapa gmin objętych badaniem mailingowym



Źródło: Opracowanie własne M. Typa

Podobnie jak w zeszłorocznym badaniu zauważyć można było pewną prawidłowość, a mianowicie: jeśli gmina odpowiadała na email czyniła to w krótkim okresie czasu. Średni czas odpowiedzi wyniósł bowiem 5 dni roboczych. Zdecydowana większość gmin napisała wiadomość w okresie do 10 dni.

Rysunek 3. Liczba gmin udzielających odpowiedzi w wyznaczonych przedziałach czasowych.



Źródło: Opracowanie własne.

Liczba gmin, które udzieliły odpowiedzi już tego samego dnia wyniosła aż 30. Taka szybkość kontaktu umożliwia wymianę informacji między urzędem a klientem niemal na bieżąco. Należy natomiast stwierdzić, że szybkość odpowiedzi na wiadomości elektroniczne nie jest jednoznaczna z ich jakością. Wiele emaili, choć przysyłanych w przeciągu kilku dni, nie zawierało odpowiedzi na postawione pytanie o zwolnienia fiskalne dla przyszłych inwestorów. Można było odnieść wrażenie, jakoby niektóre urzędy odpowiadały z przymusu, a nie chęci pomocy interesantowi.

Tabela 2. Odsetek procentowy gmin, które spełniły badane kryteria oceny emaili.

	Odsetek gmin, które:
1. Odpowiedziały na zadane pytanie	54,32
2. Posiadają ulgi fiskalne	31,98
3. Podały dane kontaktowe do urzędnika	18,41
4. Zaprosiły do osobistego kontaktu	5,68

Źródło: Opracowanie własne.

Jak wynika z powyższej tabeli jedynie połowa urzędów gmin poddanych audytowi odpowiedziało w jakikolwiek sposób na zadane pytanie. Jeszcze mniej, bo około 1/3 podało jakieś dokładne ulgi występujące na terenie gminy. Wniosek z tego, iż jedynie 32% emaili posiadało wartość dla potencjalnego interesanta.

Na szczególne wyróżnienie zasługuje urząd gminy Wschowa. Odpowiedź na zadane pytanie nadeszła tego samego dnia oraz zawierała wszystkie oceniane w badaniu informacje, a mianowicie: gmina posiada ulgi dla nowych inwestorów, podane zostały dane kontaktowe do urzędnika odpowiedzialnego za inwestycje oraz zaproszono do osobistego spotkania. Przykład odpowiedzi spełniającej te kryteria można znaleźć w załączniku oznaczoną z numerem trzecim.

Ponadto, należy stwierdzić, że znacząca część gmina przysyłała wraz z mailem podstawę prawną, na podstawie której są przyznawane ulgi dla przedsiębiorców. Taka praktyka jest godna polecenia pozostałym jednostkom samorządu terytorialnego, gdyż świadczy o profesjonalizmie urzędników. Pod tym względem na wyróżnienie zasługuje gmina Krobica. Przykładowa odpowiedź zawierająca odniesienie do podstawy prawnej została przedstawiona w załączniku z numerem pierwszym.

W odpowiedziach na maile gminy powinny dbać również o to, by konkretnie odpowiadać na pytania, nie pomijając przy tym żadnej istotnej informacji. Taka odpowiedź została przedstawiona w aneksie jako druga odpowiedź.

3.2.2 Ocena odpowiedzi w języku angielskim

Odpowiedzi na emaile w języku angielskim udzieliło zdecydowanie mniej urzędów, a

mianowicie 10 gmin. Oznacza to, że 97,7% wiadomości wysłanych w ramach badania pozostała bez odpowiedzi. Świadczy to o braku przygotowania gmin do podjęcia współpracy z zagranicznymi inwestorami. Do pomocy w odpowiedzi na email w obcym języku można wszak zatrudnić tłumacza bądź inną osobę, w ciągu kilku dni jest to możliwe do wykonania dla każdego urzędu. Sytuacja prawdopodobnie wyglądałaby jeszcze gorzej gdyby osoba zagraniczna zawitała do urzędu osobiście. Niewątpliwie urzędom gmin potrzebna jest większa liczba pracowników posługujących się językami obcymi.

Szybkość odpowiedzi była również niższa niż w przypadku oceny w języku polskim. Średni czas jej uzyskania wyniósł bowiem 8 dni roboczych.

Tabela 3. Mapa gmin, które odpowiedziały na korespondencję w języku angielskim

Nazwa gminy	Typ gminy
Bochnia	miejsko-wiejska
Choszczno	Wiejska
Czaplinek	Wiejska
Długoleśka	miejsko-wiejska
Gorlice	miejsko-wiejska
Pszczyna	Wiejska
Rudnik nad Sanem	Wiejska
Trzebinia	Wiejska
Wiśniowa	miejsko-wiejska
Zabierzów	Wiejska

Źródło: Opracowanie własne.

Pomimo dłuższego czasu nadsyłania odpowiedzi ich jakość była zdecydowanie wyższa, niż w przypadku korespondencji w języku polskim. Wszystkie nadesłane emaile zawierały odpowiedź na postawione pytanie, a 50% z nich przedstawiono oferty inwestycyjne. Większość urzędów gmin, a mianowicie 60% podało dane kontaktowe do urzędnika odpowiedzialnego za inwestycje. Również wyższy był odsetek wiadomości, które zawierały propozycję osobistego kontaktu- 30%.

Jak widać, korespondencja w języku angielskim jest prowadzona bardzo niechętnie, jednak, kiedy gmina zdecyduje się odpowiedzieć jest to zazwyczaj wiadomość o większej wartości merytorycznej dla potencjalnego interesanta. Na wynik może rzutować również niewielka próba gmin, które odpowiedziały na emaile. Przykładowe perfekcyjne odpowiedzi zostały zamieszczone w aneksie.

Na wyróżnienie zasługuje tutaj urząd gminy w Czaplinek, która przysłała wiadomość najszybciej. Co więcej stała ona na bardzo wysokim poziomie, zarówno merytorycznym jak i językowym. Równie dobre odpowiedzi przysłane zostały z gminy Bochnia oraz Choszczno.

Pojawiły się również email z prośbą o doprecyzowanie i uszczegółowienie oferty celem ustalania warunków współpracy. Z gminy Pszczyna dotarła odpowiedź, iż pomimo braku miejsca na inwestycje związaną z przetwórstwem żywności jest ona zainteresowana innymi formami

lokowania kapitału.

3.3. Podsumowanie

3.3.1. Wnioski

Podsumowując, można wysnuć wniosek, iż polscy urzędnicy wciąż zbyt małą wagę przykładają do kontaktu elektronicznego z interesantem. Naszym zdaniem czas odpowiedzi na email powinien wynosić do trzech dni roboczych, a nie jak w zdecydowanej większości – 10. Równie niepokojący jest fakt, iż ponad 40% urzędów gmin nie zareagowało w żaden sposób na wiadomości wysłane przez potencjalnego inwestora. Oznacza to, iż adresy skrzynek podane na stronach internetowych urzędów nie funkcjonują lub urzędnicy nie podchodzą poważnie do korespondencji prowadzonej drogą mailową. Interesant, który nie otrzymuje odpowiedzi może poczuć się źle traktowany i zniechęcony do lokowania kapitału na terenie gminy. Równie niepokojąca jest niska jakość nadsyłanych wiadomości. W większości pisane były bardzo lakonicznie, a nawet nie zawierały odpowiedzi na zadane pytanie.

3.3.2 Rekomendacje

Przeprowadzone badanie jakości korespondencji elektronicznej wykazało, iż jej jakość wymaga poprawy, jeśli urzędy gmin chcą być konkurencyjnymi dla potencjalnych inwestorów. Aby tak było sugerujemy wprowadzenie następujących zmian:

1. podchodzenie do kwestii korespondencji elektronicznej równie poważnie, jak do kontaktu osobistego z interesantem. Skrzynki mailowe powinny być sprawdzane każdego dnia, a odpowiedzi na zawarte w nich wiadomości wysyłane niemal natychmiastowo. Krótki okres oczekiwania świadczy o zainteresowaniu nowymi inwestycjami, a także właściwym stosunku i szacunku do interesanta.
2. poprawienie wartości merytorycznej nadsyłanych maili. Niedopuszczalne jest, aby wiadomość nie zawierała chociażby najkrótszej odpowiedzi na postawione pytanie. Dobrą praktyką jest również zachęcenie do osobistego kontaktu i spotkania.
3. zatrudnianie przez urzędy gmin osób władających językami obcymi. Znajomość angielskiego jest w dzisiejszych czasach niemal standardem. Kapitał zagraniczny stwarza wielkie szanse dla gmin i ich rozwoju. Niedopuszczalne jest więc, aby wiadomości pisane w języku obcym pozostawały bez odpowiedzi.

4. Badanie terenowe (Wojciech Sabat)

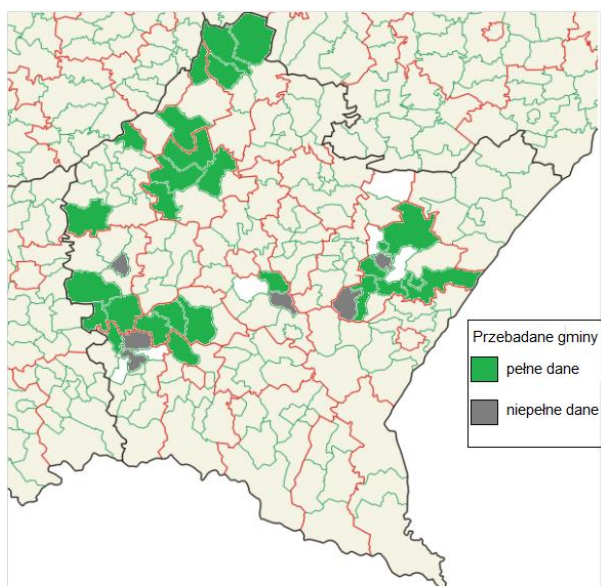
4.1. Zasięg badania i kryteria doboru gmin

Tegoroczne badanie terenowe objęło 31 miejscowości na Podkarpaciu, przy czym pełne dane zebrano w 23 miejscowościach². Gminy do przebadania wytypowano na podstawie ich odległości od siebie i koncentracji.

Zespół zdecydował się na województwo Podkarpackie ze względu na fakt, że należy do najslabiej rozwiniętych w kraju. Byliśmy ciekawi, jak zaprezentują się urzędy gmin i miast z tego terenu. W każdej miejscowości na pytanie o przedmiot działalności firmy deklarowaliśmy "gastronomię obwoźną" lub "wózek z hot-dogami".

Nie zostały uwzględnione w zestawieniu m.in. wyniki z urzędów, w których pracownik odpowiedzialny za ewidencję działalności gospodarczej był na urlopie lub z innych przyczyn nieobecny. Wtedy zdarzało się, że odmawiano nam obsługi lub proponowano przyjscie w innym terminie.

Rysunek 4. Lokalizacja przebadanych gmin w audycie osobistym



Źródło: Opracowanie własne na podstawie:

http://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/b/b3/POLSKA_woj_pow_gminy.png

4.2. Kryteria obiektywne i subiektywne

W badaniu zostały wzięte pod uwagę dwa rodzaje kryteriów: obiektywne i subiektywne. Pytania obiektywne dotyczyły koniecznych formalności przy zakładaniu firmy, wpisywania kodu

² W gminie Radomyśl nie zadano jednego z pytań. Na inne pytania udzielono jednak poprawnych odpowiedzi, zespół przyznał więc 1 punkt także za pytanie, które nie padło w czasie badania w tej gminie.

Polskiej Klasyfikacji Działalności, dostępności materiałów promocyjnych, funduszy unijnych i terminów obowiązujących przy rejestracji firmy.

Subiektywnymi kryteriami były: estetyka urzędu, porządek na biurku urzędnika, jego schludny wygląd, oznakowanie wewnątrz urzędu, dostępność parkingu, a także uprzejmość i gotowość do pomocy ze strony pracownika instytucji.

Formularz oceny urzędu został zaprezentowany w aneksie.

4.2.1. Pytania obiektywne

Ile czasu od złożenia wniosku musi upłynąć, by rozpocząć działalność? (pytanie niepunktowane)

Dnia 1 lipca 2011r. weszła w życie nowelizacja ustawy o swobodzie działalności gospodarczej³. Badanie było dobrą okazją do weryfikacji tempa wprowadzania zmian do praktyki w urzędach. Zgodnie z nowymi przepisami przedsiębiorca może rozpocząć działalność gospodarczą już w dniu złożenia wniosku o wpis do Centralnej Ewidencji i Informacji o Działalności Gospodarczej albo po uzyskaniu wpisu do rejestru przedsiębiorców w Krajowym Rejestrze Sądowym. Może też zacząć działalność w wybranym przez siebie późniejszym terminie.

Okazało się, że nie wszędzie wprowadzono takie zmiany (badanie rozpoczęto 14 lipca, a zakończono 22 lipca). W jednej z miejscowości poinformowano, że rejestracji firmy w miejscowym urzędzie odbywa się wg starych zasad i zajmie 2-3 dni, ponieważ urząd nie ma jeszcze podpisu elektronicznego. W niektórych miejscach polecano udać się jeszcze do ZUS i Urzędu Skarbowego, by dopełnić formalności. W kolejnym urzędzie zaznaczono, że wpis do ewidencji dokonywany jest od razu, natomiast na numer REGON czeka się ok. 2 tyg.

Czy otrzymaliśmy wniosek o wpis do ewidencji?

Zespół pytał o formalności niezbędne do założenia firmy. Zwykle urzędnicy z własnej inicjatywy wręczali wniosek do wypełnienia. W jednych miejscach zalecano wypełnienie jedynie wniosku, a w innych twierdzono, że należy też udać się do innych urzędów (o czym mowa wyżej).

Maksymalną liczbę punktów w tej kategorii otrzymały: Brzostek, Brzyska, Chłopice, Chmielnik, Cmolas, Dzikowiec, Frysztak, Gorzyce, Majdan Królewski, Nowa Dęba, Padew Narodowa, Pawłosiów, Pilzno, Radomyśl Wielki, Radomyśl, Radymno, Roźwienica, Strzyżów, Wiązownica, Wiśniowa, Zaklików i Zaleszany.

Czy udzielono nam wskazówek dotyczących określenia PKD?

Na pytanie o kody PKD uzyskano dobrą odpowiedź w 91% badanych gmin. Czasem

3 <http://dokumenty.rcl.gov.pl/D2011131076401.pdf>

obsługujący nas pytali o profil działalności i na tej podstawie wyszukiwali odpowiedni kod, inni udostępniali książkę z kodami lub proponowali wyszukanie książki w wersji elektronicznej w Internecie.

Maksymalną liczbę punktów w tej kategorii otrzymały: Brzostek, Brzyska, Chłopice, Chmielnik, Dzikowiec, Frysztak, Gorzyce, Majdan Królewski, Nowa Dęba, Pawłosiów, Pilzno, Radomyśl, Radomyśl Wielki, Radymno, Roźwienica, Strzyżów, Wiązownica, Wiśniowa, Wojaszówka, Zaklików i Zaleszany.

Czy wskazano punkt konsultacyjny/informacyjny na temat środków unijnych?

Zespół prosił urzędników o wskazanie miejsc, gdzie można zasięgnąć informacji na temat środków unijnych dla nowych przedsiębiorców. Najczęściej wymienianą odpowiedzią był Urząd Pracy. Czasem informowano o możliwości uzyskania dotacji dla rozpoczynających działalność. W 91% procentach urzędów można było uzyskać satysfakcjonującą odpowiedź.

Maksymalną liczbę punktów w tej kategorii otrzymały: Brzostek, Brzyska, Chłopice, Chmielnik, Cmolas, Dzikowiec, Frysztak, Majdan Królewski, Nowa Dęba, Pawłosiów, Pilzno, Radomyśl, Radomyśl Wielki, Radymno, Roźwienica, Strzyżów, Wiązownica, Wiśniowa, Wojaszówka, Zaklików i Zaleszany.

Czy otrzymano materiały informacyjne na temat danej gminy, zwłaszcza pod kątem inwestorów/przedsiębiorców?

Materiały informacyjne na korytarzach należały do rzadkości. Były dostępne tylko w dwóch badanych gminach, co stanowi 9% próby. Nigdzie nie otrzymano materiałów promocyjnych od urzędników.

Maksymalną liczbę punktów w tej kategorii otrzymał Strzyżów i Wojaszówka.

4.2.2. Pytania subiektywne

Czy pracownik wygląda schludnie?

Schludność ubioru pracowników w żadnym z badanych urzędów nie wzbudziła zastrzeżeń Zespołu. Świadczy to w sposób pośredni o szacunku wobec klientów tych placówek. Wszystkie gminy otrzymały 1 punkt (maksimum) w tej kategorii.

Czy miejsce pracy/stanowisko pracy danego urzędnika jest utrzymane w porządku?

Wysoko została oceniona również czystość i ład na stanowiskach pracy w urzędach. Nie

stwierdzono poważniejszych uchybień w tym względzie w badanych gminach. Wszystkie gminy otrzymały 1 punkt (maksimum) w tej kategorii.

Czy wygląd urzędu jest estetyczny?

Przeważnie budynki urzędów prezentowały się dobrze lub bardzo dobrze pod względem estetyki. Takich gmachów w miejscowościach objętych badaniem było 91%.

Maksymalną liczbę punktów w tej kategorii otrzymały: Brzostek, Brzyska, Chłopice, Chmielnik, Cmolas, Dzikowiec, Frysztak, Gorzyce, Majdan Królewski, Nowa Dęba, Padew Narodowa, Pawłosiów, Pilzno, Radomyśl Wielki, Radymno, Strzyżów, Wiązownica, Wiśniowa, Wojaszówka, Zaklików i Zaleszany.

Czy urząd jest właściwie oznakowany?

Pozytywną ocenę w tej kategorii otrzymało jedynie 61% odwiedzonych gmin. Często występowały nieścisłości w oznaczeniach, które utrudniały dotarcie do odpowiedniego pomieszczenia. Przykładowo w jednym miejscu dokonano reorganizacji i nie zaktualizowano numerów pokoi na tablicy informacyjnej.

Maksymalną liczbę punktów w tej kategorii otrzymały: Brzostek, Chłopice, Frysztak, Gorzyce, Majdan Królewski, Pawłosiów, Pilzno, Radomyśl Wielki, Radymno, Roźwienica, Strzyżów, Wojaszówka, Zaklików i Zaleszany.

Czy w bezpośrednim sąsiedztwie urzędu znajduje się parking dla klientów?

Przeważnie dostępny jest bezpłatny parking bezpośrednio przy urzędzie i nietrudno o wolne miejsce na nim.

Maksymalną liczbę punktów w tej kategorii otrzymały: Brzostek, Brzyska, Chłopice, Chmielnik, Cmolas, Dzikowiec, Frysztak, Gorzyce, Majdan Królewski, Nowa Dęba, Padew Narodowa, Pawłosiów, Pilzno, Radomyśl, Radymno, Strzyżów, Wiązownica, Wiśniowa, Wojaszówka, Zaklików i Zaleszany.

Czy pracownik urzędu zachowuje się w sposób uprzejmy?

Ogólne wrażenie w tym zakresie jest pozytywne. W 78% gmin nie można było mieć zastrzeżeń co do uprzejmości pracowników urzędu. Zdarzały się wyjątki, które nie przesłoniły jednak dobrego całościowego obrazu.

Maksymalną liczbę punktów w tej kategorii otrzymały: Brzostek, Brzyska, Chłopice, Chmielnik, Dzikowiec, Frysztak, Majdan Królewski, Nowa Dęba, Pawłosiów, Pilzno, Radymno, Roźwienica, Strzyżów, Wiązownica, Wiśniowa, Wojaszówka, Zaklików i Zaleszany.

Czy pracownik urzędu wykazuje konstruktywne podejście do kwestii?

Dobre oceny w tym punkcie (87% gmin zdobyło punkt w tej kategorii) są skorelowane z wysokimi wynikami w punkcie poprzednim, gdyż na ogół uprzejmość i chęć rozwiązania problemu łączą się ze sobą, nie jest to jednak zawsze prawda. W badanych gminach zazwyczaj okazywano chęć pomocy klientowi urzędu, by uzyskać on potrzebne informacje.

Maksymalną liczbę punktów w tej kategorii otrzymały: Brzostek, Brzyska, Chłopice, Chmielnik, Cmolas, Dzikowiec, Frysztak, Majdan Królewski, Nowa Dęba, Pawłosiów, Pilzno, Radomyśl, Radymno, Roźwienica, Strzyżów, Wiązownica, Wiśniowa, Wojaszówka, Zaklików i Zaleszany.

4.2.3. Wyniki zbiorcze

Maksymalną liczbę punktów (cztery) za kryteria obiektywne zdobył tylko Strzyżów. Gminy zdobywały tu średnio 2,87 pkt. Dominantą, czyli najczęściej uzyskiwanym przez gminy wynikiem, były 3 punkty.

Badane urzędy średnio uzyskiwały 6,09 pkt. za kryteria subiektywne. Aż 11 miejscowości uzyskało maksymalny wynik - 7 pkt (Zaleszany, Zaklików, Radymno, Chłopice, Pawłosiów, Pilzno, Brzostek, Majdan Królewski, Wiśniowa, Wojaszówka i Frysztak).

Najwyższa łączna liczba punktów z badania terenowego wyniosła 10. Osiągnęło ją 12 gmin (Zaleszany, Majdan Królewski, Brzostek, Zaklików, Radymno, Chłopice, Pawłosiów, Strzyżów, Wiśniowa, Wojaszówka, Pilzno i Frysztak). Średni łączny wynik był równy 8,96 pkt.

4.3. Podsumowanie i wnioski

W kategoriach punktowych gminy uzyskały bardzo dobre wyniki. Trzeba jednak pamiętać, że badaniu poddano wyróżniające się ośrodki, pytania obiektywne były stosunkowo proste, a ocena subiektywna była łagodna.

Można stwierdzić, że w przebadanych urzędach łatwo jest zdobyć podstawowe informacje dotyczące prowadzenia firmy. Jest to najważniejszy wniosek z badania.

Gminy mają najwięcej do zrobienia w kwestii przygotowania materiałów promocyjnych, których nie było prawie nigdzie. Powinny również zadbać o dokładne oznaczenia - wystarczy tablica informacyjna na parterze z poprawnym numerem pokoju. W niektórych gminach potrzebna jest zmiana podejścia urzędników do klientów - postawienie na uprzejmość i chęć rozwiązania problemu.

5. Ranking gmin (Mariusz Czernecki)

5.1. Wprowadzenie

Celem tej części opracowania jest wyselekcjonowanie spośród badanych gmin, tych które osiągnęły najlepsze rezultaty w całym przekroju badania.⁴ Na ich podstawie stworzono ranking gmin, który posłużył do przyznania gminom odznaczeń „Gmina na piątkę”.

5.2. Wybór zmiennych do rankingu

Do stworzenia rankingu gmin zostały wybrane najważniejsze spośród zebranych danych. Zostały one podzielone na grupy kategorii:

- Ocena witryn internetowych
- Ocena odpowiedzi na maile w języku polskim
- Ocena odpowiedzi na maile w języku angielskim

Uznano, że najważniejsze znaczenie dla inwestora ma jego pierwsze wrażenie odnośnie gminy, dlatego najwięcej punktów przyznano ocenie witryn internetowych (łącznie 8 punktów). Za pozostałe kategorie gmina mogła otrzymać maksymalnie po 5 punktów. Dla łatwiejszej oceny kryteriów powyższa skala została przetransformowana w skalę od 0 do 10. Dzięki temu osiągnięte wartości w rankingu stały się bardziej intuicyjne, aniżeli maksymalną liczbę punktów do zdobycia stanowiła liczba 18.

Do oceny stron internetowych gmin zostały wykorzystane tylko kryteria obiektywne, które były oceniane binarnie. Jeżeli dany element występował w badanej witrynie, to gmina otrzymywała punkt, w przeciwnym wypadku nie otrzymywała żadnego. Do tej kategorii zostały włączone wszystkie pytania, które zależały jedynie od strony internetowej.⁵ Kategorie zostały wyszczególnione w zamieszczonej tabeli.

Tabela 4. Kryteria oceny stron internetowych gmin.

	Pytania	Punktacja
Ocena badania witryn internetowych	1) Czy strona posiada mapę serwisu?	1 – tak, 0 – nie
	2) Czy istnieje anglojęzyczna wersja strony internetowej?	1 – tak, 0 – nie
	3) Czy dane kontaktowe (stopka) jest usytuowana w miejscu łatwym do odnalezienia?	1 – tak, 0 – nie
	4) Czy istnieje opcja wyszukiwania informacji na stronie?	1 – tak, 0 – nie
	5) Czy w ciągu ostatnich 7 dni dodano nową wiadomość do działu aktualności? ⁶	1 – tak, 0 – nie
	6) Czy gmina ma swój profil na jakimkolwiek portalu społecznościowym? ⁷	1 – tak, 0 – nie
	7) Czy istnieje galeria zdjęć na stronie?	1 – tak, 0 – nie
	8) Czy na stronie znajduje się informacja o wolnych terenach inwestycyjnych?	1 – tak, 0 – nie

⁴ Pomijając audyt osobisty, gdyż zostało przebadane jedynie ok. 5% próby.

⁵ Dlatego nie ma odpowiedzi na pytania o tytuł gminy „Fair Play” oraz o informowanie o istnieniu Specjalnej Strefy Ekonomicznej.

⁶ W niektórych przypadkach, gdy stwierdzono nieznaczące przekroczenie terminu, a poprzednie wiadomości były nadsyłane regularnie, to również w tej kategorii przyznawano jeden punkt.

⁷ Istotna była informacja o posiadaniu konta z portalu społecznościowego na stronie – nie przeszukiwano tychże portali w celu odnalezienia badanych gmin.

	Maksymalna liczba punktów	8
	Procentowy udział kategorii w finalnej ocenie	44,4%

Źródło: Opracowanie własne.

Drugą kategorią do tworzenia rankingu były odpowiedzi gmin na maile w języku polskim, za którą jednostki samorządu terytorialnego mogły uzyskać maksymalnie 5 punktów. Najważniejszym kryterium do analizy odpowiedzi w języku polskim była dla Zespołu Badawczego data jej otrzymania. Jeśli gmina odpowiedziała w okresie poniżej 10 dni roboczych, badana jednostka samorządu terytorialnego otrzymywała dwa punkty. Jeśli odpowiedź nadeszła w kolejnych 10 dniach, to przyznawano 1 punkt, a gdy później 0,5. Pozostałe pytania dotyczyły wyłącznie treści odpowiedzi i były to kryteria obiektywne – jeśli dana kategoria występowała to przyznawano za nią punkt. Spośród przebadanych zmiennych zostały wybrane kategorie, które mają charakter informacyjny (pytanie 2) oraz budują pozytywny wizerunek gminy w oczach przedsiębiorcy (pytania 3,4).

Tabela 5. Kryteria oceny odpowiedzi gmin na maile w języku polskim.

	Pytania	Punktacja
Ocena odpowiedzi na maile w języku polskim	1) Data otrzymania odpowiedzi	2 – 10 dni roboczych i krócej ⁸ 1 – 11-20 dni roboczych 0,5 – powyżej 21 dni roboczych 0 – brak odpowiedzi
	2) Czy gmina udzieliła odpowiedzi na zadane pytanie?	1 – tak, 0 – nie
	3) Czy w mailu podano dane kontaktowe do pracownika?	1 – tak, 0 – nie
	4) Czy w mailu zaproszono, zachęcono lub wyrażono gotowość do osobistego spotkania?	1 – tak, 0 – nie
	Maksymalna liczba punktów	5
	Procentowy udział kategorii w finalnej ocenie	27,8%

Źródło: Opracowanie własne.

Ostatnią kategorią wziętą pod uwagę była ocena odpowiedzi gmin w języku angielskim. Maksymalna ilość punktów do zdobycia wynosiła 5 punktów. Odpowiedzi gmin w języku angielskich były oceniane według innej skali niż odpowiedzi w języku polskim, co wynikało z innej treści wysłanego maila, a w rezultacie zostały zmienione niektóre pytania. Przede wszystkim doceniona fakt, że gmina w ogóle napisała odpowiedź na maila, gdyż w badanej próbie jedynie 2% jednostek samorządu terytorialnego w ogóle odpowiedziało na wysłanego maila. Pozostałe kategorie miały charakter obiektywne. Do stworzenia rankingu zostały wybrane wszystkie przebadane zmienne z tej kategorii.

⁸ Badanie realizowane było w kwietniu, kiedy były dodatkowe dni wolne od pracy. Dlatego, aby wziąć to pod uwagę, to do normalnie przyjętego tygodnia czasu na odpowiedź dodano 3 dni.

Tabela 6. Kryteria oceny odpowiedzi gmin na maile w języku angielskim.

	Pytania	Punktacja
OCENA odpowiedzi na maile w języku	1) Czy gmina przesłała odpowiedź?	3 – tak, 0 – nie
	2) Czy gmina udzieliła odpowiedzi na zadane pytanie?	0,5 – tak, 0 – nie
	3) Czy w mailu przedstawiono oferty inwestycyjne (albo podano link do nich)?	0,5 – tak, 0 – nie
	3) Czy w mailu podano dane kontaktowe do pracownika?	0,5 – tak, 0 – nie
	4) Czy w mailu zaproszono, zachęcono lub wyrażono gotowość do osobistego spotkania?	0,5 – tak, 0 – nie
	Maksymalna liczba punktów	5
	Procentowy udział kategorii w finalnej ocenie	27,8%

Źródło: Opracowanie własne.

5.3. Ranking gmin

Na podstawie przedstawionej metodologii stworzono ranking badanych gmin. Średnią oceną uzyskana w badaniu wyniosła 3,41⁹ (w skali przetransformowanej od 0 do 10), a odchylenie standardowe wyniosło 1,34.

Najlepsze oceny w całym przekroju badania osiągnęły gminy Czaplinek i Gorlice. Z możliwych do uzyskania 10 punktów, jednostki samorządu terytorialnego uzyskały 8,06 punktów. Obydwie gminy uzyskały w kategorii oceny stron internetowych 75% możliwych punktów do zdobycia, w ocenie maili po polsku 80%, a w ocenie maili po angielsku 90%. Na trzecim miejscu znalazła się gmina Bochnia, która zdobyła w kategoriach odpowiednio 57,5%, 80% oraz 100% punktów. Gminy Belchatów, Choszczno oraz Pobiedziska uplasowały się na miejscu 4. Gmina Choszczno uzyskała 57,5% punktów procentowych za witrynę internetową, 60% punktów za odpowiedź w języku polskim oraz maksimum punktów za odpowiedź w języku angielskim. Dwie pozostałe gminy otrzymały maksymalną ilość punktów w kategoriach stron internetowych oraz odpowiedzi w języku polskim, jednakże nie odpowiedziały na mail w języku angielskim.

Tabela 7. Gminy na piątce.

Nazwa gminy	Województwo	Ocena stron internetowych	Ocena maili po polsku	Ocena maili po angielsku	Suma	Ocena unormowana
Czaplinek (3)	ZACHODNIOPOMORSKIE	6	4	4,5	14,5	8,06
Gorlice (2)	MAŁOPOLSKIE	6	4	4,5	14,5	8,06
Bochnia (2)	MAŁOPOLSKIE	5	4	5	14	7,78
Belchatów (2)	ŁÓDZKIE	8	5	0	13	7,22
Choszczno (3)	ZACHODNIOPOMORSKIE	5	3	5	13	7,22
Pobiedziska (3)	WIELKOPOLSKIE	8	5	0	13	7,22
Wiśniowa (2)	MAŁOPOLSKIE	5	4	3,5	12,5	6,94
Pszczyna (3)	ŚLĄSKIE	4	4	4	12	6,67

⁹ Łączna suma punktów do zdobycia (18) została przetransformowana do skali od 0 do 10, by jej wyniki były łatwiejsze do omawiania i interpretacji.

Drawsko Pomorskie (3)	ZACHODNIOPOMORSKIE	7	4	0	11	6,11
Gryfice (3)	ZACHODNIOPOMORSKIE	6	5	0	11	6,11
Kargowa (3)	LUBUSKIE	7	4	0	11	6,11
Kolonowskie (3)	OPOLSKIE	7	4	0	11	6,11
Mosina (3)	WIELKOPOLSKIE	7	4	0	11	6,11
Mszczonów (3)	MAZOWIECKIE	7	4	0	11	6,11
Olsztyn (2)	ŚLĄSKIE	7	4	0	11	6,11
Wieliczka (3)	MAŁOPOLSKIE	7	4	0	11	6,11
Żmigród (3)	DOLNOŚLĄSKIE	8	3	0	11	6,11
Trzebinia (3)	MAŁOPOLSKIE	6	0	4,5	10,5	5,83
Białe Błota (2)	KUJAWSKO-POMORSKIE	6	4	0	10	5,56
Biecz (3)	MAŁOPOLSKIE	6	4	0	10	5,56
Brenna (2)	ŚLĄSKIE	6	4	0	10	5,56
Brzesko (3)	MAŁOPOLSKIE	6	4	0	10	5,56
Bytów (3)	POMORSKIE	6	4	0	10	5,56
Jaworze (2)	ŚLĄSKIE	7	3	0	10	5,56
Kleszczewo (2)	WIELKOPOLSKIE	6	4	0	10	5,56
Lądek-Zdrój (3)	DOLNOŚLĄSKIE	7	3	0	10	5,56
Lubawka (3)	DOLNOŚLĄSKIE	5	5	0	10	5,56
Majdan Królewski (2)	PODKARPACKIE	7	3	0	10	5,56
Marklowice (2)	ŚLĄSKIE	6	4	0	10	5,56
Oborniki (3)	WIELKOPOLSKIE	6	4	0	10	5,56
Zabierzów (2)	MAŁOPOLSKIE	6	0	4	10	5,56
Boguchwała (2)	PODKARPACKIE	5	4	0	9	5,00
Bojadła (2)	LUBUSKIE	5	4	0	9	5,00
Bolków (3)	DOLNOŚLĄSKIE	5	4	0	9	5,00
Chynów (2)	MAZOWIECKIE	6	3	0	9	5,00
Cmolas (2)	PODKARPACKIE	4	5	0	9	5,00
Czarna (2)	PODKARPACKIE	6	3	0	9	5,00
Czudec (2)	PODKARPACKIE	6	3	0	9	5,00
Drezdenko (3)	LUBUSKIE	5	4	0	9	5,00
Głogów (2)	DOLNOŚLĄSKIE	5	4	0	9	5,00
Golub-Dobrzyń (2)	KUJAWSKO-POMORSKIE	7	2	0	9	5,00
Izabelin (2)	MAZOWIECKIE	5	4	0	9	5,00
Jarocin (3)	WIELKOPOLSKIE	5	4	0	9	5,00
Kęty (3)	MAŁOPOLSKIE	5	4	0	9	5,00
Lipusz (2)	POMORSKIE	5	4	0	9	5,00
Lubrza (2)	LUBUSKIE	6	3	0	9	5,00
Moszczenica (2)	ŁÓDZKIE	5	4	0	9	5,00
Myszków (1)	ŚLĄSKIE	5	4	0	9	5,00
Osielsko (2)	KUJAWSKO-POMORSKIE	5	4	0	9	5,00
Parysów (2)	MAZOWIECKIE	6	3	0	9	5,00
Rokietnica (2)	PODKARPACKIE	4	5	0	9	5,00
Skrzyszów (2)	MAŁOPOLSKIE	4	5	0	9	5,00
Stary Sącz (3)	MAŁOPOLSKIE	6	3	0	9	5,00
Stęszew (3)	WIELKOPOLSKIE	5	4	0	9	5,00
Stryszów (2)	MAŁOPOLSKIE	5	4	0	9	5,00
Tarnów (2)	MAŁOPOLSKIE	6	3	0	9	5,00
Tuchów (3)	MAŁOPOLSKIE	5	4	0	9	5,00

Tyczyn (3)	PODKARPACKIE	6	3	0	9	5,00
Ujazd (3)	OPOLSKIE	6	3	0	9	5,00
Wielka Wieś (2)	MAŁOPOLSKIE	5	4	0	9	5,00
Wieprz (2)	MAŁOPOLSKIE	5	4	0	9	5,00
Wisła (1)	ŚLĄSKIE	5	4	0	9	5,00
Wschowa (3)	LUBUSKIE	4	5	0	9	5,00
Zebrzydowice (2)	ŚLĄSKIE	5	4	0	9	5,00

Źródło: Opracowanie własne.

Wszystkim gminom zostały również przydzielone klasy w rankingu, zgodnie z oznaczeniami stworzonymi przez Instytut Przedsiębiorstwa działający w Szkole Głównej Handlowej w Warszawie. Wyróżniono 6 klas, począwszy od najlepszej oznaczonej literką „A” do „F”, która jest uznana za najgorszy rezultat. Wyszczególniając:

- Klasa „A” – trafiły do niej gminy, które osiągnęły najlepsze rezultaty (powyżej 4,7) w skali całego badania. Łącznie zostały wyróżnione 64 gminy. W kolejności uzyskanych ocen w tej kategorii znalazły się gminy:

Czaplinek, Gorlice, Bochnia, Belchatów, Choszczno, Pobiedziska, Wiśniowa, Pszczyna, Drawsko Pomorskie, Gryfice, Kargowa, Kolonowskie, Mosina, Mszczonów, Olsztyn, Wieliczka, Żmigród, Trzebinia, Białe Błota, Biecz, Brenna, Brzesko, Bytów, Jaworze, Kleszczewo, Łądek-Zdrój, Lubawka, Majdan Królewski, Marklowice, Oborniki, Zabierzów, Boguchwała, Bojadła, Bolków, Chynów, Cmolas, Czarna, Czudec, Drezdenko, Głogów, Golub-Dobrzyń, Izabelin, Jarocin, Kęty, Lipusz, Lubrza, Moszczenica, Myszków, Osielsko, Parysów, Rokietnica, Skrzyszów, Stary Sącz, Stęszew, Stryszów, Tarnów, Tuchów, Tyczyn, Ujazd, Wielka Wieś, Wieprz, Wisła, Wschowa, Zebrzydowice

- Klasa „B” – do drugiej kategorii zostało zakwalifikowanych 57 gmin. Osiągnięty wynik przez te jednostki samorządu terytorialnego wahał się w przedziale od 4,10 do 4,77 (przedział lewostronnie zamknięty).. Klasę „B” w badaniu uzyskały gminy:

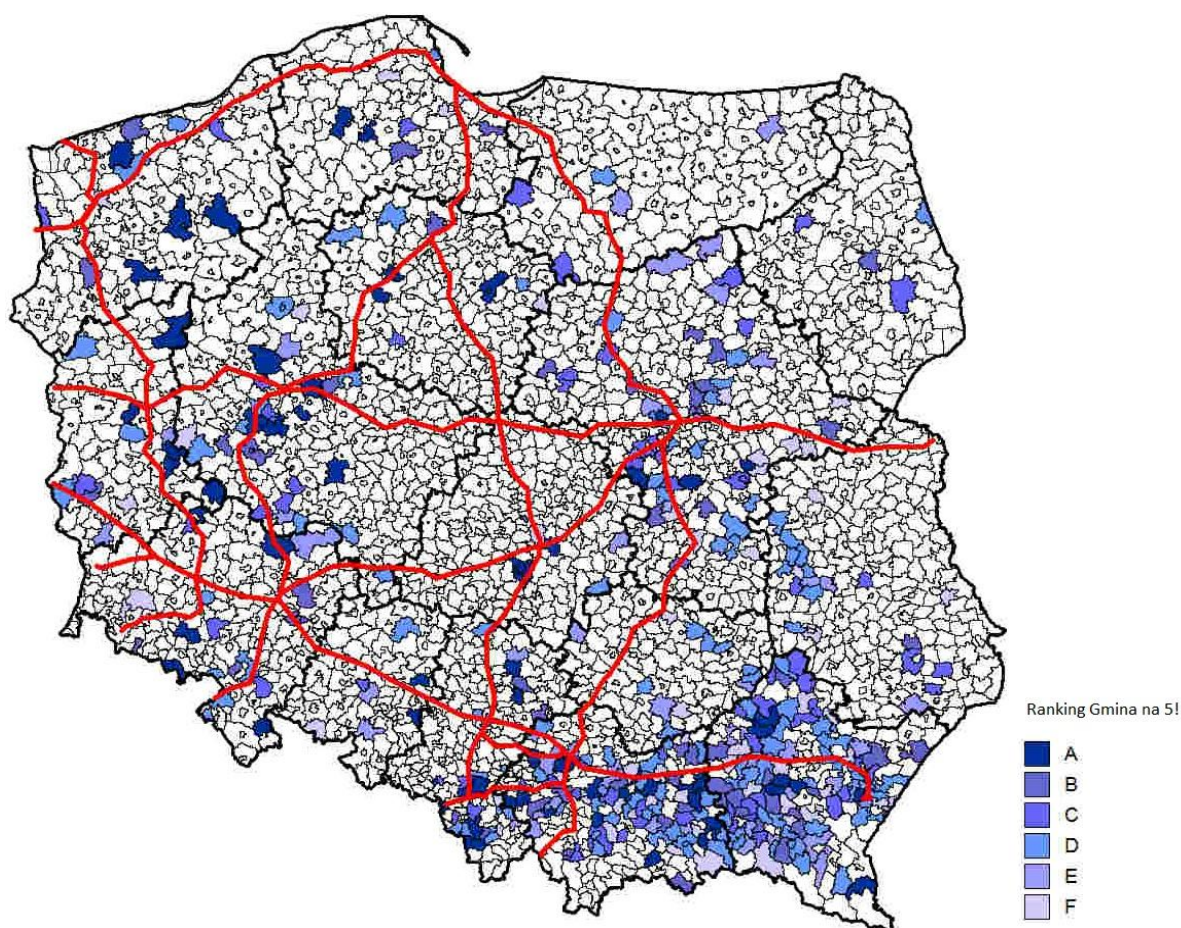
Długoleka, Brzostek, Brzozów, Czarna, Dąbrowa Tarnowska, Dąbrówka, Dobrzyniewo Duże, Domaradz, Grabów nad Pilicą, Gromnik, Gródek nad Dunajcem, Hyżne, Iwierzycy, Jasień, Jedlicze, Jeżewo, Jodłowa, Klaj, Kobylka, Kołaczyce, Kościan, Lubaczów, Lubowo, Marki, Mogielnica, Mordy, Muszyna, Nadarzyn, Nowy Staw, Ogrodzieniec, Olesno, Piechowice, Pieszyce, Pilzno, Pyrzyce, Radomyśl Wielki, Radzymin, Rymanów, Rzęśnik, Skawina, Spytkowice, Stara Biała, Stara Kiszewa, Stary Zamość, Strzyżów, Szczyrk, Szelków, Święta Katarzyna, Trzebiatów, Wadowice, Wiązownica, Wielichowo, Wierzchosławice, Wolanów, Zaleszany, Załuski, Żarki

- Klasa „C” - znalazło się w niej 71 gmin, których wartość uzyskanych punktów w badaniu kształtowała się w granicach 3,43 do 4,10 (przedział lewostronnie zamknięty).
- Klasa „D” – jest najliczniejszą kategorią spośród badanych, gdyż w niej znalazły się 133 gminy. Gminy z tej klasy otrzymywały ilość punktów należącą do przedziału od 2,76 do 3,43 (przedział lewostronnie zamknięty)..
- Klasa „E” – znalazło się w tej kategorii 47 gmin, które otrzymały ilość punktów w rankingów pomiędzy 2,09 a 2,76 (przedział lewostronnie zamknięty).

- Klasa „F” – najniżej ocenione gminy, przeważnie ze względu na brak odpowiedzi na którykolwiek z maili. W tej kategorii znalazły się 62 gminy. Wartość oceny sumarycznej badanych jednostek samorządu terytorialnego wyniosła poniżej 2,09.

Graficznie powyższe ustalenia zostały przedstawione na rysunku. Z rozmieszczenia terytorialnego trudno jest wysnuć wniosek, generalizujący zależność pomiędzy położeniem danej gminy a uzyskaną przez nią ocenę. Zwraca jedynie uwagę fakt, że gminy z północno-zachodniej Polski uzyskały dobre rezultaty. Gminy zaś, które osiągnęły najniższy rezultat są równomiernie rozmieszczone w kraju. Oznacza to, że miejsce ma niewielkie znaczenie na jakość obsługi petentów, natomiast dużą istotność należy przywiązywać do odpowiedniej kultury pracy urzędu.

Rysunek 5. Ranking gmin.



Źródło: Opracowanie M. Typa.

5.4. Podsumowanie

Dzięki rankingowi udało się wskazać gminy, które uzyskały najwyższe oceny w przekroju całego badania oraz wszystkim badanym gminom przypisano klasy. W najwyższej klasie znalazło się 64 gmin, które uzyskały tym samym tytuł „Gminy na piątkę”.

6. Podsumowanie

Tegoroczne badanie Studenckiego Koła Naukowego Przedsiębiorczości i Analiz Regionalnych, działającego przy Instytucie Przedsiębiorstwa w Szkole Głównej Handlowej charakteryzowało się dużą złożonością. W badaniu wzięte pod uwagę zostały wszystkie gminy, których atrakcyjność inwestycyjna wzrosła pomiędzy rokiem 2007 a 2002 o przynajmniej jedną klasę. Łącznie zostało przebadanych 432 gminy, co stanowi 17% wszystkich gmin w Polsce.

Podstawową częścią badania była analiza i ocena witryn internetowych. Każda z stron internetowych gmin została przez Zespół Badawczy sprawdzona i oceniona. Badanych kryteriów oceny było łącznie 11. Zaletą witryn internetowych gmin było umieszczanie danych kontaktowych w widocznym miejscu, częsta aktualizacja działu aktualności oraz posiadanie galerii zdjęć na stronie. Do wad witryn internetowych należy zaliczyć brak wersji anglojęzycznej, brak informacji o terenach inwestycyjnych oraz mapy strony.

Ponadto Zespół Badawczy sprawdził, czy gminy odpowiadają, a jeśli tak, to w jakiej formie na korespondencję mailową. Do wszystkich badanych gmin zostały wysłane maile w języku polskim i angielskim. Wskaźnik odpowiedzi w przypadku języka polskiego wyniósł prawie 60%, co należy uznać za optymistyczny wynik w porównaniu z poprzednim badaniem. Niestety nie zawsze odpowiedź spełniała nasze jakościowe kryteria. Natomiast ilość odpowiedzi w języku angielskim stopień okazała się znikoma – odpowiedziało jedynie 10 gmin. Jednakże wypowiedzi te wyróżniały się jakością.

Zespół Badawczy dokonał również audytu osobistego wybranych gmin Podkarpacia, w celu oceny obsługi klienta. Do zbadania zostały wytypowane 23 urzędy gmin. W audycie osobistym gminy uzyskały bardzo dobre wyniki, gdyż zdecydowana większość z nich była w stanie udzielić podstawowych informacji na temat prowadzenia firmy. Niewielkim niedociągnięciem jest brak materiałów informacyjnych o gminie oraz złe oznakowanie budynków urzędu gminy.

Na podstawie oceny witryn internetowych oraz nadesłanych odpowiedzi został stworzony ranking obsługi klienta. Wszystkie badane gminy zostały ocenione i została im przydzielona klasa odpowiedzi od „A” (najwyższa) do „F” (najniższa). W badaniu najlepsze wyniki osiągnęły gminy: Czaplinek, Gorlice, Bochnia, Bełchatów, Choszczno, Pobiedziska. Wszystkie gminy, które w badaniu uzyskały ocenę obsługi klienta równą „A” otrzymały tytuł „Gmina na piątkę”

7. Podziękowania

Warszawa, 7 listopada 2011

Zakład Ślusarski S.K.J. Duszkiewicz S.C. Chorzelów 17

Szanowni Państwo!

W imieniu Studenckiego Koła Naukowego Przedsiębiorczości i Analiz Regionalnych, działającego przy Instytucie Przedsiębiorstwa Szkoły Głównej Handlowej w Warszawie pragniemy złożyć Państwu serdeczne podziękowania za wsparcie finansowe działalności naukowo-badawczej Koła.

Ze szczególnym zadowoleniem zauważamy, że właśnie na województwie podkarpackim skoncentrowaliśmy się podczas badania wyjazdowego w ramach tegorocznego projektu. Wzorem lat ubiegłych Koło podjęło się badania jakości obsługi potencjalnych przedsiębiorców w urzędach gmin. Podobnie jak w ubiegłym roku, postanowiliśmy skupić swoje wysiłki na Polsce wschodniej. Wierzymy bowiem, że niesłusznie w świetle obiegowych opinii ta część naszego kraju jawi się jako obszar nieatrakcyjny dla inwestorów. Niekorzystny obraz cementują niektóre badania atrakcyjności bądź konkurencyjności, traktujące regiony Polski wschodniej jako zwarte monolity. Tego typu uproszczenia w niepokojący sposób zaniedbują istotne zróżnicowanie przestrzenne na szczeblu podregionalnym czy lokalnym.

Z tym większą satysfakcją przyjęliśmy wiadomość o Państwa donacji na naszą rzecz. Z pewnością przyczyni się ona do rozwoju naszych badań, za co raz jeszcze serdecznie dziękujemy.

Z poważaniem,

Mariusz Czernecki
Przewodniczący Koła

dr hab. Hanna Godlewska-Majkowska
Opiekun Naukowy Koła

8. Bibliografia

Literatura:

1. *Atrakcyjność inwestycyjna polskich regionów. W poszukiwaniu nowych miar*, pod red. H. Godlewskiej-Majkowskiej, Oficyna Wydawnicza Szkoły Głównej Handlowej w Warszawie, Warszawa 2008.
2. *Atrakcyjność inwestycyjna regionów Polski a kształtowanie lokalnych i regionalnych specjalizacji gospodarczych*, pod red. H. Godlewskiej-Majkowskiej, Oficyna Wydawnicza Szkoły Głównej Handlowej, Warszawa 2009.
3. Babbie E., *Badania społeczne w praktyce*, PWN, Warszawa 2003.
4. Babbie E., *Podstawy badań społecznych*, PWN, Warszawa 2009.
5. *Badania marketingowe. Od teorii do praktyki*, red. D. Maison, A. Noga-Bogomilski, Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne, Gdańsk 2007.
6. Borys Ł., Presz K., *Ankiety internetowe w badaniach marketingowych*, „Marketing w Praktyce”, nr 7/2003, Wyd. Marketing w Praktyce, Warszawa 2003.
7. Churchill G.A., *Badania marketingowe. Podstawy metodologiczne*, PWN, Warszawa 2002.
8. Rószkiewicz M., *Metody ilościowe w badaniach marketingowych*, PWN, Warszawa 2002.

Strony internetowe:

- http://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/b/b3/POLSKA_woj_pow_gminy.png

9. Spis tabel i ilustracji

Spis tabel:

Tabela 1. Wyniki badania witryn internetowych względem odpowiedzi na dane pytanie.	14
Tabela 2. Odsetek procentowy gmin, które spełniły badane kryteria oceny emaili.....	19
Tabela 3. Mapa gmin, które odpowiedziały na korespondencję w języku angielskim	20
Tabela 4. Kryteria oceny stron internetowych gmin.	27
Tabela 5. Kryteria oceny odpowiedzi gmin na maile w języku polskim.	28
Tabela 6. Kryteria oceny odpowiedzi gmin na maile w języku angielskim.....	29
Tabela 7. Gminy na piątkę.	29

Spis ilustracji

Rysunek 1. Mapa badanych gmin w badaniu internetowym.	7
Rysunek 2. Mapa gmin objętych badaniem mailingowym	18
Rysunek 3. Liczba gmin udzielających odpowiedzi w wyznaczonych przedziałach czasowych.	18
Rysunek 4. Lokalizacja przebadanych gmin w audycie osobistym	22
Rysunek 5. Ranking gmin.	32

10. Aneks

Załącznik 1. Przykładowe dobre odpowiedzi na maile w języku polskim.¹⁰

Odpowiedź nr 1¹¹

Witam serdecznie,

w odpowiedzi na Pana maila z dnia 13 kwietnia br. informuję, iż na terenie gminy możliwe jest zwolnienie z podatku od nieruchomości w ramach pomocy de minimis.

Szczegółowe informacje na powyższy temat znajdzie Pan w Uchwale nr XI/65/2007 Rady Gminy z dnia -----
podaję link do strony z Uchwałą [www](#).

z poważaniem,

inspektor ds. działalności gospodarczej
i funduszy unijnych

Urząd Gminy -----

ul. -----

tel. -----

mail to: -----, -----

[www](#).

Odpowiedź nr 2

Witam!

Gmina ----- względu na swój rolniczy charakter ma duży potencjał w omawianej dziedzinie. Posiadamy również tereny pod inwestycje. Zwolnienie z podatku od nieruchomości jest także możliwe. Zapraszam do złożenia bardziej szczegółowej oferty.

Pozdrawiam

Urząd Gminy -----

ul. -----

¹⁰ Przedstawione odpowiedzi w języku polskim nie są odpowiedziami perfekcyjnymi, jednakże wskazują na dobre praktyki podczas odpowiedzi (podawanie danych kontaktowych, odpowiednia forma). Natomiast żaden z maili nie zawiera sugestii spotkania.

¹¹ W odpowiedziach zarówno polskich jak i angielskich wykreślono cechy identyfikujące gminy. W miejscu podania danej informacji znajdują się znaki '----'. Jeśli została podana strona internetowa, została ona zastąpiona znakiem [www](#).

Urząd Gminy -----

-----, --.04.2011 r.

ul. -----

Referat Podatków i Opłat

pok. nr ---, tel. -----

Pan -----

INFORMACJA

W odpowiedzi na Pana pismo z dnia 13 kwietnia 2011 r. nadesłanego drogą elektroniczną informuję, iż Rada Gminy ----- dnia ----- r. podjęła Uchwałę Nr ----- w sprawie: określenia warunków udzielenia pomocy de minimis dla przedsiębiorców w zakresie zwolnień w podatku od nieruchomości. Na mocy tej uchwały jest możliwość skorzystania ze zwolnienia z tytułu podatku od nieruchomości - dotyczy to przedsiębiorców tworzących nowe stałe miejsca pracy, poprzez realizację nowej inwestycji. Zwolnienie w podatku od nieruchomości wynosi 50% w pierwszym roku zwolnienia oraz 25% w drugim roku zwolnienia, w przypadku utworzenia co najmniej 3 nowych stałych miejsc pracy lub 75% w pierwszym roku zwolnienia oraz 50% w drugim roku zwolnienia w przypadku utworzenia co najmniej 10 nowych stałych miejsc pracy, uwzględniając tylko pracowników zatrudnionych w pełnym wymiarze czasu p racy.

Więcej informacji można uzyskać bezpośrednio w Urzędzie Gminy ----- pokój nr --- w poniedziałek, czwartek w godzinach od 7.30 do 15.30, we wtorek od 7.30 do 17.00 oraz w piątek od 7.30 do 14.00. Powyższa uchwała dostępna jest także na stronie internetowej Urzędu Gminy -----.

Z poważaniem

Kierownik Referatu Podatków i Opłat

Załącznik 2. Przykładowe dobre odpowiedzi na maile w języku angielskim.

Odpowiedź nr 1

Dear -----,

Thank you for your interest in locating your business in our area.

Unfortunately we do not have an electronic version of our investment offer in English, anyhow I will try to present some details, which could be of your interest.

The Commune is located within the ----- Special Economic Zone which means some preferential conditions for entrepreneurs. All those entrepreneurs who would like to establish the company, build the factory and tent to increase the employment in this area do not have to pay the property tax up to 6 years. The tax relief is possible under condition that the entrepreneur invest at least 100 000 PLN, 200 000 PLN or 600 000 PLN and employ at least 1, 5 or 10 persons.

The mentioned tax relief does not cover such business activities as banking, petrol stations, trade activities, fish sector, basic agricultural products (European Union law regulation 2002 C 235) and wind energy distribution.

The detailed regulations in this case cover also the resolution Nr XLVII/401/09 and Nr XLVII/402/09 of the Local Council which is published on our website [www](#) in BIP folder (in Polish). The website is also in English.

Even for the entrepreneurs who do not fulfill the criteria for the property tax relief is profitable to locate their business within the Commune area because the property tax stakes are much lower here than on the area of the Communes in the neighbourhood.

Within the ----- Special Economic Zone we can offer 3 lands located approximately 0,5 km from the town:

- 2,7820 ha (nr 6) marked on the map enclosed per attachment as nr 1 which could be used for production activities or for warehouses
- 0,6235 ha (nr 14/1)
- 4,1804ha (nr 17/1) marked on the map as nr 2 which could be used for industrial and building activities or for warehouses.

Area marked as nr 1 is located very close to the railway ----- and the two other nearby the road ----- . All whose area is situated about 2,5km from the national road ----- and about 0,8km from the -----.

The existing infrastructure on the land above:

- gas- the terminal is located about 1900mb from the land
- water- the terminal is located about 600 and 2000 mb from the land
- energy- the terminal is located about 1,8 km from the land
- sanitation- the terminal is located about 600mb from the land

If you have any further questions, please do not hesitate to contact us. Please also take a look at our website (Polish, English and German version) at [www](#).

kind regards

Inspektor ds. pozyskiwania środków pomocowych
Urząd Miejski
Tel. -----
[www](#).

Odpowiedź nr 2

Dear Mr. -----

Answering your e-mail I send you parcels for your investment (the manufacture of organic food).

In -----:

1. parcel no 62 area 2,4913 ha + parcel no 60 area 0,0989 ha
 2. parcel no 146 area 2,4913 ha
 3. parcel no 3/2 area 0,8399 ha
 4. parcel no 7/1 area 1,3056 ha
 5. parcel no 49/5 area 7,5444 ha
 6. parcel no 49/6 area 5,6575 ha
- In ----- distance from ----- 12 km:
1. parcel no 172/1 area 1,0200 ha
- In ----- distance from ----- 1 km:
1. parcel no 153/1 area 0,6963 ha

The location of all parcels you can see on <http://maps.geoportal.gov.pl/> . In SZUKAJ you have to write name of the town and press enter. For more information please write on this e-mail back.

Please write me how big parcel yore are going to buy, and what exactly you will produce. The information will help me to place your investment in our community.

Regards

Urząd Miejski
Phone: -----

Odpowiedź nr 3

Dear Sir,

We are very pleased for your interest in our business offer.

When establishing the Economic Activity Zone in our town we were guided by the intention to offer land to investors which fulfils their highest expectations: a great location, well-developed infrastructure, availability of utility services, a serious and friendly administrator of the Zone, and plots of land immediately available for sale. If you decide to establish your business in the ----- Economic Activity Zone, you will choose a secure place to invest.

More information is available: www. or: www.

For your future inquiries we are sending contact details of a person in charge of entrepreneurship/ investments in our area:

Head of Municipal Administration and Agriculture Department
Tel. -----
Fax. -----
e-mail: -----

Faithfully yours,

Urząd Miasta -----
Wydział Promocji i Rozwoju Miasta
tel. -----
fax. -----

Załącznik 3. Formularz oceny gmin podczas audytu terenowego.

Ocena gmin Wizja lokalna

Nazwa gminy:

Powiat: Odwiedzający:

Województwo: PODKARPACKIE

Data odwiedzin: / / 2010

Kwestie do omówienia podczas wizyty:

1. Formalności potrzebne do zarejestrowania działalności gospodarczej
2. PKD – jak należy wypełnić? Co wpisać i skąd to wziąć?
3. Punkt konsultacyjny/punkt informacyjny/kompetentna osoba – miejsce w którym można by się dowiedzieć o funduszach unijnych?
4. Termin zarejestrowania działalności w danej gminie (ile trzeba czekać na wydanie zaświadczenia o wpisie?)

Cechy **obiektywne** Zaznaczyć krzyżykiem ocenę danej kategorii.

Nr	Kategoria	Tak	Nie
1	Czy otrzymaliśmy wniosek o wpis do ewidencji? <i>(lub czy wskazano miejsce, gdzie wnioski się znajdują – w tym adres strony internetowej)</i>		
2	Czy udzielono nam wskazówek dotyczących określenia PKD? <i>(m.in. jeden przejaw pomocy: pożyczanie klasyfikacji, udostępnienie klasyfikacji na miejscu do wglądu, wyszukanie określonej działalności w klasyfikacji, adres do strony z PKD)</i>		
3	Czy wskazano punkt konsultacyjny/informacyjny na temat środków unijnych? <i>(m.in. jedna wskazówka: dokładny adres/miejsce, nr telefonu, adres strony internetowej)</i>		
4	Czy na wydanie zaświadczenia o wpisie do ewidencji trzeba czekać krócej niż 7 dni od dnia złożenia wniosku?		
5	Czy otrzymano materiały informacyjne na temat danej gminy, zwłaszcza pod kątem inwestorów/przedsiębiorców? <i>(lub czy te materiały były dostępne do swobodnego zabrania)</i>		

Cechy **subiektywne** Zaznaczyć krzyżykiem ocenę danej kategorii.

Nr	Kategoria	Tak	Nie
1	Czy pracownik wygląda schludnie? <i>(czysta odzież, stosowny strój)</i>		
2	Czy miejsce pracy/stanowisko pracy danego urzędnika jest utrzymane w porządku?		
3	Czy wygląd urzędu jest estetyczny?		
4	Czy urząd jest właściwie oznakowany? <i>(łatwo jest odnaleźć drogę według oznakowań)</i>		
5	Czy w bezpośrednim sąsiedztwie urzędu znajduje się parking dla klientów?		
6	Czy pracownik urzędu zachowuje się w sposób uprzejmy?		
7	Czy pracownik urzędu wykazuje konstruktywne podejście do kwestii? <i>(chce pomóc rozwiązać problem)</i>		

Załącznik 4. Ranking gmin

Nazwa gminy	Województwo	Ocena stron internetowych	Ocena maili w języku polsku	Ocena maili w języku angielskim	Suma	Unormowana ocena	Klasa
Czaplinek (3)	ZACHODNIOPOMORSKIE	6	4	4,5	14,5	8,06	A
Gorlice (2)	MAŁOPOLSKIE	6	4	4,5	14,5	8,06	A
Bochnia (2)	MAŁOPOLSKIE	5	4	5	14	7,78	A
Bełchatów (2)	ŁÓDZKIE	8	5	0	13	7,22	A
Choszczno (3)	ZACHODNIOPOMORSKIE	5	3	5	13	7,22	A
Pobiedziska (3)	WIELKOPOLSKIE	8	5	0	13	7,22	A
Wiśniowa (2)	MAŁOPOLSKIE	5	4	3,5	12,5	6,94	A
Pszczyna (3)	ŚLĄSKIE	4	4	4	12	6,67	A
Drawsko Pomorskie (3)	ZACHODNIOPOMORSKIE	7	4	0	11	6,11	A
Gryfice (3)	ZACHODNIOPOMORSKIE	6	5	0	11	6,11	A
Kargowa (3)	LUBUSKIE	7	4	0	11	6,11	A
Kolonowskie (3)	OPOLSKIE	7	4	0	11	6,11	A
Mosina (3)	WIELKOPOLSKIE	7	4	0	11	6,11	A
Mszczonów (3)	MAZOWIECKIE	7	4	0	11	6,11	A
Olsztyn (2)	ŚLĄSKIE	7	4	0	11	6,11	A
Wieliczka (3)	MAŁOPOLSKIE	7	4	0	11	6,11	A
Żmigród (3)	DOLNOŚLĄSKIE	8	3	0	11	6,11	A
Trzebinia (3)	MAŁOPOLSKIE	6	0	4,5	10,5	5,83	A
Białe Błota (2)	KUJAWSKO-POMORSKIE	6	4	0	10	5,56	A
Biecz (3)	MAŁOPOLSKIE	6	4	0	10	5,56	A
Brenna (2)	ŚLĄSKIE	6	4	0	10	5,56	A
Brzesko (3)	MAŁOPOLSKIE	6	4	0	10	5,56	A
Bytów (3)	POMORSKIE	6	4	0	10	5,56	A
Jaworze (2)	ŚLĄSKIE	7	3	0	10	5,56	A
Kleszczewo (2)	WIELKOPOLSKIE	6	4	0	10	5,56	A
Lądek-Zdrój (3)	DOLNOŚLĄSKIE	7	3	0	10	5,56	A
Lubawka (3)	DOLNOŚLĄSKIE	5	5	0	10	5,56	A
Majdan Królewski (2)	PODKARPACKIE	7	3	0	10	5,56	A
Marklowice (2)	ŚLĄSKIE	6	4	0	10	5,56	A
Oborniki (3)	WIELKOPOLSKIE	6	4	0	10	5,56	A
Zabierzów (2)	MAŁOPOLSKIE	6	0	4	10	5,56	A
Boguchwała (2)	PODKARPACKIE	5	4	0	9	5,00	A
Bojadła (2)	LUBUSKIE	5	4	0	9	5,00	A
Bolków (3)	DOLNOŚLĄSKIE	5	4	0	9	5,00	A
Chynów (2)	MAZOWIECKIE	6	3	0	9	5,00	A
Cmolas (2)	PODKARPACKIE	4	5	0	9	5,00	A
Czarna (2)	PODKARPACKIE	6	3	0	9	5,00	A
Czudec (2)	PODKARPACKIE	6	3	0	9	5,00	A
Drezdenko (3)	LUBUSKIE	5	4	0	9	5,00	A
Głogów (2)	DOLNOŚLĄSKIE	5	4	0	9	5,00	A
Golub-Dobrzyń (2)	KUJAWSKO-POMORSKIE	7	2	0	9	5,00	A
Izabelin (2)	MAZOWIECKIE	5	4	0	9	5,00	A
Jarocin (3)	WIELKOPOLSKIE	5	4	0	9	5,00	A

Nazwa gminy	Województwo	Ocena stron internetowych	Ocena maili w języku polsku	Ocena maili w języku angielskim	Suma	Unormowana ocena	Klasa
Kęty (3)	MAŁOPOLSKIE	5	4	0	9	5,00	A
Lipusz (2)	POMORSKIE	5	4	0	9	5,00	A
Lubrza (2)	LUBUSKIE	6	3	0	9	5,00	A
Moszczenica (2)	ŁÓDZKIE	5	4	0	9	5,00	A
Myszków (1)	ŚLĄSKIE	5	4	0	9	5,00	A
Osielsko (2)	KUJAWSKO-POMORSKIE	5	4	0	9	5,00	A
Parysów (2)	MAZOWIECKIE	6	3	0	9	5,00	A
Rokietnica (2)	PODKARPACKIE	4	5	0	9	5,00	A
Skrzyszów (2)	MAŁOPOLSKIE	4	5	0	9	5,00	A
Stary Sącz (3)	MAŁOPOLSKIE	6	3	0	9	5,00	A
Stęszew (3)	WIELKOPOLSKIE	5	4	0	9	5,00	A
Stryków (2)	MAŁOPOLSKIE	5	4	0	9	5,00	A
Tarnów (2)	MAŁOPOLSKIE	6	3	0	9	5,00	A
Tuchów (3)	MAŁOPOLSKIE	5	4	0	9	5,00	A
Tyczyn (3)	PODKARPACKIE	6	3	0	9	5,00	A
Ujazd (3)	OPOLSKIE	6	3	0	9	5,00	A
Wielka Wieś (2)	MAŁOPOLSKIE	5	4	0	9	5,00	A
Wieprz (2)	MAŁOPOLSKIE	5	4	0	9	5,00	A
Wisła (1)	ŚLĄSKIE	5	4	0	9	5,00	A
Wschowa (3)	LUBUSKIE	4	5	0	9	5,00	A
Zebrzydowice (2)	ŚLĄSKIE	5	4	0	9	5,00	A
Długołęka (2)	DOLNOŚLĄSKIE	5	0	3,5	8,5	4,72	B
Brzostek (2)	PODKARPACKIE	5	3	0	8	4,44	B
Brzozów (3)	PODKARPACKIE	5	3	0	8	4,44	B
Czarna (2)	PODKARPACKIE	5	3	0	8	4,44	B
Dąbrowa Tarnowska (3)	MAŁOPOLSKIE	5	3	0	8	4,44	B
Dąbrówka (2)	MAZOWIECKIE	5	3	0	8	4,44	B
Dobrzyniewo Duże (2)	PODLASKIE	4	4	0	8	4,44	B
Domaradz (2)	PODKARPACKIE	5	3	0	8	4,44	B
Grabów nad Pilicą (2)	MAZOWIECKIE	5	3	0	8	4,44	B
Gromnik (2)	MAŁOPOLSKIE	5	3	0	8	4,44	B
Gródek nad Dunajcem (2)	MAŁOPOLSKIE	4	4	0	8	4,44	B
Hyżne (2)	PODKARPACKIE	5	3	0	8	4,44	B
Iwierzycy (2)	PODKARPACKIE	5	3	0	8	4,44	B
Jasień (3)	LUBUSKIE	4	4	0	8	4,44	B
Jedlicze (3)	PODKARPACKIE	4	4	0	8	4,44	B
Jeżewo (2)	KUJAWSKO-POMORSKIE	5	3	0	8	4,44	B
Jodłowa (2)	PODKARPACKIE	5	3	0	8	4,44	B
Kłaj (2)	MAŁOPOLSKIE	4	4	0	8	4,44	B
Kobyłka (1)	MAZOWIECKIE	5	3	0	8	4,44	B
Kołaczyce (2)	PODKARPACKIE	5	3	0	8	4,44	B
Kościan (2)	WIELKOPOLSKIE	5	3	0	8	4,44	B
Lubaczów (2)	PODKARPACKIE	4	4	0	8	4,44	B
Łubowo (2)	WIELKOPOLSKIE	4	4	0	8	4,44	B

Nazwa gminy	Województwo	Ocena stron internetowych	Ocena maili w języku polsku	Ocena maili w języku angielskim	Suma	Unormowana ocena	Klasa
Marki (1)	MAZOWIECKIE	5	3	0	8	4,44	B
Mogielnica (3)	MAZOWIECKIE	5	3	0	8	4,44	B
Mordy (3)	MAZOWIECKIE	5	3	0	8	4,44	B
Muszyna (3)	MAŁOPOLSKIE	4	4	0	8	4,44	B
Nadarzyn (2)	MAZOWIECKIE	5	3	0	8	4,44	B
Nowy Staw (3)	POMORSKIE	5	3	0	8	4,44	B
Ogrodzieniec (3)	ŚLĄSKIE	4	4	0	8	4,44	B
Olesno (2)	MAŁOPOLSKIE	5	3	0	8	4,44	B
Piechowice (1)	DOLNOŚLĄSKIE	5	3	0	8	4,44	B
Pieszycy (1)	DOLNOŚLĄSKIE	5	3	0	8	4,44	B
Pilzno (3)	PODKARPACKIE	5	3	0	8	4,44	B
Pyrzyce (3)	ZACHODNIOPOMORSKIE	5	3	0	8	4,44	B
Radomyśl Wielki (3)	PODKARPACKIE	4	4	0	8	4,44	B
Radzymin (3)	MAZOWIECKIE	5	3	0	8	4,44	B
Rymanów (3)	PODKARPACKIE	5	3	0	8	4,44	B
Rząśnik (2)	MAZOWIECKIE	4	4	0	8	4,44	B
Skawina (3)	MAŁOPOLSKIE	5	3	0	8	4,44	B
Spytkowice (2)	MAŁOPOLSKIE	4	4	0	8	4,44	B
Stara Biała (2)	MAZOWIECKIE	4	4	0	8	4,44	B
Stara Kiszewa (2)	POMORSKIE	4	4	0	8	4,44	B
Stary Zamość (2)	LUBELSKIE	5	3	0	8	4,44	B
Strzyżów (3)	PODKARPACKIE	5	3	0	8	4,44	B
Szczyrk (1)	ŚLĄSKIE	5	3	0	8	4,44	B
Szelków (2)	MAZOWIECKIE	5	3	0	8	4,44	B
Święta Katarzyna (3)	DOLNOŚLĄSKIE	4	4	0	8	4,44	B
Trzebiatów (3)	ZACHODNIOPOMORSKIE	5	3	0	8	4,44	B
Wadowice (3)	MAŁOPOLSKIE	5	3	0	8	4,44	B
Wiązownica (2)	PODKARPACKIE	5	3	0	8	4,44	B
Wielichowo (3)	WIELKOPOLSKIE	5	3	0	8	4,44	B
Wierzchosławice (2)	MAŁOPOLSKIE	5	3	0	8	4,44	B
Wolanów (2)	MAZOWIECKIE	5	3	0	8	4,44	B
Zaleszany (2)	PODKARPACKIE	5	3	0	8	4,44	B
Załuski (2)	MAZOWIECKIE	5	3	0	8	4,44	B
Żarki (3)	ŚLĄSKIE	6	2	0	8	4,44	B
Baboszewo (2)	MAZOWIECKIE	3	4	0	7	3,89	C
Bobrowniki (2)	ŚLĄSKIE	4	3	0	7	3,89	C
Bojanowo (3)	WIELKOPOLSKIE	4	3	0	7	3,89	C
Bolków (3)	DOLNOŚLĄSKIE	3	4	0	7	3,89	C
Brwinów (3)	MAZOWIECKIE	4	3	0	7	3,89	C
Brzyska (2)	PODKARPACKIE	4	3	0	7	3,89	C
Chorkówka (2)	PODKARPACKIE	4	3	0	7	3,89	C
Ciężkowice (3)	MAŁOPOLSKIE	4	3	0	7	3,89	C
Czernichów (2)	MAŁOPOLSKIE	4	3	0	7	3,89	C
Dębowiec (2)	ŚLĄSKIE	5	2	0	7	3,89	C

Nazwa gminy	Województwo	Ocena stron internetowych	Ocena maili w języku polsku	Ocena maili w języku angielskim	Suma	Unormowana ocena	Klasa
Dobra (Szczecińska) (2)	ZACHODNIOPOMORSKIE	3	4	0	7	3,89	C
Dubiecko (2)	PODKARPACKIE	4	3	0	7	3,89	C
Frysztak (2)	PODKARPACKIE	4	3	0	7	3,89	C
Garwolin (2)	MAZOWIECKIE	4	3	0	7	3,89	C
Gdów (2)	MAŁOPOLSKIE	5	2	0	7	3,89	C
Gorzyce (2)	PODKARPACKIE	4	3	0	7	3,89	C
Grodzisk Mazowiecki (3)	MAZOWIECKIE	7	0	0	7	3,89	C
Grójec (3)	MAZOWIECKIE	4	3	0	7	3,89	C
Jarosław (2)	PODKARPACKIE	4	3	0	7	3,89	C
Jasienica (2)	ŚLĄSKIE	4	3	0	7	3,89	C
Jasło (2)	PODKARPACKIE	4	3	0	7	3,89	C
Jerzmanowa (2)	DOLNOŚLĄSKIE	4	3	0	7	3,89	C
Jeżowe (2)	PODKARPACKIE	4	3	0	7	3,89	C
Komarów-Osada (2)	LUBELSKIE	4	3	0	7	3,89	C
Komorniki (2)	WIELKOPOLSKIE	4	3	0	7	3,89	C
Komprachcice (2)	OPOLSKIE	3	4	0	7	3,89	C
Krobia (3)	WIELKOPOLSKIE	4	3	0	7	3,89	C
Ksawerów (2)	ŁÓDZKIE	4	3	0	7	3,89	C
Laskowa (2)	MAŁOPOLSKIE	4	3	0	7	3,89	C
Lelis (2)	MAZOWIECKIE	4	3	0	7	3,89	C
Lidzbark (3)	WARMIŃSKO-MAZURSKIE	4	3	0	7	3,89	C
Lipnica Murowana (2)	MAŁOPOLSKIE	4	3	0	7	3,89	C
Lubsko (3)	LUBUSKIE	7	0	0	7	3,89	C
Mełgiew (2)	LUBELSKIE	4	3	0	7	3,89	C
Mogilany (2)	MAŁOPOLSKIE	7	0	0	7	3,89	C
Mszana Dolna (2)	MAŁOPOLSKIE	4	3	0	7	3,89	C
Niwiska (2)	PODKARPACKIE	3	4	0	7	3,89	C
Nowa Dęba (3)	PODKARPACKIE	4	3	0	7	3,89	C
Nowa Karczma (2)	POMORSKIE	4	3	0	7	3,89	C
Padew Narodowa (2)	PODKARPACKIE	5	2	0	7	3,89	C
Pakość (3)	KUJAWSKO-POMORSKIE	3	4	0	7	3,89	C
Piaski (2)	WIELKOPOLSKIE	4	3	0	7	3,89	C
Piława Górna (1)	DOLNOŚLĄSKIE	4	3	0	7	3,89	C
Poniatowa (3)	LUBELSKIE	7	0	0	7	3,89	C
Pruchnik (2)	PODKARPACKIE	3	4	0	7	3,89	C
Przeciszów (2)	MAŁOPOLSKIE	3	4	0	7	3,89	C
Puszczykowo (1)	WIELKOPOLSKIE	4	3	0	7	3,89	C
Pysznica (2)	PODKARPACKIE	7	0	0	7	3,89	C
Raba Wyżna (2)	MAŁOPOLSKIE	5	2	0	7	3,89	C
Radzanowo (2)	MAZOWIECKIE	4	3	0	7	3,89	C
Radziejowice (2)	MAZOWIECKIE	4	3	0	7	3,89	C
Rokietnica (2)	WIELKOPOLSKIE	5	2	0	7	3,89	C
Słopnice (2)	MAŁOPOLSKIE	3	4	0	7	3,89	C
Słupno (2)	MAZOWIECKIE	4	3	0	7	3,89	C

Nazwa gminy	Województwo	Ocena stron internetowych	Ocena maili w języku polsku	Ocena maili w języku angielskim	Suma	Unormowana ocena	Klasa
Stęszew (3)	WIELKOPOLSKIE	5	2	0	7	3,89	C
Strzegom (3)	DOLNOŚLĄSKIE	4	3	0	7	3,89	C
Susz (3)	WARMIŃSKO-MAZURSKIE	4	3	0	7	3,89	C
Suszec (2)	ŚLĄSKIE	4	3	0	7	3,89	C
Świerklany (2)	ŚLĄSKIE	4	3	0	7	3,89	C
Świeszyno (2)	ZACHODNIOPOMORSKIE	4	3	0	7	3,89	C
Tarnawatka (2)	LUBELSKIE	4	3	0	7	3,89	C
Wąsewo (2)	MAZOWIECKIE	4	3	0	7	3,89	C
Wąsosz (2)	PODLASKIE	4	3	0	7	3,89	C
Wietrzychowice (2)	MAŁOPOLSKIE	4	3	0	7	3,89	C
Wiśniowa (2)	PODKARPACKIE	4	3	0	7	3,89	C
Zabłudów (3)	PODLASKIE	3	4	0	7	3,89	C
Zaklików (2)	PODKARPACKIE	5	2	0	7	3,89	C
Zamość (2)	LUBELSKIE	4	3	0	7	3,89	C
Ząbkowice Śląskie (3)	DOLNOŚLĄSKIE	4	3	0	7	3,89	C
Zielonki (2)	MAŁOPOLSKIE	4	3	0	7	3,89	C
Rudnik nad Sanem (3)	PODKARPACKIE	3	0	3,5	6,5	3,61	C
Baranów Sandomierski (3)	PODKARPACKIE	6	0	0	6	3,33	D
Belsk Duży (2)	MAZOWIECKIE	6	0	0	6	3,33	D
Białobrzegi (2)	PODKARPACKIE	6	0	0	6	3,33	D
Biskupice (2)	MAŁOPOLSKIE	6	0	0	6	3,33	D
Bojanów (2)	PODKARPACKIE	3	3	0	6	3,33	D
Bolków (3)	DOLNOŚLĄSKIE	6	0	0	6	3,33	D
Brody (2)	LUBUSKIE	6	0	0	6	3,33	D
Brzesko (3)	MAŁOPOLSKIE	6	0	0	6	3,33	D
Buczkowice (2)	ŚLĄSKIE	2	4	0	6	3,33	D
Chelmiec (2)	MAŁOPOLSKIE	3	3	0	6	3,33	D
Chłopice (2)	PODKARPACKIE	2	4	0	6	3,33	D
Czchów (3)	MAŁOPOLSKIE	6	0	0	6	3,33	D
Dębica (2)	PODKARPACKIE	3	3	0	6	3,33	D
Dębica (2)	PODKARPACKIE	5	1	0	6	3,33	D
Dębowiec (2)	PODKARPACKIE	3	3	0	6	3,33	D
Dobczyce (3)	MAŁOPOLSKIE	6	0	0	6	3,33	D
Dopiewo (2)	WIELKOPOLSKIE	5	1	0	6	3,33	D
Dydnia (2)	PODKARPACKIE	3	3	0	6	3,33	D
Dygowo (2)	ZACHODNIOPOMORSKIE	3	3	0	6	3,33	D
Dzikowiec (2)	PODKARPACKIE	1	5	0	6	3,33	D
Gniezno (2)	WIELKOPOLSKIE	6	0	0	6	3,33	D
Goleszów (2)	ŚLĄSKIE	6	0	0	6	3,33	D
Granowo (2)	WIELKOPOLSKIE	3	3	0	6	3,33	D
Grybów (1)	MAŁOPOLSKIE	3	3	0	6	3,33	D
Grybów (2)	MAŁOPOLSKIE	3	3	0	6	3,33	D
Iwkowa (2)	MAŁOPOLSKIE	5	1	0	6	3,33	D
Iwonicz-Zdrój (3)	PODKARPACKIE	6	0	0	6	3,33	D

Nazwa gminy	Województwo	Ocena stron internetowych	Ocena maili w języku polsku	Ocena maili w języku angielskim	Suma	Unormowana ocena	Klasa
Kije (2)	ŚWIĘTOKRZYSKIE	3	3	0	6	3,33	D
Kluczbork (3)	OPOLSKIE	6	0	0	6	3,33	D
Kolbuszowa (3)	PODKARPACKIE	6	0	0	6	3,33	D
Koniusza (2)	MAŁOPOLSKIE	3	3	0	6	3,33	D
Końskowola (2)	LUBELSKIE	3	3	0	6	3,33	D
Korczyna (2)	PODKARPACKIE	3	3	0	6	3,33	D
Lanckorona (2)	MAŁOPOLSKIE	3	3	0	6	3,33	D
Legnickie Pole (2)	DOLNOŚLĄSKIE	6	0	0	6	3,33	D
Lipowa (2)	ŚLĄSKIE	2	4	0	6	3,33	D
Łomianki (3)	MAZOWIECKIE	3	3	0	6	3,33	D
Mszana Dolna (1)	MAŁOPOLSKIE	3	3	0	6	3,33	D
Niedźwiedź (2)	MAŁOPOLSKIE	3	3	0	6	3,33	D
Nowy Korczyn (2)	ŚWIĘTOKRZYSKIE	3	3	0	6	3,33	D
Nowy Wiśnicz (3)	MAŁOPOLSKIE	3	3	0	6	3,33	D
Odolanów (3)	WIELKOPOLSKIE	6	0	0	6	3,33	D
Orły (2)	PODKARPACKIE	6	0	0	6	3,33	D
Osiek (2)	KUJAWSKO-POMORSKIE	4	2	0	6	3,33	D
Pawłosiów (2)	PODKARPACKIE	3	3	0	6	3,33	D
Pawłów (2)	ŚWIĘTOKRZYSKIE	6	0	0	6	3,33	D
Pionki (2)	MAZOWIECKIE	6	0	0	6	3,33	D
Płoty (3)	ZACHODNIOPOMORSKIE	3	3	0	6	3,33	D
Polanka Wielka (2)	MAŁOPOLSKIE	3	3	0	6	3,33	D
Porąbka (2)	ŚLĄSKIE	4	2	0	6	3,33	D
Radgoszcz (2)	MAŁOPOLSKIE	3	3	0	6	3,33	D
Radków (3)	DOLNOŚLĄSKIE	6	0	0	6	3,33	D
Radomyśl nad Sanem (2)	PODKARPACKIE	5	1	0	6	3,33	D
Radymno (2)	PODKARPACKIE	2	4	0	6	3,33	D
Ropczyce (3)	PODKARPACKIE	6	0	0	6	3,33	D
Rożwienica (2)	PODKARPACKIE	4	2	0	6	3,33	D
Ryglice (3)	MAŁOPOLSKIE	3	3	0	6	3,33	D
Rzepiennik Strzyżewski (2)	MAŁOPOLSKIE	3	3	0	6	3,33	D
Samborzec (2)	ŚWIĘTOKRZYSKIE	3	3	0	6	3,33	D
Sękowa (2)	MAŁOPOLSKIE	3	3	0	6	3,33	D
Sępólno Krajeńskie (3)	KUJAWSKO-POMORSKIE	3	3	0	6	3,33	D
Skąpe (2)	LUBUSKIE	6	0	0	6	3,33	D
Solina (2)	PODKARPACKIE	4	2	0	6	3,33	D
Sulmierzyce (1)	WIELKOPOLSKIE	3	3	0	6	3,33	D
Świerklaniec (2)	ŚLĄSKIE	4	2	0	6	3,33	D
Ustroń (1)	ŚLĄSKIE	6	0	0	6	3,33	D
Wojaszówka (2)	PODKARPACKIE	3	3	0	6	3,33	D
Wolsztyn (3)	WIELKOPOLSKIE	6	0	0	6	3,33	D
Zielonka (1)	MAZOWIECKIE	4	2	0	6	3,33	D
Żarnów (2)	ŁÓDZKIE	6	0	0	6	3,33	D
Żyrzyn (2)	LUBELSKIE	3	3	0	6	3,33	D

Nazwa gminy	Województwo	Ocena stron internetowych	Ocena maili w języku polsku	Ocena maili w języku angielskim	Suma	Unormowana ocena	Klasa
Alwernia (3)	MAŁOPOLSKIE	5	0	0	5	2,78	D
Bełżyce (3)	LUBELSKIE	5	0	0	5	2,78	D
Besko (2)	PODKARPACKIE	5	0	0	5	2,78	D
Brańszczyk (2)	MAZOWIECKIE	5	0	0	5	2,78	D
Bukowsko (2)	PODKARPACKIE	5	0	0	5	2,78	D
Cekcyn (2)	KUJAWSKO-POMORSKIE	1	4	0	5	2,78	D
Chełm Śląski (2)	ŚLĄSKIE	3	2	0	5	2,78	D
Chmielnik (2)	PODKARPACKIE	3	2	0	5	2,78	D
Chodzież (2)	WIELKOPOLSKIE	5	0	0	5	2,78	D
Dębno (2)	MAŁOPOLSKIE	5	0	0	5	2,78	D
Dzierzkowice (2)	LUBELSKIE	5	0	0	5	2,78	D
Dzierżonów (2)	DOLNOŚLĄSKIE	5	0	0	5	2,78	D
Głuszycza (3)	DOLNOŚLĄSKIE	5	0	0	5	2,78	D
Gręboszów (2)	MAŁOPOLSKIE	3	2	0	5	2,78	D
Haczów (2)	PODKARPACKIE	2	3	0	5	2,78	D
Jaktorów (2)	MAZOWIECKIE	5	0	0	5	2,78	D
Jodłownik (2)	MAŁOPOLSKIE	2	3	0	5	2,78	D
Jonkowo (2)	WARMIŃSKO-MAZURSKIE	2	3	0	5	2,78	D
Józefów (1)	MAZOWIECKIE	4	1	0	5	2,78	D
Jutrosin (3)	WIELKOPOLSKIE	3	2	0	5	2,78	D
Kazimierz Dolny (3)	LUBELSKIE	5	0	0	5	2,78	D
Kępno (3)	WIELKOPOLSKIE	5	0	0	5	2,78	D
Klembów (2)	MAZOWIECKIE	5	0	0	5	2,78	D
Klucze (2)	MAŁOPOLSKIE	5	0	0	5	2,78	D
Kobiór (2)	ŚLĄSKIE	5	0	0	5	2,78	D
Konstancin-Jeziorna (3)	MAZOWIECKIE	5	0	0	5	2,78	D
Korzenna (2)	MAŁOPOLSKIE	2	3	0	5	2,78	D
Kosakowo (2)	POMORSKIE	5	0	0	5	2,78	D
Kozienice (3)	MAZOWIECKIE	5	0	0	5	2,78	D
Kozy (2)	ŚLĄSKIE	5	0	0	5	2,78	D
Krasiczyn (2)	PODKARPACKIE	5	0	0	5	2,78	D
Kurów (2)	LUBELSKIE	5	0	0	5	2,78	D
Kuźnica (2)	PODLASKIE	1	4	0	5	2,78	D
Lewin Kłodzki (2)	DOLNOŚLĄSKIE	1	4	0	5	2,78	D
Leżajsk (2)	PODKARPACKIE	5	0	0	5	2,78	D
Lipinki (2)	MAŁOPOLSKIE	2	3	0	5	2,78	D
Michałowice (2)	MAŁOPOLSKIE	5	0	0	5	2,78	D
Miedźno (2)	ŚLĄSKIE	3	2	0	5	2,78	D
Nałęczów (3)	LUBELSKIE	5	0	0	5	2,78	D
Nowa Sarzyna (3)	PODKARPACKIE	5	0	0	5	2,78	D
Obrazów (2)	ŚWIĘTOKRZYSKIE	2	3	0	5	2,78	D
Osiek Jasielski (2)	PODKARPACKIE	2	3	0	5	2,78	D
Pniewy (2)	MAZOWIECKIE	5	0	0	5	2,78	D
Przemysł (2)	PODKARPACKIE	5	0	0	5	2,78	D

Nazwa gminy	Województwo	Ocena stron internetowych	Ocena maili w języku polsku	Ocena maili w języku angielskim	Suma	Unormowana ocena	Klasa
Przeworsk (2)	PODKARPACKIE	5	0	0	5	2,78	D
Raszyn (2)	MAZOWIECKIE	5	0	0	5	2,78	D
Ryki (3)	LUBELSKIE	5	0	0	5	2,78	D
Rzezawa (2)	MAŁOPOLSKIE	5	0	0	5	2,78	D
Sadowie (2)	ŚWIĘTOKRZYSKIE	3	2	0	5	2,78	D
Sędziszów Małopolski (3)	PODKARPACKIE	5	0	0	5	2,78	D
Sękowa (2)	MAŁOPOLSKIE	3	2	0	5	2,78	D
Skolyszyn (2)	PODKARPACKIE	5	0	0	5	2,78	D
Sobolew (2)	MAZOWIECKIE	5	0	0	5	2,78	D
Stare Babice (2)	MAZOWIECKIE	5	0	0	5	2,78	D
Strzegowo (2)	MAZOWIECKIE	5	0	0	5	2,78	D
Szczurowa (2)	MAŁOPOLSKIE	5	0	0	5	2,78	D
Trzciana (2)	MAŁOPOLSKIE	2	3	0	5	2,78	D
Waśniów (2)	ŚWIĘTOKRZYSKIE	5	0	0	5	2,78	D
Witnica (3)	LUBUSKIE	5	0	0	5	2,78	D
Zabrodzie (2)	MAZOWIECKIE	3	2	0	5	2,78	D
Zarszyn (2)	PODKARPACKIE	5	0	0	5	2,78	D
Żołyń (2)	PODKARPACKIE	5	0	0	5	2,78	D
Babimost (3)	LUBUSKIE	4	0	0	4	2,22	E
Bobowa (2)	MAŁOPOLSKIE	2	2	0	4	2,22	E
Bolesław (2)	MAŁOPOLSKIE	2	2	0	4	2,22	E
Busko-Zdrój (3)	ŚWIĘTOKRZYSKIE	4	0	0	4	2,22	E
Chorzele (3)	MAZOWIECKIE	4	0	0	4	2,22	E
Czosnów (2)	MAZOWIECKIE	4	0	0	4	2,22	E
Głogów Małopolski (3)	PODKARPACKIE	4	0	0	4	2,22	E
Głogówek (3)	OPOLSKIE	4	0	0	4	2,22	E
Goszczyn (2)	MAZOWIECKIE	4	0	0	4	2,22	E
Igołomia-Wawrzeńczyce (2)	MAŁOPOLSKIE	2	2	0	4	2,22	E
Howa (3)	LUBUSKIE	4	0	0	4	2,22	E
Jerzmanowice-Przeginia (2)	MAŁOPOLSKIE	4	0	0	4	2,22	E
Józefów (1)	MAZOWIECKIE	4	0	0	4	2,22	E
Kalwaria Zebrzydowska (3)	MAŁOPOLSKIE	4	0	0	4	2,22	E
Kańczuga (3)	PODKARPACKIE	4	0	0	4	2,22	E
Kluczewsko (2)	ŚWIĘTOKRZYSKIE	4	0	0	4	2,22	E
Konopnica (2)	LUBELSKIE	4	0	0	4	2,22	E
Koprzywnica (3)	ŚWIĘTOKRZYSKIE	4	0	0	4	2,22	E
Kruklanki (2)	WARMIŃSKO-MAZURSKIE	1	3	0	4	2,22	E
Krzyszowice (3)	MAŁOPOLSKIE	4	0	0	4	2,22	E
Lubenia (2)	PODKARPACKIE	4	0	0	4	2,22	E
Łękawica (2)	ŚLĄSKIE	4	0	0	4	2,22	E
Łososina Dolna (2)	MAŁOPOLSKIE	4	0	0	4	2,22	E
Miejsce Piastowe (2)	PODKARPACKIE	4	0	0	4	2,22	E
Miejska Górka (3)	WIELKOPOLSKIE	1	3	0	4	2,22	E
Mielec (2)	PODKARPACKIE	4	0	0	4	2,22	E

Nazwa gminy	Województwo	Ocena stron internetowych	Ocena maili w języku polsku	Ocena maili w języku angielskim	Suma	Unormowana ocena	Klasa
Milicz (3)	DOLNOŚLĄSKIE	4	0	0	4	2,22	E
Mstów (2)	ŚLĄSKIE	4	0	0	4	2,22	E
Mucharz (2)	MAŁOPOLSKIE	4	0	0	4	2,22	E
Myszyniec (3)	MAZOWIECKIE	4	0	0	4	2,22	E
Niepołomice (3)	MAŁOPOLSKIE	4	0	0	4	2,22	E
Nowy Żmigród (2)	PODKARPACKIE	4	0	0	4	2,22	E
Olszewo-Borki (2)	MAZOWIECKIE	4	0	0	4	2,22	E
Ostrów (2)	PODKARPACKIE	4	0	0	4	2,22	E
Poświętne (2)	ŁÓDZKIE	4	0	0	4	2,22	E
Prószków (2)	OPOLSKIE	4	0	0	4	2,22	E
Rogoźno (3)	WIELKOPOLSKIE	4	0	0	4	2,22	E
Sadowne (2)	MAZOWIECKIE	4	0	0	4	2,22	E
Sanok (2)	PODKARPACKIE	4	0	0	4	2,22	E
Sieniawa (3)	PODKARPACKIE	4	0	0	4	2,22	E
Skala (3)	MAŁOPOLSKIE	3	1	0	4	2,22	E
Stawiguda (2)	WARMIŃSKO-MAZURSKIE	4	0	0	4	2,22	E
Stryżawa (2)	MAŁOPOLSKIE	1	3	0	4	2,22	E
Susiec (2)	LUBELSKIE	4	0	0	4	2,22	E
Tarnowiec (2)	PODKARPACKIE	4	0	0	4	2,22	E
Wojciechów (2)	LUBELSKIE	4	0	0	4	2,22	E
Zagórz (3)	PODKARPACKIE	4	0	0	4	2,22	E
Gryfów Śląski (3)	DOLNOŚLĄSKIE	3	1	0	3,5	1,94	F
Margonin (3)	WIELKOPOLSKIE	3	1	0	3,5	1,94	F
Borowie (2)	MAZOWIECKIE	3	0	0	3	1,67	F
Borzęcin (2)	MAŁOPOLSKIE	3	0	0	3	1,67	F
Dobra (2)	MAŁOPOLSKIE	3	0	0	3	1,67	F
Drwinia (2)	MAŁOPOLSKIE	3	0	0	3	1,67	F
Dukla (3)	PODKARPACKIE	3	0	0	3	1,67	F
Głucholazy (3)	OPOLSKIE	3	0	0	3	1,67	F
Gnojnik (2)	MAŁOPOLSKIE	3	0	0	3	1,67	F
Jasienica Rosielna (2)	PODKARPACKIE	3	0	0	3	1,67	F
Jawornik Polski (2)	PODKARPACKIE	3	0	0	3	1,67	F
Korczew (2)	MAZOWIECKIE	1	2	0	3	1,67	F
Krzyszów (2)	PODKARPACKIE	3	0	0	3	1,67	F
Lwówek Śląski (3)	DOLNOŚLĄSKIE	3	0	0	3	1,67	F
Łapanów (2)	MAŁOPOLSKIE	3	0	0	3	1,67	F
Łodygowice (2)	ŚLĄSKIE	3	0	0	3	1,67	F
Łużna (2)	MAŁOPOLSKIE	3	0	0	3	1,67	F
Medyka (2)	PODKARPACKIE	3	0	0	3	1,67	F
Nisko (3)	PODKARPACKIE	3	0	0	3	1,67	F
Nozdrzec (2)	PODKARPACKIE	3	0	0	3	1,67	F
Olesno (2)	MAŁOPOLSKIE	3	0	0	3	1,67	F
Osina (2)	ZACHODNIOPOMORSKIE	3	0	0	3	1,67	F
Pleśna (2)	MAŁOPOLSKIE	3	0	0	3	1,67	F

Nazwa gminy	Województwo	Ocena stron internetowych	Ocena maili w języku polsku	Ocena maili w języku angielskim	Suma	Unormowana ocena	Klasa
Promna (2)	MAZOWIECKIE	3	0	0	3	1,67	F
Pruszcz Gdański (2)	POMORSKIE	3	0	0	3	1,67	F
Przeclaw (2)	PODKARPACKIE	3	0	0	3	1,67	F
Siedlec (2)	WIELKOPOLSKIE	3	0	0	3	1,67	F
Siepraw (2)	MAŁOPOLSKIE	2	1	0	3	1,67	F
Spytkowice (2)	MAŁOPOLSKIE	3	0	0	3	1,67	F
Stopnica (2)	ŚWIĘTOKRZYSKIE	3	0	0	3	1,67	F
Świątniki Górne (3)	MAŁOPOLSKIE	2	1	0	3	1,67	F
Trynca (2)	PODKARPACKIE	3	0	0	3	1,67	F
Tuszyn (3)	ŁÓDZKIE	3	0	0	3	1,67	F
Uście Gorlickie (2)	MAŁOPOLSKIE	3	0	0	3	1,67	F
Wielopole Skrzyńskie (2)	PODKARPACKIE	3	0	0	3	1,67	F
Wilamowice (3)	ŚLĄSKIE	3	0	0	3	1,67	F
Wiśniew (2)	MAZOWIECKIE	3	0	0	3	1,67	F
Żegocina (2)	MAŁOPOLSKIE	3	0	0	3	1,67	F
Żyraków (2)	PODKARPACKIE	3	0	0	3	1,67	F
Brzeźnica (2)	LUBUSKIE	2	0	0	2	1,11	F
Goszczyn (2)	MAZOWIECKIE	2	0	0	2	1,11	F
Jedlińsk (2)	MAZOWIECKIE	2	0	0	2	1,11	F
Niebylec (2)	PODKARPACKIE	2	0	0	2	1,11	F
Policzna (2)	MAZOWIECKIE	1	1	0	2	1,11	F
Skórzec (2)	MAZOWIECKIE	2	0	0	2	1,11	F
Skrwilno (2)	KUJAWSKO-POMORSKIE	2	0	0	2	1,11	F
Suchedniów (3)	ŚWIĘTOKRZYSKIE	2	0	0	2	1,11	F
Świlcza (2)	PODKARPACKIE	2	0	0	2	1,11	F
Wąwolnica (2)	LUBELSKIE	2	0	0	2	1,11	F
Wojcieszków (2)	LUBELSKIE	2	0	0	2	1,11	F
Żurawica (2)	PODKARPACKIE	2	0	0	2	1,11	F
Dynów (1)	PODKARPACKIE	1	0	0	1	0,56	F
Kamień (2)	LUBELSKIE	1	0	0	1	0,56	F
Kamionka Wielka (2)	MAŁOPOLSKIE	1	0	0	1	0,56	F
Kraśnik (2)	LUBELSKIE	1	0	0	1	0,56	F
Latowicz (2)	MAZOWIECKIE	1	0	0	1	0,56	F
Linia (2)	POMORSKIE	1	0	0	1	0,56	F
Liszki (2)	MAŁOPOLSKIE	1	0	0	1	0,56	F
Mędrzechów (2)	MAŁOPOLSKIE	1	0	0	1	0,56	F
Policzna (2)	MAZOWIECKIE	1	0	0	1	0,56	F
Tuszczy (3)	MAZOWIECKIE	1	0	0	1	0,56	F

Źródło: Opracowanie własne.