

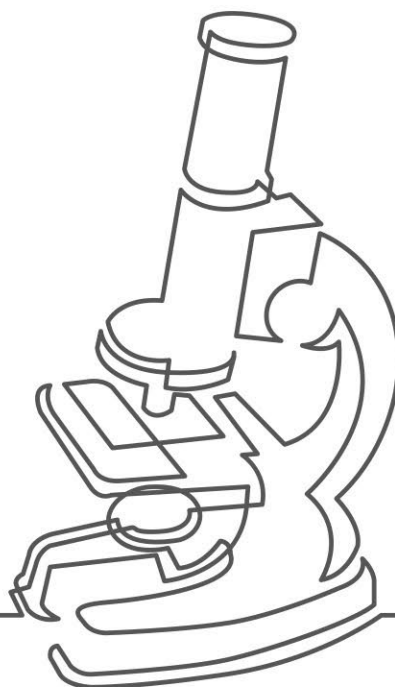


NARODOWA AGENCJA
WYMIANY AKADEMICKIEJ

STRESZCZENIE WYNIKÓW BADAŃ EWALUACYJNYCH ZREALIZOWANYCH W 2019 R.

Na podstawie Sprawozdania z działalności NAWA za rok 2019, str.: 74-79

ewaluacja



SPIS TREŚCI

1	ANALIZA WYNIKÓW NABORÓW DO PROGRAMÓW NAWA - ŹRÓDŁA INFORMACJI O PROGRAMACH NAWA.....	3
2	WYNIKI ANKIET EWALUACYJNYCH PRZEPROWADZONYCH W 2019 R.....	4
	PROGRAM PROM – MIĘDZYNARODOWA WYMIANA STYPENDIALNA DOKTORANTÓW I KADRY AKADEMICKIEJ (2018).....	4
	PROGRAM LEKTORZY 2018.....	5
	PROGRAM KURSY JĘZYKA I KULTURY POLSKIEJ DLA CUDZOZIEMCÓW	5
	PROGRAMY STUDENCKIE: IM. GEN. ANDERSA, IM. BANACHA ORAZ IM. ŁUKASIEWICZA	6
	PROGRAM STER – STYPENDIA DOKTORSKIE DLA CUDZOZIEMCÓW.....	7
3	BADANIE UŻYTECZNOŚCI DZIAŁAŃ PROMOCYJNYCH NAWA.....	8
4	ANALIZA WYNIKÓW NABORÓW DO PROGRAMÓW NAWA - ŹRÓDŁA INFORMACJI O PROGRAMACH NAWA	10
5	DODATKOWE BADANIA BENEFICJENTÓW NAWA.....	11
	ANKIETA WŚRÓD KOORDYNATORÓW I PARTNERÓW SIECI W PROGRAMIE CEEPUS II ..	11
	ANKIETA WŚRÓD BENEFICJENTÓW PROGRAMU IM. ULAMA.....	12

1 ANALIZA WYNIKÓW NABORÓW DO PROGRAMÓW NAWA - ŹRÓDŁA INFORMACJI O PROGRAMACH NAWA

W ramach analizy naborów dokonano przeglądu źródeł informacji, z jakich zagraniczni wnioskodawcy dowiadawali się o programach NAWA w latach 2018 i 2019. W programach adresowanych do zagranicznych studentów trzema najważniejszymi kanałami informacji o programie są: znajomi wnioskodawców, będący stypendystami programów NAWA; strona internetowa NAWA lub profil Agencji w mediach społecznościowych; dotychczasowa szkoła lub uczelnia. W następnej kolejności wymieniane są także polska placówka dyplomatyczna oraz strona lub profil kampanii Ready Study GO! Poland. Można więc zauważyć, że w programach: dla Polonii (II stopień) oraz im. Banacha najważniejszym źródłem informacji pozostaje znajoma osoba, będąca stypendystą NAWA (ponad 30% wskazań). Z kolei w programach adresowanych do studentów pochodzących z bardziej odległych od Polski krajów (z obu Ameryk, Afryki, Azji), tj. w programach im. Łukasiewicza czy Poland My First Choice, najpopularniejszym kanałem promowania programów NAWA jest strona internetowa (i profil) Agencji (ok 40% wskazań, a łącznie z portalem i profilem kampanii RSG! Poland – ponad 50%). Warto odnotować, że między rokiem 2018 a 2019 znaczenie źródeł internetowych obsługiwanych przez NAWA jako kanałów informacji o programach wzrosło. Natomiast w programie im. gen. Andersa, oferującym stypendia na studia I stopnia, oba ww. źródła informacji ustępują innemu kanałowi: dotychczasowej szkole wnioskodawcy (ponad 40% odpowiedzi).

Nieco inaczej prezentują się najskuteczniejsze kanały dotarcia z informacją o programie NAWA dla zagranicznych naukowców. Wnioskodawcy Programu im. Ulama w 2019 r. zdecydowanie najczęściej dowiadawali się o programie od kolegi pracującego w polskiej instytucji naukowej (39% wskazań) oraz następnie z kanałów internetowych NAWA (20%), z innych źródeł internetowych (15%) oraz poprzez swoją instytucję macierzystą (15%). Warto odnotować, że wnioskodawcy, którzy o programie dowiedzieli się od kolegów z polskich instytucji byli znacząco bardziej skuteczni w aplikowaniu niż pozostali; w tej grupie wskaźnik sukcesu był wyższy o ok. 10 pp. niż dla pozostałych wnioskodawców. Zapewne wnioski tej grupy naukowców, częściej niż pozostałe, przygotowywane były jako odpowiedź na rzeczywistą potrzebę rozpoczęcia lub kontynuacji współpracy naukowej pomiędzy jednostką wnioskodawcy a ośrodkiem goszczącym. Obserwacja ta potwierdza, że NAWA, prowadząc nabory do programów oferujących naukowcom z zagranicy średnio i długo terminowe pobyty w Polsce, powinna ściśle współpracować z polskimi instytucjami naukowymi – w zakresie skutecznego dotarcia z informacją o swojej ofercie do grupy docelowej.

2 WYNIKI ANKIET EWALUACYJNYCH PRZEPROWADZONYCH W 2019 R.

PROGRAM PROM – MIĘDZYNARODOWA WYMIANA STYPENDIALNA DOKTORANTÓW I KADRY AKADEMICKIEJ (2018)

W ramach ewaluacji bieżącej programu PROM (edycja 2018) przeprowadzono dwie ankiety: – wśród beneficjentów (na zakończenie projektu) oraz – wśród uczestników mobilności (na zakończenie wyjazdu). Pierwszą z ww. ankiet zrealizowano w okresie: październik – listopad 2019 r., wzięli w niej udział wszyscy beneficjenci programu (N=30), drugą prowadzono przez cały okres realizacji programu, uczestniczyło w niej 1689 osób (tj. 93% uczestników mobilności).

Zarówno beneficjenci programu, jak i uczestnicy mobilności, bardzo wysoko ocenili wsparcie uzyskane w programie PROM: 24 beneficjentów oceniło, że udział w programie był „bardzo użyteczny” dla umiędzynarodowienia ich instytucji; pozostali ocenili program jako „użyteczny”; wszyscy beneficjenci zadeklarowali gotowość ponownego uczestnictwa w programie⁶. Wśród uczestników mobilności wszyscy zadeklarowali „zadowolenie” z pobytu za granicą, a 99,8% poleciłoby udział w programie PROM osobom ze swojej jednostki; uzasadniano to możliwościami rozwoju naukowego i zawodowego, możliwościami nawiązania współpracy międzynarodowej, satysfakcjonującego finansowania, przyjazną, niezbiurokratyzowaną formą programu oraz jego unikalnością. Wśród najważniejszych uzyskanych efektów mobilności ich uczestnicy wymieniali: przyrost wiedzy z określonej dziedziny (ponad 98% wskazań), umiejętności nawiązywania i podtrzymywania współpracy z zagranicznymi partnerami (96%), podniesienia kompetencji językowych (93%), wiedzy z zakresu specjalistycznego słownictwa i związanej z wykonywaną pracą (po 91%).

Przedstawiciele beneficjentów widzą potencjał rozwojowy w odniesieniu do wyjazdów doktorantów i kadry z Polski: 24 (na 30) respondentów zadeklarowało, że przy zwiększonym budżecie byłoby w stanie „wysłać” za granicę co najmniej o 50% doktorantów, a połowa badanych co najmniej 50% więcej przedstawicieli kadry akademickiej.

Propozycje zmian w programie były nieliczne; zależnie od obszaru formułowane były przez kilka osób (do 5) lub pojedyncze osoby; jedyny wyraźnie widoczny postulat, sformułowany przez połowę przedstawicieli uczelni i instytutów to uwzględnienie kosztów administracyjnych w katalogu kosztów kwalifikowalnych.

⁶ Nikt nie ocenił programu jako: „umiarkowanie użyteczny” lub „użyteczny jedynie w niewielkim stopniu”.

PROGRAM LEKTORZY 2018

Ankieta prowadzona była w okresie: lipiec-październik 2019 roku; badaniem objęci byli wszyscy lektorzy – stypendyści NAWA prowadzący zajęcia z języka polskiego na zagranicznych uczelniach w roku akademickim 2018/2019. We wskazanym okresie na ankietę odpowiedzieli wszyscy beneficjenci programu poza jedną osobą, dla której rok akademicki nadal trwał (N=84).

Lektorzy są zadowoleni z pobytu za granicą w ramach programu (91%), 85% z nich poleciłoby udział w programie swojej znajomej lub swojemu znajomemu. Główną zaletą uczestnictwa w nim, w opinii respondentów, jest przede wszystkim możliwość szeroko rozumianego rozwoju osobistego i zawodowego (57 wskazań) oraz sposób na poznanie świata i nowych kultur (22 wskazania) w połączeniu z ciekawą pracą. Dla niemal co czwartego respondenta zaletą udziału w programie jest również możliwość sprawdzenia się w zupełnie odmiennym otoczeniu, wymagającym adaptacji i umiejętności poradzenia sobie z wyzwaniami często niespotykanymi w Polsce. Osiem na dziesięć osób zadeklarowało, że wyjazd wzmocnił ich kompetencje zawodowe. W odpowiedzi na pytanie o warunki materialne pobytu za granicą większość lektorów (54 osoby) zadeklarowała, że była w stanie zaspokoić wszystkie lub najważniejsze potrzeby bytowe, natomiast 12 osób (14%) wskazało, że miało problemy z zaspokojeniem swoich podstawowych potrzeb, z czego trzy osoby – często.

Zdecydowana większość (76%) uczestników programu pozytywnie oceniła wsparcie udzielane im przez pracowników NAWA. Większość spośród pozostałych osób zadeklarowała, że nie miała potrzeby korzystać ze wsparcia Agencji. Respondenci docenili przede wszystkim sprawną komunikację mailową z pracownikami, szybkie odpowiadanie z ich strony na rozmaite zapytania związane ze sprawami organizacyjnymi (37 wskazań). Natomiast najczęściej wskazywanym niedostatkiem (15 wskazań) był niedosyt informacji w zakresie organizacji wyjazdu oraz spraw pobytowych; zgłaszano też (17 wskazań) oczekiwanie większego zainteresowania NAWA warunkami pracy lektora w docelowym ośrodku akademickim, postulowano wcześniejsze informowanie lektorów o terminach Letnich kursów języka i kultury polskiej (9) oraz poprawę warunków finansowych lektorów (11).

PROGRAM KURSY JĘZYKA I KULTURY POLSKIEJ DLA CUDZOZIEMCÓW

Ankieta dystrybuowana wśród uczestników kursów letnich służy Agencji do ewaluacji programu, jak również do oceny ośrodków prowadzących kursy, od której uzależniona jest wysokość ich finalnego wynagrodzenia. Ankieta została przeprowadzona po zakończeniu kursu (lipiec-sierpień 2019 r.); do badania zaproszono wszystkich 696 uczestników, ostatecznie ankiety wypełniło 645 osób, tj. 94% wszystkich kursantów.

Kursy są bardzo wysoko oceniane przez uczestników: 96% ankietowanych deklaruje, że kurs spełnił ich oczekiwania (aż 51% respondentów oceniło, że spełnił w najwyższym stopniu, a 33%, że w wysokim). Kursy bez wątplenia spełniają swoje podstawowe cele, ich absolwenci lepiej znają język i kulturę polską; lepszą znajomości języka polskiego potwierdza: w najwyższym stopniu – 43%; w wysokim stopniu – 33%; w dość wysokim stopniu – 19%; lepszą znajomość polskiej kultury deklaruje odpowiednio: 39%, 36%, 19%. Jeszcze wyższe oceny otrzymali sami lektorzy; zdecydowana większość respondentów (79%) przyznała im najwyższą ocenę: „świetni

nauczyciele”, a kolejne 14% ankietowanych – drugą najwyższą ocenę: „bardzo dobrzy nauczyciele”.

Uczestnicy kursów mają istotny potencjał jako przyszli studenci polskich uczelni; kończąc kurs ponad połowa z nich (56%) deklaruje, że chciałaby studiować w Polsce, a kolejne 29% rozważa taką możliwość. W interesie NAWA leży podtrzymanie kontaktu z absolwentami kursów – w kilku kolejnych latach warto kierować do tych osób ofertę stypendialną Agencji.

PROGRAMY STUDENCKIE: IM. GEN. ANDERSA, IM. BANACHA ORAZ IM. ŁUKASIEWICZA

Ankieta objęto wszystkich stypendystów programów studenckich NAWA, do których nabory przeprowadzono w 2018 r. W roku akademickim 2018/2019 część z nich odbyła tylko kurs przygotowawczy do studiowania w języku polskim (53%), część przez dwa semestry studiowała (45%), a 15 osób (2%) odbywało kurs w I semestrze oraz rozpoczęło studia w drugim (taką możliwość mają stypendyści programu im. Łukasiewicza). Ankieta miała na celu pozyskanie opinii stypendystów na temat ukończonego przez nich kursu przygotowawczego oraz zapytanie studentów o ich ocenę dotychczasowego pobytu i studiów w Polsce. Badanie prowadzono w okresie: październik-listopad 2019 r., zebrano 686 kompletnych ankiet, co oznacza, że wzięło w nim udział 89% zaproszonych osób.

W grupie uczestników kursu najliczniej reprezentowani byli stypendyści programu dla Polonii – I stopień (81%), następnie uczestnicy programu im. Łukasiewicza (15%) oraz stypendyści programu dla Polonii – II stopień (3,5%). Absolwenci kursów różnie oceniają ich efekty zależnie od tego czy są stypendystami programów dla Polonii czy programu im. Łukasiewicza. W tej ostatniej grupie aż 42% uczestników kursu nie zgodziło się ze stwierdzeniem, że po ukończeniu kursu ich znajomość języka polskiego umożliwi im studiowanie w tym języku, kolejne 35% – nie miało jednoznacznego zdania na ten temat, a jedynie 23% zgodziło się z tym stwierdzeniem. Wśród stypendystów drugiego z omawianych programów deklaracje te były zdecydowanie odmienne: 89% absolwentów kursu czuło się przygotowanymi do studiów w języku polskim. Deklaracje te są zbieżne z oceną poziomu znajomości języka: stypendyści programu im. Łukasiewicza najczęściej deklarują znajomość polskiego na poziomie A2 (40%) oraz B1 (32%) i A1 (18%), natomiast w grupie beneficjentów programu dla Polonii najczęstszymi poziomami są C1 (49%) i B2 (43%). Warto jednak zwrócić uwagę, że stypendyści programu im. Łukasiewicza mają możliwość realizacji programu studiów, po zakończeniu ww. kursu, również w języku angielskim.

Wszystkim ankietowanym – zarówno uczestnikom kursu, jak i studentom – zadano też pytania o ogólne zadowolenie z udziału w programie oraz o gotowość polecenia programu swoim znajomym. W pierwszym przypadku odnotowano zdecydowanie pozytywne oceny we wszystkich programach, choć stypendyści programu im. Łukasiewicza są wyraźnie mniej entuzjastyczni niż pozostali: 90% z nich jest zadowolonych lub bardzo zadowolonych, podczas, gdy w każdym z pozostałych programów odsetek ten wynosi 99%. W kontekście celu, jaki przed programami studenckimi stawia NAWA (Promocja Polski jako kraju atrakcyjnych możliwości edukacyjnych i naukowych) ważne są deklaracje stypendystów odnośnie do gotowości polecenia programu swoim znajomym. Najlepiej w tym aspekcie wypada program dla Polonii

(II stopień): wskaźnik NPS⁷ dla tego programu wynosi: 84. Następne w kolejności są programy: Polonia I (77), im. Banacha (67) oraz Polonia III (56). Zdecydowanie najniższą wartość odnotowano dla programu im. Łuksiewicza: 28. Ten ostatni wynik wydaje się niski, zwłaszcza w zestawieniu z pomiarem, którego dokonano dla tego programu w badaniu ewaluacyjnym przeprowadzonym przez NAWA w 2018 r., kiedy to odnotowano wartość: 48. Również w przypadku programu im. Banacha w 2018 r, odnotowano lepszy wynik: 88.⁸

PROGRAM STER – STYPENDIA DOKTORSKIE DLA CUDZOZIEMCÓW

Ankieta ewaluacyjna została przeprowadzona w okresie październik-listopad 2019 r. po I kluczowym etapie projektu, polegającym na przeprowadzenia działań promujących studia doktorskie prowadzone przez Beneficjentów wśród cudzoziemców oraz przeprowadzeniu naboru do szkoły doktorskiej. Od skuteczności tych działań (tj. liczby kandydatów i zrekrutowanych doktorantów) zależało dalsze powodzenie projektu. Ankieta miała na celu proste sprawdzenie, czy beneficjentom udało się zwiększyć liczbę cudzoziemców na studiach doktorskich w porównaniu z naborami prowadzonymi w poprzednich latach oraz czy zaplanowane przez nich działania promujące studia doktorskie okazały się skuteczne, a także które z nich miały charakter innowacji.

Kwestionariusz wypełniło wszystkich sześciu beneficjentów, przy czym jedna z uczelni, realizująca dwa projekty, wypełniła dwie ankiety. W 5 spośród 7 realizowanych projektów skutecznie postawiono pierwszy kluczowy krok w kierunku realizacji celów programu, w tym zwłaszcza pierwszego celu szczegółowego, jakim jest Wzrost liczby doktorantów kształcących się w Polsce. W dwóch przypadkach odnotowano znaczący wzrost zarówno liczby kandydujących, jak i przyjętych cudzoziemców względem zeszłorocznego naboru, w kolejnych dwóch projektach przyjęto niemal wyłącznie cudzoziemców, podczas gdy rok wcześniej wszyscy przyjęci byli Polakami, w piątym przypadku nabór prowadzony był po raz pierwszy, natomiast osiągnięto wysoki odsetek obcokrajowców przyjętych do szkoły doktorskiej: 7/30 (23%). W pozostałych dwóch przypadkach: – w jednym projekcie utrzymano zarówno liczbę,

⁷ Wskaźnik NPS (Net Promotor Score; różnica między odsetkiem grupy deklarującej skłonność do polecenia programu/marki (promotorzy), a odsetkiem osób zdystansowanych do programu/marki (krytycy)) jest powszechnie stosowanym w biznesie, prostym, opartym na jednym pytaniu ankietowym, miernikiem lojalności klientów czy też kondycji marki. Wskaźnik bywa też stosowany w ocenie programów publicznych czy działalności szkół wyższych (średnia wartość wskaźnika dla uczelni w Wielkiej Brytanii to: 40, a dla 24 najlepszych uczelni w tym kraju: 80)

⁸ Tytuł badania: Programy stypendialne im. Stefana Banacha i Ignacego Łukasiewicza jako narzędzia realizacji celów NAWA oraz forma pomocy rozwojowej ; niższe wartości odnotowane w ankiecie ewaluacyjnej przeprowadzonej w 2019 r. mogą po części wynikać z faktu, że w ankiecie w 2019 r. uczestniczyły wyłącznie osoby mające za sobą 1 rok pobytu w Polsce, podczas gdy wspomniane badanie z 2018 r. obejmowało wszystkich stypendystów programu.

jak i (bardzo wysoki) odsetek cudzoziemców z naboru sprzed roku: 9/12 (75%), – w drugim przypadku rezultaty naboru nie spełniły minimalnych wymagań programu i realizacja projektu została zakończona.

Beneficjenci programu STER na etapie promocji szkoły doktorskiej zaplanowali we wnioskach i realizowali od 1 do 5 działań promocyjnych; analiza ankiet ewaluacyjnych pozwala stwierdzić, że 5 uczelni, które przeprowadziły najskuteczniejsze nabory to te same uczelnie, które realizowały największą liczbę działań promocyjnych: 4 lub 5. Kompleksowość i dywersyfikacja działań promocyjnych okazała się skuteczna w przypadku tych uczelni.

Ubieganie się o wsparcie w programie STER skłoniło uczelnie do podjęcia działań nowatorskich: w 5 realizowanych projektach wszystkie działania promocyjne realizowane były przez instytucję po raz pierwszy, w kolejnym przedsięwzięciu – działania nowe stanowiły większość. Beneficjenci zadeklarowali, że większość z nowych rozwiązań będą kontynuowali w kolejnych naborach.

3 BADANIE UŻYTECZNOŚCI DZIAŁAŃ PROMOCYJNYCH NAWA

Głównym tematem badania uczyniono działania oferowane przez NAWA w ramach kampanii Ready Study Go! Poland w 2019 r. Projekt badawczy zrealizowano w dwóch etapach. W okresie: lipiec – wrzesień przeprowadzono online badanie ankietowe wśród przedstawicieli uczelni korzystających z działań promocyjnych Agencji. Następnie – po dokonaniu analizy wyników – w grudniu przygotowano koncepcję oraz narzędzia badania mającego na celu pogłębienie i uzupełnienie wyników ilościowych; w dwóch kolejnych miesiącach przeprowadzono badanie jakościowe. Pierwszy etap badania miał charakter otwarty: do udziału w ankiecie zaproszono wszystkie uczelnie, które miały kontakt z działaniami promocyjnymi NAWA; ostatecznie kompletnie wypełnione kwestionariusze przekazało Agencji 45 podmiotów (28 uczelni publicznych, 15 uczelni niepublicznych, instytut naukowy PAN oraz KRASP). W drugiej części badania przeprowadzono 18 wywiadów pogłębionych z zajmującym kierownicze stanowiska przedstawicielami 9 uczelni uczestniczących w działaniach prowadzonych w ramach kampanii RSG!P oraz 9 nie mających tego doświadczenia. Wybrane szkoły wyższe były w zdecydowanej większości (16) uczelniami publicznymi, były zlokalizowane w 10 województwach oraz reprezentowały różne rodzaje uczelni.

Przedstawiciele uczelni biorących udział w kampanii RSG!P ocenili pozytywnie zarówno samą kampanię jak i inne formy wsparcia ze strony NAWA. Pozwalają one uczelniom na osiągnięcie strategicznych założeń umiędzynarodowienia. Zdaniem respondentów kampania RSG!P przyczyniła się do zwiększenia rozpoznawalności marki Polski na zagranicznych rynkach edukacyjnych, a w rezultacie do większej rozpoznawalności uczelni polskich, zwiększenia liczby zagranicznych studentów oraz efektywniejszej współpracy z uczelniami i instytucjami zagranicznymi w zakresie realizacji międzynarodowych projektów naukowo-badawczych.

Patronat rządowy oraz wsparcie placówek dyplomatycznych to wartości kampanii, które zostały uznane za najbardziej charakterystyczne cechy kampanii, sprzyjające zwiększeniu

rozpoznawalności Polski i uczelni polskich za granicą. Głównymi korzyściami z udziału w kampanii RSG!P wymienianymi przez uczelnie są: możliwość prowadzenia efektywnej promocji zagranicznej, zwiększenie liczby studentów zagranicznych, nawiązywanie kontaktów z uczelniami zagranicznymi; udział w prestiżowych targach edukacyjnych, umożliwiające pozyskanie zarówno zagranicznych studentów, jak i nawiązywanie relacji z uczelniami oraz innymi potencjalnymi partnerami do realizacji projektów naukowo-badawczych; pozyskiwanie dodatkowych środków finansowych na promocję zagraniczną; zdobycie doświadczenia w docieraniu na często odległe zagraniczne rynki edukacyjne; możliwość wymiany pozytywnych doświadczeń pomiędzy uczelniami krajowymi, postrzeganymi często do tej pory głównie w kategoriach konkurencji, a nie partnerów.

Uczestnicy ankiety dokonali m.in. wielowymiarowej oceny wydarzeń zorganizowanych przez NAWA za granicą w pierwszej połowie 2019 r. Wśród ankietowanych najliczniej obecni byli uczestnicy spotkań: misji edukacyjnej w Uzbekistanie i Tadżykistanie, misji edukacyjnej w Indiach, Targów w Gruzji, Targów i konferencji APAIE – Malezja oraz Dni nauki polskiej w Grecji. W przypadku każdego z tych wydarzeń wysoko lub bardzo wysoko oceniono organizację i przygotowanie polskiego stoiska narodowego; takie same oceny NAWA otrzymała też za organizację dodatkowych spotkań towarzyszących w trakcie ww. wydarzeń, przy czym pod tym względem nieco niżej oceniono Targi w Gruzji (dominowały oceny średnie lub dobre). Ponad połowa uczestników wyjazdów do: Malezji, Indii, Uzbekistanu i Tadżykistanu oraz Grecji potwierdziła, że po powrocie do Polski nawiązała współpracę z co najmniej jednym partnerem poznanym podczas wyjazdu; najczęściej wskazywane cele współpracy nawiązanej w wyniku wyjazdów w ramach kampanii RSG!P to: zwiększenie liczby kandydatów na studia, współpraca naukowa, wspólne studia oraz wymiana akademicka.

Elementami wydarzeń w ramach kampanii RSG!P szczególnie cennymi dla badanych są: rezerwacja, opłacenie i wyposażenie stoisk na targach; spotkania rekrutacyjne z potencjalnymi studentami; organizacja dodatkowych spotkań z przedstawicielami lokalnych uczelni, władz, młodzieżą, środowiskami polonijnymi; koordynacja programu polskiej delegacji oraz współpracy uczelni biorących udział w targach; prowadzenie portalu Go-Poland. Jako wymagające usprawnień najczęściej wskazywano: spotkania rekrutacyjne z potencjalnymi studentami (lepsze przygotowanie spotkających się stron, więcej spotkań); informowanie o innych (niż NAWA) inicjatywach i ofertach stypendialnych dla cudzoziemców organizowanych przez zagraniczne i krajowe instytucje (np. stypendia akademickie, unijne i komercyjne); jakość przygotowania uczelni do prezentowania swojej oferty podczas delegacji; zakres i aktualność informacji prezentowanych na portalu Go-Poland⁹.

⁹ Informacja o działaniach podjętych w tym zakresie znajduje się w części 3.3, na stronie 65 niniejszego sprawozdania się w krajach spoza Unii Europejskiej, mających strategiczne znaczenie dla wielu uczelni uczestniczących w kampanii RSG!P.

Dla uczestników badania priorytetowymi geograficznymi kierunkami rozwoju są: Azja Centralna (30 wskazań w badaniu ankietowym), Europa Wschodnia (23), Azja Południowa i Południowo-Wschodnia (20), Azja Wschodnia (20). Natomiast za priorytetowe zagadnienia w zakresie umiędzynarodowienia – które warto podjąć podczas kolejnych konferencji z cyklu Direct to internationalization – uznano: wspieranie uczelni w zakresie budowania strategii promocji zagranicznej oraz omówienie przy udziale przedstawicieli MSZ i MSWiA problemów, jakich doświadczają cudzoziemcy starający się o polską wizę. Badani zwracali uwagę na pilną potrzebę rozwiązań systemowych, które zwiększą jakość i efektywność obsługi konsularnej przez placówki dyplomatyczne znajdujące

Uczelnie nie biorące udziału w kampanii RSG!P wyjaśniały swoją absencję brakiem potrzeby uczestnictwa w kampanii (w tym brakiem zainteresowania udziałem w zagranicznych targach edukacji wyższej) lub też brakiem wystarczającej informacji na jej temat. Agencja powinna cyklicznie weryfikować kompletność, aktualność i „skuteczność” swojej bazy kontaktów, wykorzystywanej do dystrybuowania informacji o ofercie w ramach kampanii RSG!P oraz innych swoich działaniach. W szczególności należy zwrócić uwagę, aby w poszczególnych uczelniach docierać z informacją do wszystkich kluczowych komórek zajmujących się promocją zagraniczną, ponieważ niekiedy działania te podejmowane są równolegle przez więcej niż jeden zespół i aktywności te nie są ze sobą dobrze skoordynowane i skomunikowane wewnątrz uczelni.

4 ANALIZA WYNIKÓW NABORÓW DO PROGRAMÓW NAWA - ŹRÓDŁA INFORMACJI O PROGRAMACH NAWA

W ramach analizy naborów dokonano przeglądu źródeł informacji, z jakich zagraniczni wnioskodawcy dowiadawali się o programach NAWA w latach 2018 i 2019. W programach adresowanych do zagranicznych studentów trzema najważniejszymi kanałami informacji o programie są: znajomi wnioskodawców, będący stypendystami programów NAWA; strona internetowa NAWA lub profil Agencji w mediach społecznościowych; dotychczasowa szkoła lub uczelnia. W następnej kolejności wymieniane są także polska placówka dyplomatyczna oraz strona lub profil kampanii Ready Study GO! Poland. Można więc zauważyć, że w programach: dla Polonii (II stopień) oraz im. Banacha najważniejszym źródłem informacji pozostaje znajoma osoba, będąca stypendystą NAWA (ponad 30% wskazań). Z kolei w programach adresowanych do studentów pochodzących z bardziej odległych od Polski krajów (z obu Ameryk, Afryki, Azji), tj. w programach im. Łukasiewicza czy Poland My First Choice, najpopularniejszym kanałem promowania programów NAWA jest strona internetowa (i profil) Agencji (ok 40% wskazań, a łącznie z portalem i profilem kampanii RSG! Poland – ponad 50%). Warto odnotować, że między rokiem 2018 a 2019 znaczenie źródeł internetowych obsługiwanych przez NAWA jako kanałów informacji o programach wzrosło. Natomiast w programie im. gen. Andersa, oferującym stypendia na studia I stopnia, oba ww. źródła informacji ustępują innemu kanałowi: dotychczasowej szkole wnioskodawcy (ponad 40% odpowiedzi).

Nieco inaczej prezentują się najskuteczniejsze kanały dotarcia z informacją o programie NAWA dla zagranicznych naukowców. Wnioskodawcy Programu im. Ulama w 2019 r. zdecydowanie najczęściej dowiadywali się o programie od kolegi pracującego w polskiej instytucji naukowej (39% wskazań) oraz następnie z kanałów internetowych NAWA (20%), z innych źródeł internetowych (15%) oraz poprzez swoją instytucję macierzystą (15%). Warto odnotować, że wnioskodawcy, którzy o programie dowiedzieli się od kolegów z polskich instytucji byli znacząco bardziej skuteczni w aplikowaniu niż pozostali; w tej grupie wskaźnik sukcesu był wyższy o ok. 10 pp. niż dla pozostałych wnioskodawców. Zapewne wnioski tej grupy naukowców, częściej niż pozostałe, przygotowywane były jako odpowiedź na rzeczywistą potrzebę rozpoczęcia lub kontynuacji współpracy naukowej pomiędzy jednostką wnioskodawcy a ośrodkiem goszczącym. Obserwacja ta potwierdza, że NAWA, prowadząc nabory do programów oferujących naukowcom z zagranicy średnio i długo terminowe pobyty w Polsce, powinna ściśle współpracować z polskimi instytucjami naukowymi – w zakresie skutecznego dotarcia z informacją o swojej ofercie do grupy docelowej.

5 DODATKOWE BADANIA BENEFICJENTÓW NAWA

W okresie sprawozdawczym przeprowadzono dwa dodatkowe badania ankietowe, nie uwzględnione w Planie ewaluacji działań NAWA na 2019 r.: ankietę wśród koordynatorów i partnerów sieci w Programie CEEPUS oraz ankietę wśród beneficjentów programu im. Ulama.

ANKIETA WŚRÓD KOORDYNATORÓW I PARTNERÓW SIECI W PROGRAMIE CEEPUS II

Celem ankiety było m.in. rozpoznanie motywacji do uczestnictwa w programie, jego efektów dla polskich uczelni, użyteczności programu dla umiędzynarodowienia oraz kierunków ew. zmian w nowej edycji programu, po rok 2025. Badanie przeprowadzono na przełomie października i listopada 2019. Zaproszenie do udziału w ankiecie wysłano do 149 osób pełniących rolę koordynatora (13) lub partnera (136), w sieciach akademickich Programu CEEPUS III. Ostatecznie ankiety wypełniło 10 koordynatorów oraz 89 partnerów. W wyniku badania uzyskano informacje o 84% sieci w programie CEEPUS III, do których należą jednostki z Polski.

Motywacje. Co trzecia jednostka akademicka (35%) uczestnicząca w badaniu przystąpiła do programu z powodu chęci współpracy i umiędzynarodowienia jednostki. Następną najczęściej wskazywaną motywacją (28%) było podniesienie kwalifikacji/kompetencji kadry akademickiej i studentów. Kolejne dwie oczekiwane korzyści z przystąpienia do programu to: wymiana akademicka (22%) oraz pozyskanie nowych kontaktów (13%).

Korzyści z uczestnictwa w programie. Wymienione przez respondentów korzystne rezultaty programu CEEPUS III można podzielić na dwie grupy: te, których pierwszymi beneficjentami są nauczyciele akademicki oraz te odnoszące się do zwiększenia atrakcyjności uczelni, w tym jej atrakcyjności dla studentów. W pierwszej grupie znalazły się: wymiana akademicka, rozwój kadry akademickiej, wymiana doświadczeń, nawiązanie nowych kontaktów oraz współpraca międzynarodowa – publikacje, granty, badania (łącznie ok 47% wskazań). Grupa korzyści dla

instytucji to pozostałe rezultaty, w tym: współpraca międzynarodowa, rozszerzenie oferty dydaktycznej/skorzystanie z oferty dydaktycznej uczelni zagranicznych, umiędzynarodowienie, zwiększenie mobilności studentów czy współpraca w zakresie prac dyplomowych (łącznie 44% wskazań).

Zebrano też bardziej szczegółowe dane na temat publikacji naukowych, współpracy międzynarodowej oraz recenzowania prac doktorskich: połowa respondentów (50%) zadeklarowała, że dzięki programowi powstała co najmniej jedna publikacja naukowa, 52% ankietowanych stwierdziło, że ich uczelnia dzięki programowi uruchomiła co najmniej jeden niezwiązany z realizacją programu projekt współpracy międzynarodowej, co piąta jednostka (22%) prowadziła współpracę z zagraniczną uczelnią w zakresie recenzowania prac doktorskich.

Użyteczność programu dla umiędzynarodowienia uczelni. Zdecydowana większość uczestników badania zadeklarowała, że udział w programie CEEPUS III był bardzo użyteczny (55%) lub użyteczny (34%) dla procesu umiędzynarodowienia uczelni. W porównaniu z innymi dostępnymi dla szkół wyższych mechanizmami wsparcia Program CEEPUS został oceniony jako drugi najbardziej użyteczny program, ustępując Programowi Erasmus+ oraz wyprzedzając COST i programy ramowe UE.

Kierunki rozwoju programu w kolejnej edycji. Jeśli chodzi o kraje aktualnie uczestniczące w programie, to należy ocenić, że priorytety w zakresie przyszłej współpracy w dużej mierze odpowiadają aktualnym preferencjom uczelni. W czołówce krajów priorytetowych znalazły się: Czechy (48% jednostek chce rozszerzenia współpracy), Austria (47%), Słowacja (44%), Chorwacja (37%) i Węgry (33%). Zwraca także uwagę zainteresowanie współpracą z krajami aktualnie nieobecnymi w programie, w tym przede wszystkim z: sąsiadami (Niemcami, Ukrainą, Litwą), krajami Europy Południowej i Zachodniej (Hiszpanią, Francją, Włochami) oraz Estonią, krajami skandynawskimi i Wielką Brytanią. W zakresie dziedziny współpracy naukowej zwraca uwagę większe niż aktualne zainteresowanie naukami społecznymi, humanistycznymi, ścisłymi i przyrodniczymi oraz medycznymi i o zdrowiu. Jako priorytetowe formy współpracy najczęściej wymieniano: wymianę akademicką (100% wskazań), współpracę naukową (93%), szkoły letnie (63%) oraz tworzenie wspólnych studiów (36%). Natomiast grupy beneficjentów, które należy traktować priorytetowo to: nauczyciele akademicy (98% wskazań), doktoranci (91%), studenci (78%).

ANKIETA WŚRÓD BENEFICJENTÓW PROGRAMU IM. ULAMA

Ankieta przeprowadzono z inicjatywy Rady NAWA oraz Pionu Programów dla Naukowców. Głównym celem tego badania było poznanie motywacji beneficjentów programu, które stały za ich decyzją o ubieganiu się o stypendium na pobyt badawczy w Polsce. Ankieta przeprowadzono w grudniu 2019 r. Link do ankiety online przekazano drogą mailową wszystkim beneficjentom I edycji Programu Ulama. Udział w badaniu miał charakter anonimowy. Ankieta wypełniło 57 (93%) osób. W momencie realizacji ankiety dla 14 badanych pobyt stypendialny w Polsce już się rozpoczął.

Pięcioma najważniejszymi czynnikami mającymi wpływ na wybór Polski jako miejsca prowadzenia badań naukowych są: wcześniejszy kontakt lub współpraca z kadrą

badawczą/akademicką instytucji goszczącej, wysoki poziom naukowy instytucji goszczącej, atrakcyjna kwota stypendium, postrzeganie Polski jako kraju atrakcyjnego społecznie i kulturalnie oraz przekonanie, że Polska jest bezpiecznym krajem.

Większość respondentów (31 z 57) uzyskało stopień doktora w ciągu ostatnich 5 lat, dla większości (36) program im. Ulama był jedynym programem oferującym zagraniczne pobyty badawcze, do którego złożyli wniosek w ciągu ostatnich 2 lat. Dwie trzecie beneficjentów miało kontakt z pracownikami naukowymi instytucji goszczącej przed rozpoczęciem przygotowania aplikacji do programu; kontakty te to współpraca przy publikacji naukowej, realizacja wspólnego projektu badawczego lub spotkanie w związku z udziałem w tej samej konferencji naukowej. Ponad połowa ankietowanych (33) deklaruje, że rozważała pobyt naukowy w Polsce zanim jeszcze pojawiła się oferta stypendialna programu im. Ulama. Odnosząc się do kontynuacji kariery naukowej po zakończeniu stypendium, 39% ankietowanych deklaruje brak sprecyzowanych planów w tym zakresie, 28% zamierza wrócić do swojego dotychczasowego ośrodka, a co piąty respondent chciałby przedłużyć pobyt naukowy w Polsce.