



Kontrolní závěr z kontrolní akce

15/26

Peněžní prostředky Evropské unie a státního rozpočtu vynaložené v rámci technické pomoci na aktivity související s publicitou a propagací operačních programů a projektů realizovaných v programovém období 2007–2013

Kontrolní akce byla zařazena do plánu kontrolní činnosti Nejvyššího kontrolního úřadu (dále jen „NKÚ“) na rok 2015 pod číslem 15/26. Kontrolní akci řídil a kontrolní závěr vypracoval člen NKÚ Ing. Jan Vedral.

Cílem kontroly bylo prověřit u vybraných operačních programů, zda výdaje hrazené v rámci technické pomoci na informační a propagační aktivity byly vynaloženy v souladu s komunikačními plány, zda byly vynaloženy účelně a hospodárně a zda související výběrová řízení proběhla v souladu s platnou legislativou a pravidly příslušného operačního programu.

Kontrola byla prováděna u kontrolovaných osob v období od srpna 2015 do ledna 2016.

Kontrolovaným obdobím byly roky 2007 až 2014, v případě věcných souvislostí i období předcházející a následující.

Kontrolované osoby:

Ministerstvo školství, mládeže a tělovýchovy;
Ministerstvo práce a sociálních věcí;
Regionální rada regionu soudržnosti Střední Čechy.

Námítky proti kontrolnímu protokolu žádná z kontrolovaných osob nepodala.

Kolegium NKÚ na svém VII. jednání, které se konalo dne 16. května 2016, **schválilo** usnesením č. 7/VII/2016 **kontrolní závěr** v tomto znění:

I. Úvod do kontrolované problematiky

Členský stát a řídicí orgány operačních programů jsou odpovědné za poskytování informací o spolufinancovaných programech a zajišťují jejich propagaci.¹ Informace jsou určeny občanům Evropské unie (dále též „EU“) a příjemcům, mají cíl zdůraznit roli EU a zajistit, aby byla pomoc z fondů průhledná. Odpovědnost členských států za přijetí informačních a propagačních opatření, která mají být prováděna v souvislosti s pomocí ze strukturálních fondů a *Fondu soudržnosti*, lze označit souhrnným pojmem publicita.

Publicita je prováděna ve spolupráci s Evropskou komisí, která je informována o opatřeních přijatých za tímto účelem. Informační a propagační opatření v programovém období 2007–2013 byla realizována v souladu s národním strategickým referenčním rámcem a prostřednictvím komunikačních plánů pro jednotlivé operační programy (dále též „OP“). **V komunikačních plánech² (dále též „KoP“) operačních programů rozpracovaly řídicí orgány komunikační strategii pro pomoc z jednotlivých fondů EU pro období 2007–2013.** Vycházely z komunikační strategie operačního programu *Technická pomoc*³, jež představoval rámcovou strategii pro Českou republiku na toto programové období. Komunikační plány jednotlivých OP byly zpřesněny prostřednictvím ročních plánů komunikačních aktivit, tedy ročních KoP (dále též „RKoP“) obsahujících podrobnější informace o plánovaných informačních a propagačních opatřeních.

Informační a propagační opatření byla zajišťována formou informování, vzdělávání, motivování a zvýšení povědomí o výsledcích a přínosech pomoci. Jejich cílem bylo mj. navýšit počet úspěšně realizovaných projektů a představit jejich konkrétní výsledky v podobě příkladů dobré praxe hlavním cílovým skupinám⁴.

Předmětem kontroly Nejvyššího kontrolního úřadu byly vybrané projekty, jež naplňovaly komunikační plány řídicích orgánů jednotlivých operačních programů. Ke kontrole byly vybrány dva operační programy (dále též „OP“) spolufinancované z *Evropského sociálního fondu* (dále též „ESF“) – jednalo se o programy *Vzdělávání pro konkurenceschopnost* (dále též „OP VK“) a *Lidské zdroje a zaměstnanost* (dále též „OP LZZ“) – a dále byly kontrolovány dva programy spolufinancované z *Evropského fondu pro regionální rozvoj* (dále též „EFRR“) – byly to operační programy *Výzkum a vývoj pro inovace* (dále též „OP VaVpl“) a *Regionální operační program regionu soudržnosti Střední Čechy* (dále též „ROP SČ“).

Výkonem funkce řídicího orgánu byly pro výše uvedené operační programy pověřeny tyto subjekty:

- Ministerstvo školství, mládeže a tělovýchovy (dále též „MŠMT“) pro OP VK a OP VaVpl;
- Ministerstvo práce a sociálních věcí (dále též „MPSV“) pro OP LZZ;

¹ Článek 69 odst. 1 nařízení Rady (ES) č. 1083/2006, o obecných ustanoveních o Evropském fondu pro regionální rozvoj, Evropském sociálním fondu a Fondu soudržnosti a o zrušení nařízení (ES) č. 1260/1999.

² Komunikační plán obsahuje údaje o cílech, cílových skupinách, obsahu, o strategii a nástrojích informačních a propagačních aktivit, o jejich financování a způsobu řízení.

³ Komunikační strategie vypracovaná Národním orgánem pro koordinaci – Ministerstvem pro místní rozvoj (NOK MMR).

⁴ Cílovými skupinami jsou zejména široká veřejnost, odborná veřejnost, včetně žadatelů a příjemců, implementační subjekty příslušného operačního programu, respektive národního strategického referenčního rámce, zástupci médií apod.

- Regionální rada regionu soudržnosti Střední Čechy (dále též „RR SČ“) pro ROP SČ.

Řídící orgány disponovaly finančními prostředky určenými na technickou pomoc v přibližné výši od 3 % do 4 % z celkové částky přidělené na každý operační program v rámci cíle „konvergence“ a cíle „regionální konkurenceschopnost a zaměstnanost“ ve formě limitu výdajů na přípravné, správní, monitorovací, hodnotící, kontrolní a **informační činnosti** a na posílení správní kapacity pro implementaci operačních programů. Přehled alokace pro oblast informovanosti a publicity v rámci technické pomoci vybraných OP uvádí tabulka č. 1.

Tabulka č. 1 – Alokace pro oblast publicity

Název operačního programu	Alokace pro technickou pomoc vůči alokaci OP	Alokace pro informovanost a publicitu programu vůči alokaci OP	Komunikační plán (schválené projekty – v Kč)
OP VK	4,0 %	0,2 %	110 752 982,00
OP VaVpl	3,4 %	0,4 %	65 501 608,00
OP LZZ	3,0 %	0,3 %	146 987 600,00
ROP SČ	3,3 %	0,1 %	95 066 615,00
CELKEM			418 308 805,00

Zdroj: měsíční monitorovací zprávy Národního orgánu pro koordinaci MMR, podklady řídicích orgánů, IS *Monit* na úrovni řídicích orgánů (přehledy o výši dotace na schválené projekty publicity).

Kontrolní akce č. 15/26 byla zaměřena na činnosti související s vynakládáním peněžních prostředků na vybrané informační a propagační aktivity, jež měly vést ke zlepšení informovanosti cílových skupin, tj. ke zvýšení povědomí laické i odborné veřejnosti o pomoci z EU, o podporovaných projektech a jejich dopadech a přínosech pro uživatele.

Nejvyšší kontrolní úřad při kontrole u řídicích orgánů (MŠMT, MPSV a RR SČ) prověřil:

1. oblast plánování informačních a propagačních aktivit,
2. oblast samotného provádění opatření k zajištění informovanosti cílových skupin a publicity příslušného operačního programu,
3. oblast řízení a vyhodnocování účinnosti realizovaných opatření.

U kontrolovaných osob byly posouzeny zejména tyto aspekty:

- soulad realizovaných opatření s komunikačními plány příslušných operačních programů a soulad realizovaných aktivit s právními předpisy EU;
- stanovení cílů informačních a komunikačních opatření v souladu se zásadou řádného finančního řízení dle tzv. SMART principů⁵ ve vazbě na definované cílové skupiny;
- zpracování a schvalování projektových záměrů k naplnění cíle informovanosti a publicity, včetně procesu věcného hodnocení projektových žádostí;
- výdajová nezbytnost a přiměřenost jednotlivých opatření ve smyslu respektování principu hospodárnosti při vynakládání prostředků, včetně dodržování rozpočtů schválených projektů technické pomoci a dodržování pravidel způsobilosti výdajů stanovených pro programové období 2007–2013;
- dodržování pravidel pro zadávání veřejných zakázek při výběru externích dodavatelů;

⁵ SMART principy jsou využívány v oblasti projektového řízení především k hodnocení kvality stanovených cílů. Kritéria SMART vyžadují, aby cíle byly konkrétní, měřitelné, dosažitelné, odpovídající a časově vymezené.

- efektivnost řízení a směřování informačních a komunikačních opatření a způsob jejich vyhodnocování ze strany jednotlivých řídicích orgánů.

NKÚ zkontroloval finanční prostředky v celkové výši 249 556 tis. Kč vynaložené v období od roku 2008 do roku 2015 na vybrané projekty OP VK, OP VaVpl, OP LZZ a ROP SČ, které naplňují komunikační plány formou informačních a propagačních aktivit.

Pozn.: Právní předpisy uvedené v tomto kontrolním závěru jsou aplikovány ve znění účinném pro kontrolované období.

II. Shrnutí a vyhodnocení skutečností zjištěných při kontrole

1. Řídicí orgány nezajišťovaly informační a propagační aktivity vždy tak, aby bylo hospodárným způsobem dosaženo jejich cíle. Rizika možné nehospodárnosti vznikala již ve fázi plánování a přípravy.

Prováděné aktivity byly v souladu s právními předpisy EU, s výjimkou nastavení cílů. Řídicí orgány nepostupovaly v souladu se zásadou řádného finančního řízení ve smyslu právních předpisů EU⁶. **Obtížná měřitelnost cílů neposkytovala možnost ověřit, zda bylo cílů dosaženo.** Obdobné zjištění zaznamenal Evropský účetní dvůr v oblasti propagace zemědělských produktů ve Španělsku, Francii a Itálii a uvedl je ve zvláštní zprávě č. 10/2009 – *Informační a propagační opatření na podporu zemědělských produktů s vyhodnocením, že při neexistenci tzv. SMART cílů je obtížné měřit dopad prováděné politiky.*

Řídicí orgány nezohlednily doporučení z průběžných evaluací komunikačních plánů k optimalizaci indikátorové soustavy k měření naplnění cílů.

2. Řídicí orgány nehodnotily přiměřenost rozpočtu při schvalování projektů, jimiž byly zajišťovány informační a propagační aktivity. U žádného z kontrolovaných projektů tak řídicí orgány neposuzovaly dodržení principu hospodárnosti.

Princip hospodárnosti byl opomíjen též při zadávání některých veřejných zakázek k zajištění publicity. Řídicí orgány v mnohých případech nezpracovaly analýzy ke kalkulaci předpokládané hodnoty zakázek, respektive nedoložily, jakým způsobem a na základě jakých podkladů byla předpokládaná hodnota stanovena. **Nadhodnocena tak mohla být i nejnižší nabídka uchazečů.**

Kontrolou postupu zadavatelů veřejných zakázek byla zjištěna dílčí pochybení:

- porušení zásady transparentnosti;
- neprovedení předběžné řídicí kontroly před uzavřením rámcových smluv.

⁶ Ustanovení článku 27 odst. 3 nařízení Rady (ES, EURATOM) č. 1605/2002, resp. článku 30 odst. 3 nařízení Evropského parlamentu a Rady (EU, EURATOM) č. 966/2012, kterým se stanoví finanční pravidla o souhrnném rozpočtu Unie.

Kontrolou NKÚ byl prověřen též systém evidence nakoupených propagačních předmětů a jejich distribuce. V některých případech vydávání předmětů nebyl zcela zřejmý účel, to znamená, že chyběla jasná vazba na relevantní cílovou skupinu a **nebylo zřejmé, komu a za jakým účelem byly předměty poskytnuty.**

V rámci kontrolní akce byla identifikována skutečnost, že **část zpráv z průběžných evaluací komunikačních plánů OP VK a OP LZZ zpracovaných v průběhu roku 2011 různými společnostmi byla z veřejných prostředků financována duplicitně.**

2. V oblasti řízení publicitní činnosti se v některých případech ukázala změna plánu dle momentálních potřeb jako účinnější než důsledné dodržování plánovaných činností bez ohledu na skutečný efekt. **Dobrym příkladem je včasná realokace nadbytečných finančních prostředků na významnější opatření, než byla původně plánovaná publicita.**

Některé z mediálních kampaní určených pro cílovou skupinu *široká veřejnost* nebyly vhodně načasovány. Markantní bylo využití televizních a rozhlasových spotů především v samém závěru programového období 2007–2013, a to nejvýrazněji u OP VaVpl. Takové časové nasazení evokuje, že **jedním z důvodů mohlo být mimo jiné „dosažení uspokojivého čerpání“ peněžních prostředků.**

Jeden z průzkumů veřejného mínění financovaných v rámci OP LZZ, jenž byl zaměřen na cílovou skupinu široká veřejnost, se ukázal jako zbytečný. V krátkém časovém úseku byly provedeny dva téměř shodné průzkumy.

Největší objem finančních prostředků byl vynaložen na zvýšení povědomí o EU, podpoře z fondů EU a operačních programech u cílové skupiny *široká veřejnost*. **Míra povědomí o pomoci z fondů EU však dle průzkumů zůstává od roku 2011 neměnná.** Spontánní znalost OP VK, OP LZZ a ROP SČ se ve srovnání s jinými operačními programy dle průzkumu z roku 2013 nijak nezvýšila, u OP VaVpl dokonce klesla. **Dobrou informovanost o možnostech získání finanční podpory deklarovalo v průzkumech veřejného mínění v roce 2013 jen o 4 % více dotazovaných než v roce 2011.**

Široké veřejnosti nebyly v rámci mediálních kampaní OP VK, OP VaVpl a OP LZZ prostřednictvím TV spotů poskytovány informace o výši finančních prostředků, jež byly vynaloženy na úspěšně realizované projekty. Tato skutečnost nepřispívá ke zvýšení transparentnosti poskytované pomoci z prostředků EU a státního rozpočtu ČR.

III. Doporučení

NKÚ doporučuje zvážit míru vynakládání peněžních prostředků na mediální kampaně určené široké veřejnosti, jež mají z hlediska zvýšení povědomí o pomoci z fondů EU spíše jen okamžitý, krátkodobý efekt. Případné zprostředkování informací o výši peněžních prostředků vynaložených na úspěšně realizované projekty a důraz na možnosti čerpání podpory by přispěly k průhlednosti pomoci poskytované z fondů EU.

NKÚ rovněž doporučuje vyváženěji propagovat všechny fondy EU, ze kterých je poskytována České republice pomoc, nikoli jen význam *Evropského sociálního fondu*.

IV. Bližší informace ke zjištěným skutečnostem

1. Plánování informačních a propagačních aktivit

Cíle měly být stanoveny konkrétně, aby byl zřejmý účel vynakládání peněžních prostředků.

MŠMT, MPSV a RR SČ v roli řídicích orgánů naplánovaly na základě komunikačních plánů ve vazbě na definované cílové skupiny potřebné aktivity. **Řídicí orgány OP VK, OP LZZ a RR SČ však v komunikačních plánech definovaly příliš obecné a obtížně měřitelné cíle, a to nejen cíle globální, ale i specifické. Nepostupovaly tak v souladu se zásadou řádného finančního řízení.** Stanovené cíle v některých aspektech nenaplnily tzv. SMART principy.

Příklad nekonkrétně stanoveného specifického cíle v komunikačních plánech OP LZZ a ROP SČ:

- **zajistit úspěch realizace nástrojů politiky hospodářské a sociální soudržnosti EU v rámci OP LZZ / ROP SČ prostřednictvím široké komunikace** o existenci a možnostech zapojení do OP LZZ / ROP SČ a o přidané hodnotě programu pro společnost (specifické cíle komunikace v OP LZZ a ROP SČ).

Měřitelnost jednoho z cílů vedoucích ke zvýšení povědomí o pomoci poskytované z fondů EU u cílové skupiny *široká veřejnost*, které řídicí orgány OP VK, OP VaVpl, OP LZZ a ROP SČ uvedly v KoP, nebyla dostatečně zajištěna. Řídicí orgány buď **nezvolily vhodné monitorovací indikátory jako ukazatele výkonnosti, nebo u indikátorů nestanovily výchozí a cílové hodnoty.**

1.1 Ministerstvo školství, mládeže a tělovýchovy

- MŠMT při vytváření komunikačních strategií OP VK i OP VaVpl vycházelo ze vstupní analýzy komunikačních potřeb.
- U OP VK nestanovilo MŠMT cílové hodnoty u indikátorů výstupu a dále nestanovilo ani žádné indikátory výsledku na úrovni rámcového KoP OP VK ani v jednotlivých ročních KoP.
- MŠMT jako řídicí orgán OP VK nezohlednilo doporučení hodnotitelů z průběžné evaluace KoP OP VK⁷ z roku 2011 „*nově uspořádat a optimalizovat monitorovací indikátory*“.
- V KoP OP VaVpl stanovilo MŠMT k měření naplnění cílů indikátory, které označilo za výsledkové. Zvolené indikátory však neumožňovaly vyhodnocení přímých účinků na cílové skupiny, neboť měly spíše povahu výstupů:
 - *počet uskutečněných mediálních kampaní;*
 - *počet provedených inzercí v TV, rozhlase a tištěných médiích.*

⁷ *Doporučení a návrhy pro realizaci komunikačních aktivit OP VK 2011–2015, příloha k závěrečné zprávě Evaluace komunikačního plánu OP VK zpracované v roce 2011.*

Příkladem rozdílů a vztahů mezi indikátory výstupu a výsledku u publicity mohou obecně být:

- počty vyrobených informačních publikací vůči publikacím distribuovaným,
- počty návštěv webu vůči počtu stažených dokumentů nebo počtu tzv. prokliků na upoutávku,
- počty pořádaných seminářů vůči počtu účastníků,
- počty odvysílaných reklamních spotů vůči počtu skutečně zhlédnutých spotů nebo vůči průměrnému počtu zhlédnutí spotu jedním zástupcem cílové skupiny.

1.2 Ministerstvo práce a sociálních věcí

- MPSV nevypracovalo pro OP LZZ výchozí analýzu komunikačních potřeb, která by byla relevantním podkladem pro vytvoření komunikační strategie a komunikačního plánu na období 2007–2013; MPSV vycházelo z evaluace komunikačních plánů předchozího programového období 2004–2006.
- Cíle, které stanovil řídicí orgán v KoP OP LZZ a též v RKoP až do roku 2012, byly obtížně měřitelné z důvodu absence výchozích i cílových hodnot indikátorů. Týkalo se to například indikátorů „zvýšení míry povědomí cílových skupin o ESF, resp. OP LZZ“ a „zvýšení počtu předložených projektů“. Očekávané naplnění cílů nebylo časově vymezeno, nebyl stanoven žádný časový rámec. V projektech publicity, kterými byl naplňován komunikační plán, nebyly stanoveny žádné monitorovací indikátory.
- Řídicí orgán nereagoval na doporučení uvedená v evaluační zprávě⁸ z roku 2011 ve smyslu doporučené revize obecných cílů KoP OP LZZ a optimalizace indikátorové soustavy; KoP OP LZZ nebyl v průběhu implementace žádným způsobem revidován.

1.3 Regionální rada regionu soudržnosti Střední Čechy

- RR SČ využila při stanovení komunikačních cílů analýzu hodnocení slabých míst implementace předchozího programového období; samostatnou analýzu komunikačních potřeb nevypracovala.
- Na úrovni KoP a RKoP nebyly u výstupových a výsledkových indikátorů stanoveny žádné výchozí ani cílové hodnoty k měření naplnění cílů. Hodnoty nebyly stanoveny ani u plánovaných činností. Z tohoto důvodu také nelze jednoznačně vyhodnotit, zda byly cíle nastaveny přiměřeně a zda jsou dosažitelné. Časový rámec pro dosažení cílů, tj. pro splnění opatření, byl vymezen jako celoroční nebo dle potřeby; byl tedy stanoven jen obecně.
- Řídicí orgán ROP SČ zapracoval do komunikačních plánů většinu doporučení z evaluací provedených v letech 2007, 2011 a 2014.

2. Provádění informačních a propagačních aktivit

Kontrolované osoby nehodnotily přiměřenost rozpočtu při hodnocení a schvalování projektů publicity a neuplatnily hledisko hospodárnosti při stanovení předpokládané hodnoty zadávaných veřejných zakázek. Účelnost nebyla vždy zřejmá, například u distribuce propagačních předmětů.

⁸ Průběžná hodnotící zpráva *Evaluace komunikačních a propagačních aktivit OP LZZ a realizace komunikačního plánu* zpracovaná v roce 2011.

2.1 Ministerstvo školství, mládeže a tělovýchovy

- U OP VK ani u OP VaVpl MŠMT neprověřovalo před schválením projektů publicity k financování jejich rozpočty z hlediska hospodárnosti; ani před schválením projektů neposoudilo, zda jsou plánované výdaje přiměřené, a neprovedlo předběžnou řídicí kontrolu.
- Kontrolou NKÚ byly prověřeny veřejné zakázky zadávané společně pro oba operační programy OP VK a OP VaVpl. MŠMT nepostupovalo vždy v souladu s pravidly pro jejich zadávání:
 - U zakázky *Propagační předměty a propagační tiskoviny OP VK a OP VaVpl*⁹ neuchovalo po stanovenou dobu dokumentaci o stanovení předpokládané hodnoty veřejné zakázky, postupovalo tak v rozporu se zákonem.¹⁰
 - U stejné zakázky MŠMT dále nepostupovalo v souladu se zákonem¹¹ tím, že ve stanovené lhůtě neoznámilo zadání druhé části zakázky ve *Věstníku veřejných zakázek* v rámci ISVZ¹² a v *Úředním věstníku EU*. MŠMT tak porušilo zásadu transparentnosti.¹³
 - MŠMT neprovedlo předběžnou řídicí kontrolu před uzavřením dvou rámcových smluv u veřejné zakázky *Propagační předměty a propagační tiskoviny OP VK a OP VaVpl*¹⁴.
- V některých případech byly propagační předměty OP VK vydávány bez jasné vazby na konečného uživatele a bez schválení účelu výdeje. Pro OP VaVpl vedlo MŠMT evidenci přijatých a vydaných propagačních předmětů transparentním způsobem.

2.2 Ministerstvo práce a sociálních věcí

- Potřebné finanční zdroje k realizaci informačních a propagačních opatření stanovených v RKoP, jehož cíle jsou naplňovány prostřednictvím projektu *Informační a propagační aktivity ESF v ČR*, nebyly transparentním způsobem zdůvodněny. K ověření způsobu stanovení rozpočtu projektu, resp. rozpočtu RKoP, neexistují žádné doklady; při provedené kontrole však nebylo zřejmé, z jakých podkladů příkazce operace vycházel při ověřování.¹⁵
- MPSV nepostupovalo vždy v souladu s pravidly pro zadávání veřejných zakázek¹⁶. U některých zakázek malého rozsahu nebyly zpracovány podklady pro stanovení předpokládané hodnoty zakázky, nedostatečným způsobem byla definována kritéria pro hodnocení zakázek a tím byl porušen princip transparentnosti:
 - u veřejných zakázek¹⁷ *Grafické služby pro zajištění publicity ESF, Tisková inzerce ESF a Nákup propagačních předmětů a tištěných materiálů* nerespektovalo MPSV princip transparentnosti, neboť neodůvodnilo rozhodnutí zadavatele při stanovení předpokládané hodnoty zakázky, nebylo tedy možné zpětně přezkoumat způsob jejího stanovení;

⁹ Smluvní cena zakázky ve výši 3 889 205 Kč.

¹⁰ Ustanovení § 155 odst. 1 zákona č. 137/2006 Sb., o veřejných zakázkách.

¹¹ Ustanovení § 83 odst. 1 a § 146 odst. 1 písm. b) zákona č. 137/2006 Sb., o veřejných zakázkách.

¹² Informační systém o veřejných zakázkách.

¹³ Ustanovení § 6 zákona č. 137/2006 Sb., o veřejných zakázkách.

¹⁴ Postup dle zákona č. 320/2001 Sb., respektive dle ustanovení § 13 vyhlášky č. 416/2004 Sb.

¹⁵ Postup dle zákona č. 320/2001 Sb., respektive dle § 17, resp. ustanovení § 13 vyhlášky č. 416/2004 Sb.

¹⁶ Závazné postupy pro programové období 2007–2013 stanovené pro zadávání zakázek, které jsou spolufinancované ze zdrojů EU a nespádají pod zákon č. 137/2006 Sb., o veřejných zakázkách.

¹⁷ Smluvní ceny ve výši 300 000 Kč, 1 980 000 Kč a 1 978 685 Kč.

- u zakázky *Grafické služby pro zajištění publicity ESF* porušilo MPSV princip transparentnosti, neboť nevymezilo podrobněji v zadávací dokumentaci hodnotící kritéria, nebylo tedy možné zpětně přezkoumat postup zadavatele.
- MPSV nemělo stanovena pravidla pro vedení evidence skladu materiálu / propagačních předmětů. Některé z distribucí předmětů postrádaly záznam o konečných uživatelích.

2.3 Regionální rada regionu soudržnosti Střední Čechy

- U ROP SČ neprobíhalo při podání žádosti o podporu věcné hodnocení projektů technické pomoci; nebyl kladen důraz na podrobné odůvodnění rozpočtu. RR SČ v projektových žádostech neodůvodnila transparentním způsobem požadavky na finanční zdroje. Výdajové potřeby a provedená opatření odůvodnila momentální potřebou.
- RR SČ nedisponovala všemi podklady, na jejichž základě byla stanovena předpokládaná hodnota realizovaných veřejných zakázek, a to u většiny zadaných zakázek s výjimkou dvou. RR SČ nepostupovala vždy při výběru externích dodavatelů v souladu s pravidly pro zadávání veřejných zakázek. U vybraného vzorku veřejných zakázek nebyly ve většině případů dodrženy zásady transparentnosti¹⁸, např.:
 - u veřejné zakázky *Realizace public relations pro Regionální operační program Střední Čechy*¹⁹ nestanovila RR SČ v zadávací dokumentaci způsob hodnocení dle dílčího kritéria „kvalita zpracování referenční ukázky“; zpráva hodnotící komise neobsahovala odůvodněný popis přidělení bodů.
- U veřejné zakázky *Inzertní služby – propagace úspěšných projektů podpořených za dotace ROP Střední Čechy*²⁰ neuzavřela RR SČ smlouvu s vítězným uchazečem, nýbrž využívala k zadání plnění jen objednávky²¹. U stejné zakázky RR SČ neprovedla předběžnou řídicí kontrolu²², což v důsledku vedlo k neodhalení výše uvedeného pochybení.
- Vazba mezi pořizovanými propagačními předměty a cílovými skupinami definovanými v KoP a RKoP nebyla dostatečně prokázána. Předměty byly často vydávány bez jasné vazby na konečného uživatele.

Pořizování propagačních předmětů v rámci kontrolovaných OP bylo z hlediska objemu vynaložených prostředků spíše marginální záležitostí. Nejvyšší podíl na celkových výdajích byl zaznamenán u ROP SČ. Distribuce byla u všech operačních programů zaměřena na cílové skupiny *žadatelé a příjemci* a na *útvary implementační struktury*; výjimku tvořily distribuce v rámci prezentací ESF na veletrzích a konferencích cílovým skupinám *odborná veřejnost* a *široká veřejnost*. U propagačních předmětů vyšší hodnoty nebo atraktivnějšího vzhledu byla distribuce orientována spíše na útvary implementační struktury příslušných operačních programů.

2.4 Výdajové okruhy v oblasti publicity u jednotlivých operačních programů

V období 2007–2015 byly v rámci projektů publicity OP VK, OP VaVpl, OP LZZ a ROP SČ nakoupeny služby a produkty, které lze rozdělit do několika výdajových okruhů.

¹⁸ Ustanovení § 6 zákona č. 137/2006 Sb., o veřejných zakázkách.

¹⁹ Smluvní cena ve výši 1 999 000 Kč.

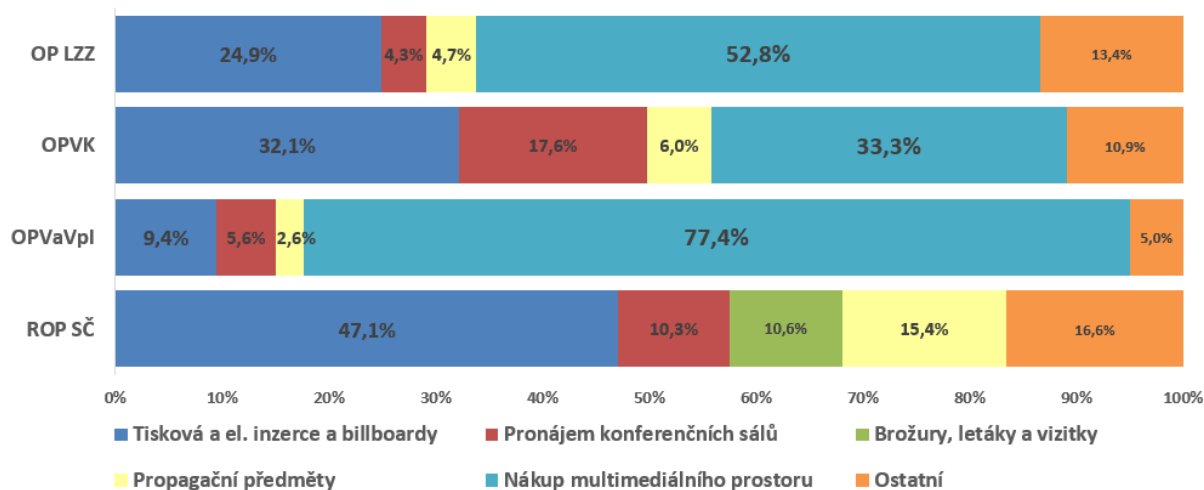
²⁰ Smluvní cena ve výši 2 000 000 Kč.

²¹ Postup v rozporu s ustanovením § 7 odst. 1 zákona č. 137/2006 Sb., o veřejných zakázkách.

²² Postup dle zákona č. 320/2001 Sb. respektive dle § 14 odst. 1 a 5 vyhlášky č. 416/2004 Sb.

Nejvýznamnějším výdajovým okruhem u OP VK, OP LZZ a zejména u OP VaVpl byl nákup mediálního prostoru v televizi a rozhlasu. U všech programů bylo významným segmentem také využití tiskové a elektronické inzerce. Porovnání výdajů je uvedeno v grafu č. 1.

Graf č. 1 – Porovnání hlavních výdajových okruhů mezi operačními programy



Zdroj: podklady předané od řídicích orgánů OP VK, OP VaVpl, OP LZZ a ROP SČ (výdaje ze schválených žádostí o platbu).

Pozn.: Do výdajového okruhu „ostatní“ je u OP LZZ, OP VK a OP VaVpl zahrnut výdajový segment „brožury, letáky a vizitky“ a u ROP SČ výdajový segment „nákup multimediálního prostoru“.

Výdaje za publicitu u kontrolovaných programů dosáhly k datu ukončení kontroly NKÚ celkové částky 247,84 mil. Kč. Z toho na nákup mediálního prostoru v televizi a rozhlasu bylo vynaloženo 138,76 mil. Kč (včetně nákladů na výrobu televizních a rozhlasových pořadů).

Řídicí orgány využívaly zejména tyto nástroje publicity:

- vedení internetových a „outdoorových“²³ kampaní, nasazení rozhlasových a TV spotů;
- organizace seminářů a konferencí pro potenciální žadatele, žadatele a příjemce;
- pořádání konferencí a účast na veletrzích;
- zadávání tištěné i on-line inzerce;
- vydávání tiskovin (brožury, letáky, plakáty apod.);
- pořízení a distribuce propagačních předmětů;
- webové stránky.

Webové stránky jednotlivých operačních programů nebyly vedeny jednotným způsobem. Samostatný web zřídil řídicí orgán pro ROP SČ na počátku realizace programu; samostatné „mikrostránky“ pro OP VK i OP VaVpl oddělilo MŠMT ze svého webu až v roce 2013. OP LZZ nebyl prezentován na webu samostatně, nýbrž jako součást stránek www.esfcr.cz. **Hodinové sazby za vedení a správu webu se u webových administrátorů odvíjely od typu a různé míry poskytovaných služeb, a to v cenové škále od 350 Kč do 750 Kč za rutinní práce, resp. až do 1 500 Kč za práce odborného charakteru.**

²³ Využití venkovních billboardů.

Jedním z viditelných nástrojů publicity jsou propagační předměty, jež řídicí orgány distribuovaly různým cílovým skupinám. Řídicí orgán OP LZZ například pořizoval i produkty z chráněných dílen a výrobky označované „fair trade“, jako jsou čaje a malé čokolády.

Příklady nejčastěji pořizovaných propagačních předmětů (nákup, výroba – včetně potisků dle pravidel publicity):

- předměty ze sortimentu kancelářských potřeb,
- produkty ze sortimentu oděvních doplňků,
- dárkové předměty a suvenýry,
- sportovní a herní pomůcky.

Cenové hladiny u vybraných produktů (v jednotkových cenách bez DPH):

- dámská a pánská trička s potisky v cenové škále od 75 do 255 Kč/ks,
- deštníky v cenové škále od 63 do 255 Kč/ks,
- VIP psací sady v cenové škále od 322 do 553 Kč/ks,
- kožené peněženky v ceně 290 Kč/ks,
- originální švýcarské nože v ceně 406 Kč/ks,
- hra pétanque v ceně 504 Kč/ks,
- dalekohledy v ceně 288 Kč/ks,
- vinné sady a soupravy na víno v ceně 539 Kč/ks.

3. Řízení informačních a propagačních aktivit

Řídicí orgány nastavily systém k vyhodnocování efektivnosti realizovaných opatření, kdy kontrované osoby prováděly pravidelná vyhodnocování dosažení zlepšení informovanosti cílových skupin. Vyhodnocování efektivnosti však neprobíhalo vždy s ohledem na dopad jednotlivých realizovaných informačních a komunikačních opatření.

3.1 Ministerstvo školství, mládeže a tělovýchovy

- MŠMT řídilo u OP VK i u OP VaVpl některé z aktivit spíše způsobem „ad hoc“ než systémově.
- U OP VaVpl bylo čerpání rozpočtů RKoP bylo v letech 2009–2014 nižší, než MŠMT plánovalo,²⁴ a to z důvodu nižšího počtu seminářů pořádaných pro žadatele a příjemce, zrušení plánovaných workshopů s mezinárodní účastí nebo nerealizování některých veřejných zakázek. Naopak v roce 2015 byl rozpočet překročen o téměř 40 % díky nasazení komplexní mediální kampaně.
- MŠMT provádělo u OP VaVpl informační a propagační činnosti v souladu s nastaveným harmonogramem komunikace v KoP, respektive RKoP, s výjimkou roku 2013, kdy se nepodařilo uskutečnit původně plánovanou televizní kampaň²⁵. MŠMT zrealizovalo rozsáhlou mediální kampaň až v roce 2014, resp. 2015.

²⁴ V letech 2010, 2011 a 2012 se jednalo o výrazně nižší čerpání rozpočtu oproti plánovanému (v procentuálním vyjádření bylo čerpání rozpočtu nižší v rozmezí od 18,4 do 28,1 %).

²⁵ Zrušení veřejné zakázky.

3.2 Ministerstvo práce a sociálních věcí

- Výše vynaložených peněžních prostředků určených na publicitu není dle sdělení MPSV samostatně monitorována ani vyhodnocována ve vztahu k alokaci rámcového komunikačního plánu OP LZZ.
- MPSV vyhodnocovalo plnění specifických cílů, ne vždy však v kontextu realizovaných informačních a propagačních opatření.
- Struktura internetových stránek MPSV neposkytuje zřetelnou provázanost s informacemi o poskytované podpoře a pomoci z ESF, resp. OP LZZ, na dalších dostupných webech, jež se vztahují k opatřením aktivní politiky zaměstnanosti spolufinancovaným z ESF a státního rozpočtu ČR.
- Poslední průzkum zadaný MPSV proběhl v roce 2013 jen na cílové skupině *široká veřejnost*. Dopad dalších aktivit realizovaných v roce 2015 na cílové skupiny již nebyl průzkumy ověřován.
- MPSV provedlo v lednu a v březnu roku 2011 dvě téměř identická kvantitativní šetření na cílové skupině *široká veřejnost*. Podstatná část dotazů zařazených do těchto průzkumů byla zcela shodná; odlišně byla využita především metoda telefonického nebo on-line dotazování. Průzkum z března 2011 byl posléze doplněn o dotazy ohledně vnímání nasazené televizní (dále též „TV“) kampaně *Cesta ze začarovaného kruhu*. Z uvedených skutečností vyplývá, že šetření provedené v lednu 2011 nebylo zcela nezbytné. Důslednější plánování aktivit ze strany řídicího orgánu OP LZZ by zbytečnému výdaji zabránilo.

Na webové stránce *Evropského sociálního fondu* jsou uveřejněny mimo jiné evaluační zprávy komunikačních plánů OP LZZ a OP VK²⁶. Porovnáním *Závěrečné zprávy Evaluae komunikačních a propagačních aktivit OP LZZ a realizace komunikačního plánu* a přílohy *Doporučení a návrhy pro realizaci komunikačních aktivit OP VK 2011–2015 k Závěrečné zprávě Evaluae komunikačního plánu OP VK* skupina kontrolujících NKÚ zjistila, že oba **dokumenty zpracované různými evaluačními společnostmi obsahují některé identické texty, včetně shodné grafické podoby obrázků a diagramů a formální úpravy textu. Z výše uvedeného vyplývá, že u části výstupů průběžných evaluací OP LZZ a OP VK došlo k dvojímu financování z veřejných prostředků.**

3.3 Regionální rada regionu soudržnosti Střední Čechy

- RR SČ prováděla z pohledu nákladů na inzerci nejintenzivnější kampaň a propagaci úspěšných projektů v období únor až duben 2010 a prosinec 2010 až březen 2011. Nejmasivnější mediální kampaň plánovaná na druhou polovinu roku 2012 byla zrušena v důsledku medializované kauzy bývalého předsedy RR SČ.
- RR SČ dosáhla cílových hodnot tří informačních priorit úsporným režimem a již v roce 2009 posoudila a označila původní alokaci oblasti podpory 4.2 jako „předimenzovanou“.

²⁶ Viz zprávy z průběžných evaluací:

– zpráva z průběžné evaluace KoP OP LZZ ze dne 11. 4. 2011 zveřejněná dne 27. 6. 2011 na <http://www.esfcr.cz/file/8122>;

– zpráva z průběžné evaluace KoP OP VK ze dne 30. 3. 2011 zveřejněná dne 13. 12. 2011 na www.esfcr.cz/file/8200.

Rozhodnutí RR SČ přesunout volné finanční zdroje do jiných aktivit technické pomoci vyhodnotil NKÚ jako hospodárné a efektivní.

- RR SČ neprovedla analýzu dopadu vytvořených inzercí na „zlepšení informovanosti cílových skupin“, přestože tvořily téměř 50 % výdajů na komunikační aktivity. RR SČ zdůvodnila své rozhodnutí existencí dalších externích informačních médií, která mohla výsledky zkreslit.
- RR SČ se nedržela striktně harmonogramu a rozpočtu, které byly nastaveny v jednotlivých RKoP, ale řídila své aktivity podle aktuálních potřeb. Přes nedostatky v oblasti plánování vyhodnotil NKÚ řízení informačních aktivit RR SČ jako efektivní, neboť RR SČ řešila v průběhu realizace publicity konkrétní potřeby zařadit informační nebo propagační aktivity například v návaznosti na vypsané výzvy. RR SČ v reakci na aktuální stav provedla některá přiměřená opatření.

Jako příklad dobré praxe lze uvést aktivitu řídicího orgánu na podporu čerpání ROP SČ, který flexibilně reagoval na nízkou míru čerpání dotací u malých obcí. Řídicí orgán ROP SČ provedl vlastní analýzu tzv. bílých míst, tj. oblastí regionu Střední Čechy, které vykazovaly nejnižší aktivitu v žádostech o dotaci. Oslovil 280 vytipovaných obcí z kategorie 500 až 5 000 obyvatel jako potenciální příjemce dotace, aby zvýšil jejich informovanost o možnostech čerpání dotace z ROP SČ.

- Řídicí orgán ROP SČ průběžně vyhodnocoval dopad a účinnost provedených informačních a propagačních aktivit ve vztahu ke zlepšení informovanosti cílových skupin. Toto vyhodnocení však bylo prováděno pouze u aktivit, které lze jednoduše analyzovat a vyhodnotit. Jako příklad lze uvést vyhodnocení dopadů realizovaných seminářů, jež se ukázaly v porovnání nákladovosti a dopadu na cílovou skupinu jako nejefektivnější.
- RR SČ porovnávala své aktivity s aktivitami ostatních ROP a na základě těchto porovnání a výsledků evaluací přizpůsobovala svoji strategii komunikace.

3.4 Zhodnocení vybraných informačních a propagačních aktivit

Většina informačních a propagačních aktivit všech operačních programů včetně souvisejících výdajů kulminovala v letech 2011 a 2013. Výjimkou jsou mediální kampaně, jejichž nasazení se u jednotlivých operačních programů významně liší. Celkově dosáhla částka vynaložená na mediální kampaně u všech kontrolovaných operačních programů výše 138 758,56 tis. Kč.

Příklady odvysílaných TV spotů – příklady dobré praxe formou uvedení informací o úspěšných projektech:

OP VK

- TV spoty²⁷ k propagaci operačního programu *Vzdělávání pro konkurenceschopnost*.

OP VaVpl

- TV spoty²⁸ k propagaci operačního programu VaVpl a vybraných projektů center excellence.

OP LZZ:

- video [ESF – Investice do lidí](#) (2009),
- reportáže o projektech www.esfcr.cz/reportaze-o-projektech-2010 (reportáž vznikla pro pořad ČT *Sama doma*),

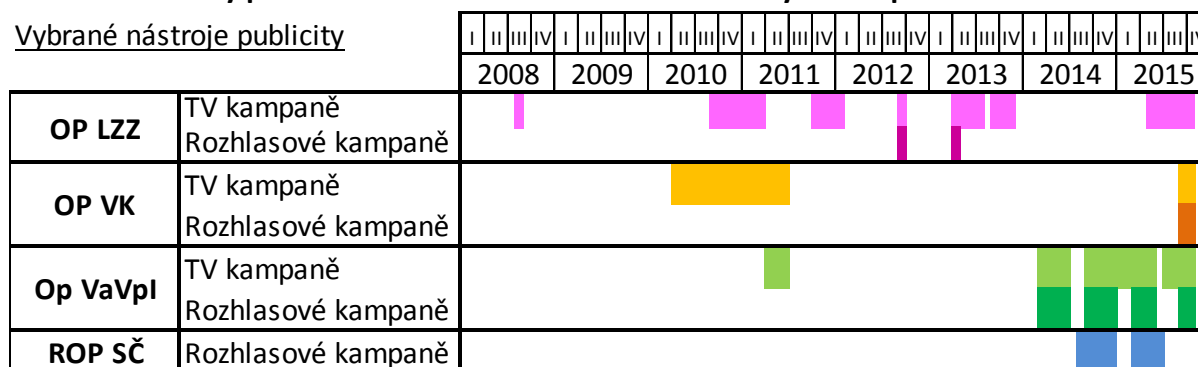
²⁷ Viz <https://www.youtube.com/watch?v=MUeOWogq8XI>; <https://www.youtube.com/watch?v=uxTklstjh1Y>; <https://www.youtube.com/watch?v=EzsAkSbemWw>.

²⁸ Viz <https://www.youtube.com/watch?v=Gemjcy7eGFI>; <https://www.youtube.com/watch?v=ixnlmNge-hU>; https://www.youtube.com/watch?v=ghlULzKY_o; <https://www.youtube.com/watch?v=QeJBZrRogPQ>.

- TV spoty [Cesta ze začarovaného kruhu](#) (2011),
- dílčí spoty ESF ČR – [Podporujeme Vaši budoucnost](#) (2014),
- TV spoty projektu [Větší šance](#) (2013–2015).

„Důležitým znakem komunikace za účelem budování značky či posílení povědomí o značce je dlouhodobá konzistence“²⁹. Ke zvýšení povědomí o pomoci z fondů EU, respektive z jednotlivých OP, je nutné budovat povědomí dlouhodobě a kontinuálně. Tímto pravidlem se však neřídily všechny řídicí orgány. **Načasování mediálních kampaní bylo méně efektivní především u OP VaVpl, kde byla většina spotů vysílána na samém konci realizace operačního programu.** Přístup řídicího orgánu OP VaVpl k časovému nasazení kampaní evokuje, že jedním z důvodů mohlo být mimo jiné „dosažení uspokojivého čerpání“ peněžních prostředků. **Skutečně kontinuální přístup k načasování TV kampaní byl patrný pouze u OP LZZ.** Odlišné rozložení mediálních kampaní je zřejmé z časové osy uvedené v grafu časování televizních a rozhlasových kampaní.

Graf č. 2 – Časový přehled realizace televizních a rozhlasových kampaní



Zdroj: podklady předané NKÚ od řídicích orgánů.

MPSV nepředložilo v mediálních kampaních určených veřejnosti žádné informace o tom, že projekty ESF, respektive OP LZZ, byly spolufinancovány též ze státního rozpočtu České republiky³⁰. ESF byl prezentován samostatně jako „značka“ a snaha o zvyšování povědomí o „značce ESF“ byla v ČR v letech 2007–2015 ve srovnání s propagací ostatních fondů EU mnohem viditelnější.³¹ Například **EFRR jako fond EU nebyl v ČR samostatně propagován vůbec, ačkoliv pomoc poskytnutá České republice z tohoto fondu v programovém období 2007–2013 představovala 52 %, tj. třiapůlkrát více než pomoc z ESF.** Porovnání podílů jednotlivých fondů EU na celkovém čerpání v ČR uvádí tabulka č. 2.

²⁹ Patrick De Pelsmacker, Maggie Geuens, Joeri Van den Bergh: *Marketingová komunikace*. Praha, Grada Publishing, a.s., 2003. ISBN 80-247-0254-1.

³⁰ Míra veřejného spolufinancování byla stanovena v poměru 85 % (fondy EU) a 15 % (podíl ČR).

³¹ Na základě pověření z usnesení vlády ze dne 4. března 1998 č. 159 bylo koordinační rolí pro ESF pověřeno Ministerstvo práce a sociálních věcí a koordinační rolí pro EFRR a FS převzalo Ministerstvo pro místní rozvoj.

Tabulka č. 2 – Podíly jednotlivých fondů EU na čerpání pomoci v ČR

Název fondu EU	Čerpání - prostředky proplacené příjemcům k 31. 12. 2015 (v mil. Kč)	Podíl na celkovém čerpání NSRR
Evropský sociální fond (ESF)	89 527,2	14 %
Evropský fond pro regionální rozvoj (EFRR)	330 923,1	52 %
Fond soudržnosti (FS)	216 272,8	34 %
Národní strategický referenční rámec	636 723,1	100 %

Zdroj: měsíční monitorovací zpráva NOK MMR za 4. čtvrtletí 2015.

Ke srovnání se v souvislosti s mírou propagace konkrétních fondů EU v ČR nabízí odlišné výsledky z analýzy mediálního pokrytí strukturálních fondů na území Velké Británie, jež byly prezentovány v případové studii *Zkušenosti z dalších evropských programů s hodnocením a realizací komunikačních a propagačních aktivit*³². Zde bylo mimo jiné publikováno vyhodnocení, že média upřednostňovala informování o projektech financovaných z EFRR oproti projektům financovaným z ESF.

Většina kampaní u kontrolovaných operačních programů byla zaměřena na cílovou skupinu *široká veřejnost* s hlavním cílem „*zvýšení povědomí o pomoci z EU, jednotlivých fondech, operačních programech nebo úspěšných projektech*“. V nasazených TV spotech převažovala prezentace příkladů dobré praxe. Průzkumy z prosince 2013 zpracované v roce 2014 agenturou STEM/MARK pro OP LZZ³³ uváděly, že **povědomí o existenci fondů EU je sice poměrně vysoké, avšak od roku 2011 zůstává na stejné úrovni** (v letech 2011–2013 se jednalo o hodnoty 73 %, 75 % a 73 %).

Míru spontánní znalosti konkrétních operačních programů u široké veřejnosti na základě otázky „*Jaký operační program znáte?*“ zjišťovalo ve srovnání s výsledky průzkumu z roku 2011 šetření z prosince 2013. **Pořadí prvních šesti operačních programů, jež si respondenti vybavili, zůstalo beze změn, s výjimkou OP VaVpl, jehož spontánní znalost v roce 2013 dokonce poklesla.**

Řídící orgány nestanovily v komunikačních plánech přímá konkrétní opatření k naplnění cíle zajistit, aby byla pomoc z EU pro veřejnost průhledná. Vnímání průhlednosti využití peněz z fondů EU, včetně dobré informovanosti o možnostech podpory, bylo rovněž průběžně zjišťováno v rámci průzkumů zaměřených na povědomí veřejnosti o problematice fondů EU. **Výsledky průzkumných šetření z roku 2011³⁴ uvádějí, že až 70 % široké veřejnosti nepovažuje využívání prostředků ze strukturálních fondů za dostatečně transparentní.**

³² Zdroj: *Vyhodnocení komunikačních a propagačních aktivit NOK*, závěrečná zpráva ze dne 3. 9. 2014 na [http://www.strukturalni-fondy.cz/cs/Fondy-EU/Narodni-organ-pro-koordinaci/Evaluace/Knihovna-evaluaci/Vyhodnoceni-komunikacnich-a-propagacnich-aktiv-\(1\)](http://www.strukturalni-fondy.cz/cs/Fondy-EU/Narodni-organ-pro-koordinaci/Evaluace/Knihovna-evaluaci/Vyhodnoceni-komunikacnich-a-propagacnich-aktiv-(1)).

³³ Závěrečná zpráva z výzkumu zaměřeného na informovanost široké veřejnosti o ESF a OP LZZ a hodnocení TV kampaně OP LZZ.

³⁴ *Vyhodnocení komunikačních a propagačních aktivit Národního orgánu pro koordinaci – závěrečná zpráva* z června 2011.

Příklady názorů na čerpání podpory z fondů EU z šetření povědomí široké veřejnosti o problematice fondů EU uvádějí odpovědi z jiných průzkumů provedených v letech 2011 a 2013. Na otázku: „Řekl/řekla byste, že využití peněz z evropských fondů je průhledné/transparentní?“ odpovídali respondenti následovně:

Průzkum z roku 2011³⁵:

- 31 % respondentů odpovědělo na výše uvedený dotaz kladně.

Průzkum z roku 2013³⁶:

- JEN 22 % respondentů odpovědělo na výše uvedený dotaz kladně.
- 41 % respondentů si myslí, že peníze z evropských fondů jsou v ČR využívány podle jasných pravidel.
- 37 % respondentů si myslí, že jejich využití je důsledně kontrolováno.
- 61 % dotázaných věří negativním článkům či zprávám o čerpání evropských fondů v ČR.

Na základě zmiňovaného průzkumu z roku 2013 bylo dále zjištěno, že celých 61 % dotázaných vůbec nevědělo o veřejně dostupném seznamu příjemců³⁷. Tento průzkum z roku 2013 byl posledním průzkumem povědomí české veřejnosti o fondech EU.

Ze srovnání výsledků výše uvedených šetření z let 2011 a 2013 vyplývá rovněž pokles pozitivních odpovědí na dotazy týkající se poskytovaných informací o fondech EU³⁸; zejména u dílčích aspektů, jakými byly kupříkladu:

- dobrá dostupnost informací,
- jasnost a srozumitelnost,
- přesnost,
- konkrétnost a věcnost.

Dobrou informovanost o možnostech získání finanční podpory deklarovalo v průzkumu z roku 2013 ze všech respondentů jen 14 %, což představuje ve srovnání s rokem 2011 nárůst kladných odpovědí o pouhých 4 %.

Celkem 96 % široké veřejnosti se domnívá, že by veřejnost měla být informována o čerpání pomoci z fondů EU prostřednictvím informačních kampaní. Kampaně by veřejnosti měly ukázat především možnosti a výhody čerpání dotací³⁹ a průhlednost toku financí a jejich přidělování⁴⁰. Televizní a rozhlasové kampaně zaměřené na cílovou skupinu široká veřejnost neposkytly veřejnosti v jednotlivých spotech například žádné informace o výši peněžních prostředků vynaložených na realizaci propagovaných úspěšných projektů, a to u žádného z kontrolovaných operačních programů. Tato skutečnost nepřispívá ke zvýšení transparentnosti pomoci poskytované z jednotlivých fondů EU, respektive veřejných prostředků České republiky.

³⁵ STEM/MARK – celorepublikové průzkumné šetření zaměřené na informovanost o fondech EU, které agentura provedla v dubnu 2011 na vzorku 2 084 dotazovaných.

³⁶ IBRS pro Ministerstvo pro místní rozvoj – kvantitativní výzkum, který agentura provedla v období 25. 10. až 7. 11. 2013 na vzorku 1 800 respondentů z obecné populace 18+.

³⁷ Viz <http://www.strukturalni-fondy.cz/cs/Informace-o-cerpani/Seznamy-prijemcu>.

³⁸ Průzkum IBRS, část „Informace o fondech EU“, strana 9. Odpovídali jen respondenti, kteří se zajímají o problematiku fondů EU aktivně či pasivně.

³⁹ 27 % dotazovaných.

⁴⁰ 24 % respondentů.

Seznam zkratk

ČT	Česká televize
EFRR	<i>Evropský fond pro regionální rozvoj</i>
ESF	<i>Evropský sociální fond</i>
FS	<i>Fond soudržnosti</i>
IS	informační systém
KoP	komunikační plán
MMR	Ministerstvo pro místní rozvoj
MPSV	Ministerstvo práce a sociálních věcí
MŠMT	Ministerstvo školství, mládeže a tělovýchovy
NKÚ	Nejvyšší kontrolní úřad
NOK	Národní orgán pro koordinaci (odbor MMR)
NSRR	národní strategický referenční rámec
OP	operační program
OP LZZ	operační program <i>Lidské zdroje a zaměstnanost</i>
OP VaVpl	operační program <i>Výzkum a vývoj pro inovace</i>
OP VK	operační program <i>Vzdělávání pro konkurenceschopnost</i>
RKoP	roční komunikační plán
ROP SČ	<i>Regionální operační program regionu soudržnosti Střední Čechy</i>
RR SČ	Regionální rada regionu soudržnosti Střední Čechy