

Evaluace komunikační strategie a publicity OP VaVpl

ZÁVĚREČNÁ ZPRÁVA

Datum: 8. 4. 2011

Zpráva zpracována pro:

ČR - Ministerstvo školství, mládeže a tělovýchovy
Karmelitská 7
118 12 Praha 1

Identifikační údaje zpracovatele:

Sídlo, kancelář Brno:
HOPE-E.S., v.o.s., divize EUservis.cz
Palackého tř. 10, 612 00 Brno
IČ: 25342282

Kancelář Praha:
HOPE-E.S., v.o.s., divize EUservis.cz
Lidická 1, 150 00 Praha 5

Osoba oprávněná jednat za zpracovatele:

Ing. Jan Šild, společník HOPE-E.S., v. o. s.

Obsah:

1	Manažerské shrnutí	5
2	Úvod	9
2.1	Východiska projektu	9
2.2	Cíle projektu	10
3	Použitá metodika a metodologie projektu	13
3.1	Desk research	13
3.2	Kvalitativní mediální analýza.....	14
3.3	Terénní šetření	15
3.3.1	Kvantitativní výzkum – elektronické dotazníkové šetření (DOT)	15
3.3.2	Kvalitativní výzkum – individuální rozhovory (IDI)	17
3.3.3	Telefonický průzkum	18
4	Identifikace zjištěných výsledků a dat	19
4.1	Kvantitativní výzkum – elektronické dotazníkové šetření (DOT).....	19
4.2	Kvalitativní výzkum – individuální rozhovory (IDI)	20
4.3	Telefonický průzkum.....	21
5	Hlavní závěry a zjištění.....	22
5.1	Odpovědi na evaluační otázky.....	22
6	Navrhovaná doporučení.....	47
6.1	Příprava a plánování RKoP 2012 – 2015.....	47
6.2	Aplikace nástrojů komunikace dle RKoP.....	49
6.3	Monitoring a evaluace opatření KoP	51
7	Použitá literatura a zdroje	53
8	Přílohy	54
8.1	Zpráva z terénního šetření.....	55
8.2	Průzkum povědomí o OP VaVpl mezi širokou veřejností	56
8.3	Analýza mediálního pokrytí čerpání evropských prostředků MŠMT	57
8.4	Přehled použitých informačních zdrojů	58
8.5	Sborník příkladů dobré praxe.....	59
8.6	Scénáře řešení případných potíží KoP	60
8.7	Přehled vypořádání připomínek k závěrečné zprávě	61

Seznam zkratk

AV ČR	Akademie věd České republiky
CATI	Computer-assisted Telephone Interviewing
ČR	Česká republika
ČRo	Český rozhlas
ČT	Česká televize
DOT	Dotazníkové šetření
EO	Evaluační otázka
EK	Evropská komise
ERDF	Evropský fond pro regionální rozvoj
ES	Evropská společenství
EU	Evropská unie
FAQ	Frequently asked questions (Často kladené dotazy)
IDI	Individuální rozhovory
IOP	Integrovaný operační program
IS	Implementační struktura
IS MONIT7+	Informační systém MONIT7+
KoP	Komunikační plán
LN	Lidové noviny
MMR ČR	Ministerstvo pro místní rozvoj České republiky
MŠMT ČR	Ministerstvo školství, mládeže a tělovýchovy České republiky
NSRR	Národní strategický referenční rámec
OP	Operační program
OP PI	Operační program Podnikání a inovace
OP TP	Operační program Technická pomoc
OP VaVpl	Operační program Výzkum a vývoj pro inovace
OP VK	Operační program Vzdělávání pro konkurenceschopnost
ROP	Regionální operační program
RKoP	Roční komunikační plán
ŘO	Řídící orgán
SF	Strukturální fondy
TV	Televizní vysílání
VaV	Výzkum a vývoj
VŠ	Vysoké školy
ZS	Zprostředkující subjekt

1 Manažerské shrnutí

Projekt „Evaluace komunikační strategie a publicity OP VaVpI“, jehož zadavatelem je Ministerstvo školství, mládeže a tělovýchovy (MŠMT), byl realizován společností HOPE-E.S., v.o.s., divizí EUservis.cz v období od 14. ledna 2011 do 15. dubna 2011.

Projekt byl zaměřen na provedení evaluace komunikační strategie a publicity OP VaVpI dle jednotlivých **evaluačních okruhů (EO)**, které se blíže zabývají níže uvedenou problematikou:

- hodnocení relevance a vhodné nastavení specifických cílů, informačních priorit cílových skupin a nástrojů informovanosti a publicity,
- hodnocení aktuálního stavu implementace KoP OP VaVpI, z hlediska dosavadních aktivit, výstupů, výsledků, míry povědomí cílové skupiny o OP VaVpI a identifikace faktorů podporujících nebo bránících dosažení plánovaných cílů
- hodnocení provázanosti cílů, aktivit, výstupů, výsledků a dopadů OP VaVpI
- navržení scénáře k dosažení globálního cíle OP VaVpI, návrhy na zlepšení nebo upřesnění specifických cílů, informačních priorit, cílových skupin, nástrojů informovanosti a publicity, výstupů, výsledků a monitorovacích indikátorů, zdůvodnění, jak prostřednictvím navrhovaných změn dojde k efektivnější implementaci komunikační strategie OP VaVpI.

Hlavními závěry a doporučení formulovaná na základě provedených analýz dle zaměření jednotlivých evaluačních okruhů jsou tyto:

Příprava a realizace ročních komunikačních plánů (RKoP) 2012 – 2015

V tomto období je vhodné přesunout **důraz ze strany iniciace zájmu potenciálních žadatelů o podporu směrem k informování veřejnosti a ostatních relevantních cílových skupin o výsledcích programu a jednotlivých intervencích** za využití komplexní mediální kampaně. Současně je nutno dále **rozvíjet a posilovat komunikační podporu příjemcům** a vytvořit tak podmínky pro úspěšné dokončení rozpracovaných projektů. **Pro úspěch programu je zásadní přímá informační podpora příjemcům** v realizační fázi projektu, aby tak bylo minimalizováno riziko problémů v implementační fázi projektů.

Řízení komunikace, její monitoring a evaluace

V rámci řízení a realizace komunikační strategie a publicity OP VaVpI, **zpracovatel navrhuje posílit vnímání role publicity** uvnitř Řídicího orgánu OP VaVpI, důsledněji dbát na čerpání rozpočtu komunikačního plánu a koncepčně spolupracovat s **externími dodavateli**. **Pro efektivní aktualizaci RKoP je nutné průběžně vyhodnocovat aktivity komunikace**, nejlépe na roční bázi, a na jejím základě provádět tyto roční aktualizace RKoP. Za účelem zvýšení validity a reliability indikátorů úspěšnosti komunikačních a propagačních aktivit a zpracovatel **navrhuje nově uspořádat a optimalizovat monitorovací indikátory**.

Aplikace nástrojů komunikace

Zásadní je **potřeba vytvoření vlastního webového portálu OP VaVpI**, který bude sloužit pro komunikaci jak s širokou i odbornou veřejností, tak také s žadateli a příjemci. Pro aplikaci všech plánovaných opatření v souladu s KoP OP VaVpI je také nutné dokončit výběr externích dodavatelů služeb (webový portál, propagační předměty, pořádání seminářů a konferencí, mediální agentura, apod.). Možnost využití služeb externích dodavatelů je v tomto případě bariérou pro plnění plánovaných aktivit KoP OP VaVpI. V návrhové části zprávy jsou obsažena doporučení, jak **zkvalitnit komunikaci projektů směrem k široké veřejnosti**. Tato doporučení jsou vytvořena na základě provedených šetření a zkušeností zpracovatele v oblasti komunikace a odborného komunikačního poradenství pro veřejnou správu. Návrhová část obsahuje návrhy, jak posílit komunikační prostředky využívané veřejnou správou v oblasti mediální, on-line a přímé komunikace, a to za využití moderních komunikačních kanálů. Důraz by měl být kladen na **využití současných technologických možností, např. na využití potenciálu sociálních sítí, diskusních fór a nástrojů ke sdílení multimediálního obsahu**, případně přímé komunikace.

Dílíčí závěry dle jednotlivých zkoumaných oblastí jsou následující:

Vhodnost nastavení specifických cílů, nástrojů informovanosti a publicity je specifická dle jednotlivých cílových skupin KoP VaVpI

a) žadatelé a příjemci podpory OP VaVpI

- Pro cílovou skupinu žadatelů a příjemců OP VaVpI je vhodné nastavení komunikačních toků především prostřednictvím **přímých osobních kontaktů jednotlivých žadatelů a příjemců OP VaVpI se zástupci řídicího orgánu (ŘO) na úrovni projektových manažerů**. V tomto kontextu a vnímání cílové skupiny žadatelů a příjemců lze doporučit provádění co nejméně změn na pozicích projektových manažerů na MŠMT z důvodu potřeby časté změny komunikace (forma i obsah). Stejně tak tato skupina doporučuje **hromadná setkání zástupců příjemců podpory OP VaVpI se zástupci implementačního subjektu či zavedení pracovních skupin zástupců žadatelů a příjemců a projektových manažerů z MŠMT**, a to především z toho důvodu, že obec příjemců v rámci OP VaVpI není tak široká (jako např. v případě OP VK), a že sami žadatelé a příjemci předpokládají, že řeší podobné problémy. V rámci komunikace s projektovými manažery na MŠMT žadatelé a příjemci OP VaVpI preferují **e-mailovou komunikaci**. Dalším vhodným nástrojem informovanosti a publicity dle cílové skupiny žadatelů a příjemců OP VaVpI je **zřízení vlastních internetových stránek dedikovaných OP VaVpI**, které by byly pravidelně aktualizovány a byly by na nich přehledně uvedeny **aktuální kontakty na projektové manažery z ŘO**. V neposlední řadě jsou jedním z hlavních nástrojů informovanosti a publicity pro cílovou skupinu žadatelů a příjemců OP VaVpI **příručky pro žadatele a příjemce**, kdy je tato cílová skupina hodnotí v zásadě negativně, zejména pak v souvislosti s jejich častými změnami.

b) potencionální žadatelé OP VaVpl

- Cílová skupina potencionálních žadatelů OP VaVpl využívá pro informování o OP VaVpl především **elektronické zdroje**, zejména pak **webové stránky operačních programů** (např. www.strukturalni-fondy.cz), **webové stránky implementačního subjektu** a **stránky ostatních oprávněných žadatelů OP VaVpl**. Vhodnými nástroji informovanosti jsou pro tuto cílovou skupinu **webové stránky**, kde je však zejména v případě internetových stránek řídicího orgánu OP VaVpl negativně hodnocena jejich nepřehlednost, těžká orientace a dohledatelnost potřebných informací. Z hlediska doporučení ze strany potencionálních žadatelů OP VaVpl je doporučováno zejména informování prostřednictvím **přímého zasílání aktualit a potřebných informací mailovou cestou přímo potencionálním žadatelům**.

c) veřejnost

- Cílová skupina **široká a odborná veřejnost** je o OP VaVpl informována především prostřednictvím **elektronických zdrojů** a **mediálních nástrojů** (televize, rádio, tiskové zprávy). Vhodným nástrojem informovanosti pro cílovou skupinu **odborná veřejnost** jsou především **webové stránky operačních programů** (zejména www.strukturalni-fondy.cz) a **webové stránky ostatních potencionálních žadatelů OP VaVpl** (webové stránky vysokých škol, výzkumných organizací apod.). Pro cílovou skupinu **široká veřejnost** jsou vhodnými nástroji informovanosti především klasická média, tj. **televize, rádio, tiskové a online inzerce**. S ohledem na obsah sdělení se osvědčuje informovat o konkrétních projektech a jejich aktuálním vývoji.

d) implementační subjekty OP VaVpl (řídicí orgán)

- Míra povědomí o OP VaVpl cílové skupiny KoP OP VaVpl implementační subjekty OP VaVpl se **odvíjí od pracovní náplně jednotlivých zaměstnanců ŘO**. Zaměstnanci, jejichž náplní práce je koordinace OP VaVpl na úrovni ministerstva mají vysoké povědomí o OP VaVpl a o specifické oblasti KoP Op VaVpl..
- Kvalita mínění o OP VaVpl cílové skupiny KoP OP VaVpl implementační subjekty OP VaVpl se odvíjí zejména od **spokojenosti či nespokojenosti s aktuálním rozdělením kompetencí, případně také se systémem řízení komunikačních aktivit na ŘO**. Zaměstnanci, jejichž náplní práce je koordinace OP VaVpl na úrovni ministerstva, jsou spíše nespokojeni s aktuálním rozdělením kompetencí v rámci řízení komunikačních aktivit OP VaVpl (reorganizace, personální obměny).

e) média – sdělovací prostředky

- Obecnou míru informovanosti v případě cílové skupiny médií – sdělovacích prostředků - ovlivňují do jisté míry **webové stránky operačních programů a řídicího orgánu**. Velký vliv na míru a kvalitu informovanosti o OP VaVpl mají v případě této cílové skupiny **tiskové zprávy, informační akce a přímá spolupráce s novináři**, která je ovlivněna rozdělením komunikačních kompetencí na MŠMT (reorganizace a rozdělení zodpovědností za tzv. povinnou a nepovinnou publicitu).

- Kvalita informovanosti OP VaVpl cílové skupiny média – sdělovací prostředky je **ovlivňována zejména kauzami**, které souvisí s oblastí vědy a výzkumu obecně, specificky pak s akcemi, které jsou spolufinancovány z OP VaVpl (problematika financování vědy a výzkumu v ČR, otvírání nových vědeckých center, výzkumných center univerzit či úspěchů akademie věd – AV ČR).

Úspěšnost komunikační strategie a publicity OP VaVpl

V kontextu **aktivit řídicího orgánu OP VaVpl** lze jednotlivé komunikační a propagační aktivity dle úspěšnosti rozdělit na **dvě základní skupiny**, tj. na aktivity, které jednotlivé cílové skupiny KoP OP VaVpl hodnotily **pozitivně** a lze je proto považovat za úspěšné a na ty, které byly naopak hodnoceny **negativně**, tj. je lze považovat za méně úspěšné.

Pozitivně cílové skupiny hodnotí **konzultace a semináře**, kdy byla zaznamenána **širší nabídka seminářů a workshopů**, avšak poptávka stále převyšuje nabídku. U **konzultací si cílové skupiny cení větší vstřícnosti a odbornosti** pracovníků implementačního subjektu OP VaVpl. **Média pozitivně prezentovala některé významné projekty OP VaVpl** (např. projekt CEITEC), což výrazně přispělo k propagaci programu OP VaVpl, avšak **negativně se na prezentaci programu projevila institucionální témata** (např. související s odvoláním vrchního ředitele sekce evropských fondů MŠMT).

Negativně cílové skupiny hodnotí **změny v informovanosti prostřednictvím webových portálů**, především www.msmt.cz, který se stal a stává v poslední době **spíše nepřehledný a nestrukturovaný**, je velmi obtížné dopátrat se hledané informace. **Časté změny a fluktuace pracovníků** na MŠMT, které působí na pozicích kontaktních osob v projektech OP VaVpl, jsou také negativně vnímány zejména z pozice příjemců. Cílové skupiny si také stěžují na **změny a jejich načasování v průběhu přípravy a realizace projektů, především ve výzvách a metodických příručkách**. Všechny tyto zmíněné aspekty ovlivňují úspěšnost realizace komunikačních a propagačních aktivit OP VaVpl.

Z hlediska doporučení lze navrhnout zejména **výrazný posun v internetové prezentaci OP VaVpl**, celkové hodnocení portálu sice nevyznívá jednoznačně negativně, nicméně úpravy portálu jsou nutné (zpřehlednění webového portálu MŠMT, vznik samostatných stránek OP VaVpl), spuštění mediální kampaně a zahájení spolupráce s dodavateli externích služeb (mediální agentura, eventová agentura, webový portál, propagační předměty, apod.) a **zapojení nových komunikačních a propagačních toků, zejména sociálních sítí** (Facebook, Twitter apod.).

2 Úvod

Tato zpráva prezentuje závěrečné výstupy projektu „Evaluace komunikační strategie a publicity OP VaVpI“, jehož zadavatelem je Ministerstvo školství, mládeže a tělovýchovy ČR.

Projekt je realizován od 7. února do 15. dubna 2011 a je rozdělen do dvou fází. První fáze proběhla v období od 7. 2. do 21. 2. 2011 a jejím výstupem byla Vstupní zpráva včetně upřesněného metodického přístupu k řešení evaluace. Další fáze projektu byla realizována v období od 22. 2. do 31. 3. 2011, jejíž náplní bylo především terénní šetření. Předkládána závěrečná zpráva podrobně prezentuje veškerá zjištění provedená na základě evaluačního šetření a z nich vyplývající závěry a doporučení.

2.1 Východiska projektu

Dle Nařízení Rady (ES) č. 1083/2006, článku 69, je povinností členského státu EU, který využívá pomoci ze strukturálních fondů (SF), zajistit průhlednost a plnou informovanost o pomoci čerpané ze SF. V České republice je pro tyto účely vytvořena komunikační strategie, jež je nedílnou součástí implementace Národního strategického referenčního rámce (NSRR) ČR. Informační a propagační opatření jsou realizována v souladu s NSRR a prostřednictvím komunikačních plánů pro jednotlivé operační programy. Komunikační plán operačního programu Technická pomoc (OP TP) představuje mimo jiné rámcovou komunikační strategii ČR pro úroveň Národního strategického referenčního rámce (NSRR) na období 2007–2013. Povinnost evaluace publicity a komunikačních aktivit vychází mimo jiné i z Nařízení Komise (ES) č. 1828/2006.

Cílem evaluace není pouze vyhodnotit publicitu a propagaci operačního programu. Dlouhodobým záměrem ministerstva je **informovat o OP jednotnou formou**, zvýšit účinnost informací, jejich srozumitelnost a celkově zlepšit obraz instituce v oblasti administrace OP. Proto je nezbytné, aby evaluace také částečně řešila **informační vztah vůči ostatním relevantním odborům ministerstva, jako např. Odbor řízení OP VK, Odbor technické pomoci, apod..**

Vzhledem k tomu, že se již v minulosti několikrát prokázalo, že nedostatky v externí komunikaci vycházely z nedostatků v komunikaci interní, zaměřila se tato evaluace i na tento důležitý aspekt.

Komunikační plán Operačního programu Výzkum a vývoj pro inovace (KoP OP VaVpI) vychází z komunikačního plánu OP TP a **rozpracovává komunikační strategii pro pomoc z Evropského fondu pro regionální rozvoj (ERDF) v oblasti vědy a výzkumu pro období 2007 – 2013.** Rámcová komunikační strategie pro OP VaVpI se každoročně rozpracovává a upřesňuje prostřednictvím ročních komunikačních plánů, které obsahují detailní informace o plánovaných informačních a propagačních aktivitách. KoP OP VaVpI částečně navazuje na Komunikační akční plán Operační program Průmysl a podnikání (dále OP PP) z období 2004-2006. Dále také vychází z jednotlivých analýz zaměřených na informaci a komunikační aktivity v období 2004-2006 i zahraničních zkušeností. Směřuje tím ke **zefektivnění poskytování informací o pomoci poskytované ze strukturálních fondů, zejména z ERDF, na oblast výzkumu, vývoje a inovace.**

Za implementaci a řádnou realizaci KoP OP VaVpl je zodpovědný ŘO OP VaVpl – Ministerstvo školství, práce a tělovýchovy ČR. ŘO je pověřený prováděním strukturální pomoci Společenství, má zodpovědnost za plnění povinností týkajících se informování a propagace, a zejména za to, že budou informovány příslušné cílové skupiny. Informací a propagační opatření jsou realizována v souladu s NSRR a prostřednictvím komunikačních plánů pro jednotlivé operační programy.

KoP OP VaVpl obsahuje údaje o cílech, cílových skupinách, obsahu, o strategii a nástrojích informačních a propagačních aktivit, financování, řízení a implementaci, hodnocení a subjektech podílejících se na jeho řízení a harmonogramu.

Globálním cílem KoP VaVpl je profesionálním přístupem zajistit, aby pomoc poskytována z Evropského fondu pro regionální rozvoj na rozvoj oblasti výzkumu a vývoje OP VaVpl v programovém období 2007 – 2013 byla dostupná a transparentní pro všechny cílové skupiny OP VaVpl, a zdůraznit pozitivní roli, jakou hraje politika hospodářské a sociální soudržnosti Evropské unie pro tuto pomoc.

Specifické cíle KoP VaVpl reflektují potřebu rozdílné **úrovně komunikace vzhledem k cílovým skupinám** a umožňují **efektivnější komunikaci směrem k jednotlivým cílovým skupinám**. Naplnění specifických cílů ve svém důsledku vede k naplnění cíle globálního.

Specifické cíle KoP VaVpl:

- 1) Zajistit informovanost široké a odborné veřejnosti o výsledcích a naplňování OP VaVpl a o úloze Evropské unie.
- 2) Zajistit dostatečnou informovanost potenciálních příjemců o možnostech podpory z OP VaVpl a vytvořit podmínky pro realizaci dostatečného množství kvalitních projektů.

Jednotlivé specifické cíle programu jsou rozváděny informačními prioritami, pro které jsou definovány cílové skupiny a přiřazeny adekvátní nástroje.

ŘO OP VaVpl (MŠMT) také každoročně předkládá roční komunikační plány (RKoP), které blíže specifikují aktivity realizované v daném roce, popisují způsoby hodnocení aktivit, monitorovací indikátory atd.

2.2 Cíle projektu

Celkovým cílem projektu bylo provést evaluaci Komunikačního plánu OP VaVpl, resp. komunikační strategie a publicity OP VaVpl.

Cíle projektu lze konkrétněji definovat následovně:

- **Zjistit, v jaké míře odráží KoP aktuální potřeby OP VaVpl** ve vztahu ke specifickým cílům, informačním prioritám, cílovým skupinám a nástrojům informovanosti a publicity.

- **Zjistit, jaký je současný stav implementace KoP OP VaVpl a dosažené výstupy/výsledky**, tzn. zhodnocení plnění strategie informovanosti a publicity OP VaVpl.
- **Zjistit, jak současná podoba KoP OP VaVpl napomáhá jeho efektivnímu monitoringu a hodnocení.**
- **Poskytnout Řídícímu orgánu zpětnou vazbu a doporučení** vedoucí ke zvýšení efektivity implementace komunikační strategie a publicity OP VaVpl – v případě identifikované potřeby navrhnout zlepšení v podobě revize Komunikačního plánu OP VaVpl, jež by vedla k efektivnější realizaci komunikační strategie OP VaVpl.
- **Provést spolehlivé a kompletní šetření** hodnotící skutečnou podobu a potenciál komunikačních a propagačních aktivit OP VaVpl. Bude proveden kompletní průzkum informovanosti a mínění mezi cílovými skupinami KoP OP VaVpl (dotazníkové šetření, individuální rozhovory, telefonický průzkum).
- **Zhodnotit efektivitu a úspěšnost komunikačních a propagačních aktivit** na základě evaluačních kritérií **relevance, účinnosti, efektivity, dopadu, relevance a udržitelnosti.**
- **Detailně analyzovat vhodné způsoby používání komunikačních a propagačních aktivit OP VaVpl v širším kontextu a formulovat konkrétní praktická doporučení** využitelná při tvorbě ročních komunikačních plánů OP VaVpl.
- **Provést srovnávací analýzu komunikačních a propagačních aktivit OP VaVpl a jiných ERDF programů** (např. OP Podnikání a inovace) a uvést příklady dobré praxe.
- **Využít zkušeností s implementací informačních a propagačních opatření v rámci ERDF programů minulého období** – např. "324 G02 Metodika komunikace realizace fondů EU v programovém období 2007–2013 (transparentnost, koordinace a řízení komunikace): Metodika tvorby a realizace Komunikačního akčního plánu pro OP", a navrhnout doporučení pro OP VaVpl.
- **Provést analýzu všech nástrojů informovanosti a publicity OP VaVpl.**
- **Vytvořit sborník návrhů variant řešení pro úspěšnou realizaci komunikačního plánu v dalším období** obsahující klady a zápory navrhovaných scénářů řešení pro subjekty implementace OP VaVpl.
- **Specifikovat komunikační mechanismy a nástroje dle potřeb cílových skupin KoP.**
- **Shrnout a integrovat stávající výsledky již provedených analýz** (dosud provedené, či probíhající šetření) a využít tak jejich výsledky pro evaluaci a pro tvorbu komunikačního plánu.
- **Vytvořit podmínky pro efektivní šíření výstupů evaluace mezi všechny definované skupiny uživatelů** (formou diseminačních akcí – prezentace na jednání pracovních skupin, případně monitorovacího výboru, pracovníků EK, apod.). Zpracovatel klade na tento dílčí cíl zvláštní důraz, prozatím neexistuje dostatečně

silné povědomí o možnostech využívání výsledků zpracovaných analýz a jejich aplikaci.

Projekt vede nejen ke zhodnocení aktuálního stavu včetně kvantifikace dopadů komunikace na cílové skupiny, ale také **navrhuje zefektivnění komunikačních aktivit a komunikační strategie pro OP VaVpI včetně implementace výsledků v komunikační strategii pro další období.**

3 Použitá metodika a metodologie projektu

Při realizaci projektu bylo využito široké škály metod a nástrojů. Jednotlivé metody byly vhodně kombinovány dle cílových skupin a charakteru informace, které měly být získány či analyzovány. Základními technikami pro sběr a vyhodnocování dat byly především desk research, kvantitativní a kvalitativní terénní šetření, šetření povědomí veřejnosti a mediální analýza.

3.1 Desk research

Metoda desk research byla základní metodou pro získávání informací a údajů “od stolu” všech relevantních dostupných materiálů a informací vztahujících se k předmětu realizace projektu. V rámci desk research byla využita především aktuální dokumentace OP VaVpl vztahující se k problematice komunikační strategie a publicity.

Seznam dokumentace využitý při desk research:

- Komunikační plán Operačního programu Výzkum a vývoj pro inovace
- Roční komunikační plány Operačního programu Výzkum a vývoj pro inovace
- Analýza komunikačních potřeb a návrh komunikační strategie OP VaVpl
- Metodický pokyn – evaluace komunikačních plánů OP 2007-2010, 2010
- Metodika monitorování programů strukturálních fondů a Fondu soudržnosti pro programové období 2007-2013, MMR ČR, 2009 v aktuálním znění
- Výroční zprávy o realizaci OP VaVpl
- Příručka pro žadatele Operačního programu Výzkum a vývoj pro inovace (pro jednotlivé prioritní osy)
- Příručka pro příjemce Operačního programu Výzkum a vývoj pro inovace
- Národní číselník indikátorů
- Pravidla pro publicitu OP VaVpl – příloha Příručky pro žadatele a příjemce OP VaVpl
- Operační program Výzkum a vývoj pro inovace (OP VaVpl)
- Manuál vizuální identity OP VaVpl
- Dokumentace vypsání výzev
- Měsíční monitorovací zprávy
- Dokumentace ostatních ERDF programů – např. IOP
- Operační manuál OP VaVpl
- Data a dokumenty ohledně monitoringu publicity poskytnuté ŘO OP VaVpl
- Závěry ze zasedání Monitorovacího výboru OP VaVpl
- Databáze příjemců podpory OP VaVpl – sestava o podpořených projektech poskytnutá zadavatelem dne 7. 2. 2011
- Seznamy příjemců OP VaVpl, <http://www.strukturalni-fondy.cz/Stav-cerpani/Seznamy-prijemcu>

- Databáze a kontakty pracovníků MŠMT, kteří mohou být osloveni v rámci šetření při evaluaci komunikace a publicity OP VaVpI – sestava ze dne 22. 2. 2011 poskytnutá zadavatelem
- Výstupy aktivit publicity OP VaVpI (archiv tiskových zpráv, výstupy publicity a jejich dokumentace za jednotlivé roky)

Díky desk research byla vytvořena ucelená mapa problematiky, byly zmapovány probíhající procesy, byla přesně definována tematická pole výzkumu a vytvořeny podmínky pro provedení terénního šetření následných evaluačních analýz.

3.2 Kvalitativní mediální analýza

Doplňkovým nástrojem desk-research byla kvalitativní mediální analýza, která byla zaměřena na informační zdroje a dokumenty vydávané sdělovacími prostředky. Obsahová analýza médií je kvantitativní výzkumnou metodou pro systematický a intersubjektivně ověřitelný popis komunikačních obsahů.

Obsahová analýza médií je kvantitativní výzkumnou metodou pro systematický a intersubjektivně ověřitelný popis komunikačních obsahů.

Analýza mediálního pokrytí OP VaVpI detailně **mapuje mediální prezentaci zprostředkovaných finančních zdrojů EU Ministerstvem školství mládeže a tělovýchovy v celostátních i regionálních zpravodajských médiích** (celostátní a regionální tisk, rozhlas, televize, internet) **v druhém pololetí 2010**. Předmětem zkoumání byly explicitní zmínky o MŠMT a zároveň některém z následujících pojmů: Operační program Výzkum a vývoj pro inovace, Evropská unie (ve smyslu čerpání finančních prostředků).

Záměrem metody bylo **vyhodnotit současnou neinzertní mediální publicitu OP VaVpI**.

Sledované období: 2. pololetí 2010

Objem vzorku: 319 relevantních příspěvků zmiňujících problematiku v českých médiích

Sledovaná média:

- deníky: Mladá fronta Dnes, Právo, Lidové noviny, Hospodářské noviny
- televizní zpravodajství: ČT, Nova, Prima, Z1
- rozhlasové zpravodajství: ČRo1, Impuls, F1
- týdeníky: Ekonom, Euro, Profit, Týden, Reflex, Respekt
- regionální obsahy: Mladá fronta Dnes, Právo, LN, Pražský deník
- internetové zdroje: novinky.cz, aktuálně.cz, idnes.cz, centrum.cz, ihned.cz

Analýza mediálního pokrytí OP VaVpI odpovídá na následující otázky:

- Jaká byla míra mediálního pokrytí čerpání evropských prostředků MŠMT ve sledovaném období?
- Jak se lišila intenzita medializace čerpání evropských prostředků MŠMT v celostátních a regionálních médiích?
- V jakém kontextu (negativním, neutrálním, pozitivním) bylo čerpání evropských prostředků MŠMT v médiích prezentováno?
- Jak intenzivně byly medializovány jednotlivé prioritní osy a oblasti podpory?
- Jak intenzivně byly v souvislosti s čerpáním evropských dotací MŠMT medializovány kraje a municipality?
- Jak intenzivně byly v souvislosti s čerpáním dotací MŠMT medializovány konkrétní organizace a kategorie organizací (ministerstva, úřady práce, sociální a neziskové organizace, soukromé instituce atd.)?
- Jaký prostor dala média vyjádřením konkrétních mluvčích zmiňujících se o čerpání dotací MŠMT?

Analýza mediální publicity problematiky komplexně vyhodnotila profilaci problematiky ve sdělovacích prostředcích. Analyzován byl kontext (pozitivní/neutrální/negativní), tematizace mediálních výstupů (základní tematickou kategorizaci dle prioritních os OP VaVpI), identifikovala klíčové aktéry a zájmové skupiny, kteří o problematice komunikovali, zhodnotila dopad krizových událostí.

Základní vyhodnocení mediální analýzy je součástí odpovědí na evaluační otázky, úplné vyhodnocení je součástí přílohy zprávy projektu.

3.3 Terénní šetření

Jedním ze zásadních zdrojů informací pro kvalitativní zpracování evaluace komunikační strategie a publicity OP VaVpI je terénní šetření. V rámci terénního šetření byly použity dotazníky a individuální rozhovory s příjemci podpory, potenciálními žadateli a příjemci, zástupci veřejnosti a se zástupci implementačních subjektů OP VaVpI.

3.3.1 Kvantitativní výzkum – elektronické dotazníkové šetření (DOT)

Pro kvantitativní šetření byl vybrán dotazníkový průzkum, v rámci něhož byly využity elektronické dotazníky. Forma elektronického dotazníku umožňuje prostřednictvím tazatelského portálu www.dotaznicek.cz respondentům přímý vstup do formuláře dotazníku na základě oslovovacího emailu.

V rámci dotazníkového šetření byli osloveni příjemci podpory OP VaVpl, potenciální žadatelé a příjemci pomoci OP VaVpl a implementační subjekty OP VaVpl. Zpracovatel na základě veřejně dostupných databází, podkladů a sestav z IS MONIT7+ (ze dne 7. 2. 2011 a 25. 2. 2011), které poskytl zadavatel, vypracoval seznam oslovených respondentů.

Průzkum žadatelů a příjemců podpory OP VaVpl

Sestava žadatelů a příjemců OP VaVpl zahrnovala seznam 220 projektů. Celkem bylo z poskytnuté sestavy ze strany zadavatele (dne 7. 2. 2011) zjištěno, že 220 projektů bylo předloženo 84 různými oprávněnými žadateli a příjemci OP VaVpl. Seznam kontaktů byl upraven a očištěn o duplikované emailové kontakty na zástupce žadatelů a příjemců OP VaVpl. **Po odstranění duplicit a nezbytných úprav v seznamu projektů zahrnovala databáze celkem 173 jedinečných emailových kontaktů na příjemce a žadatele OP VaVpl.** V rámci dotazníkového šetření došlo k úplnému oslovení.

Dotazníkové šetření pro žadatele a příjemce OP VaVpl **probíhalo přes tazatelský portál od 1. – 13. 3. 2011.** Ve dnech 25. – 28. 2. 2011 bylo provedeno pilotní ověření dotazníkového šetření, kdy se otestovala funkčnost elektronického průzkumu, prověřila struktura a logičnost kladených otázek a export odpovědí z elektronických dotazníků. V polovině dotazníkového šetření (9. 3.) došlo k znovuoslovení respondentů, kteří se dosud dotazníkového šetření nezúčastnili či učinili tak pouze částečně (např. došlo k vyplnění pouze části dotazníku).

V rámci dotazníkového šetření bylo osloveno celkem 173 respondentů z řad žadatelů a příjemců OP VaVpl a zúčastnilo se jej celkem 85 respondentů. K vyhodnocení dotazníkového šetření bylo zapotřebí vybrat pouze dokončené dotazníky, tzn. ty, které byly respondenty uzavřeny a odeslány přes elektronický systém. **Dokončených dotazníků bylo celkem 57, tj. výše návratnosti dotazníků dosáhla úrovně 32,9 %.**

Průzkum potenciálních žadatelů z OP VaVpl, resp. odborná veřejnost

Potenciální žadatelé OP VaVpl byli určeni na základě desk–research, kdy se z relevantních dokumentů zjišťovaly podmínky a oprávněnosti subjektů předkládat projekty do OP VaVpl. Na základě analýzy byly z veřejně dostupných databází získány seznamy a kontakty oprávněných žadatelů, příp. příjemců OP VaVpl. Do skupiny potenciálních žadatelů OP VaVpl byly zařazeny výzkumné organizace, knihovny, muzea, vysoké školy a astronomické instituce. Z uvedených databází institucí bylo získáno celkem 1 151 e-mailových kontaktů. Výběrový vzorek byl proveden s ohledem na typ žadatele a geografické rozložení. V dotazníkovém šetření došlo **k oslovení 1 151 zástupců** ze skupiny **potenciálních žadatelů OP VaVpl.**

Dotazníkové šetření pro potenciální žadatele a příjemce OP VaVpl **probíhalo přes tazatelský portál od 1. – 13. 3. 2011.** Ve dnech 25. – 28. 2. 2011 bylo provedeno pilotní ověření dotazníkového šetření, kdy se otestovala funkčnost elektronického průzkumu, prověřila struktura a logičnost kladených otázek a export odpovědí z elektronických dotazníků. V polovině dotazníkového šetření (9. 3.) došlo k znovuoslovení respondentů, kteří se dosud dotazníkového šetření nezúčastnili či učinili tak pouze částečně (např. došlo k vyplnění pouze části dotazníku).

V rámci dotazníkového šetření bylo osloveno celkem 1 151 respondentů z řad potenciálních žadatelů OP VaVpl a zúčastnilo se jej celkem 159 respondentů. K vyhodnocení dotazníkového šetření bylo zapotřebí vybrat pouze dokončené dotazníky, tzn. ty, které byly respondenty uzavřeny a odeslány přes elektronický systém. **Dokončených dotazníků bylo celkem 99, tj. výše návratnosti dotazníků dosáhla úrovně 8,6 %.**

Průzkum implementačních subjektů OP VaVpl

Seznam zástupců z implementačních subjektů OP VaVpl byl poskytnut zadavatelem dne 25. 2. 2011 a zahrnoval celkem 58 kontaktů. V rámci dotazníkového šetření došlo k úplnému oslovení.

Dotazníkové šetření pro zástupce implementačních subjektů OP VaVpl **probíhalo přes tazatelský portál od 3. – 17. 3. 2011.** Ve dnech 28. 2. – 2. 3. 2011 bylo provedeno pilotní ověření dotazníkového šetření, kdy se otestovala funkčnost elektronického průzkumu, prověřila struktura a logičnost kladených otázek a export odpovědí z elektronických dotazníků. V polovině dotazníkového šetření (14. 3.) došlo k znovuoslovení respondentů, kteří se dosud dotazníkového šetření nezúčastnili či učinili tak pouze částečně (např. došlo k vyplnění pouze části dotazníku).

V rámci dotazníkového šetření bylo osloveno celkem 58 respondentů z řad zástupců implementačních subjektů OP VaVpl a zúčastnilo se jej celkem 38 respondentů. K vyhodnocení dotazníkového šetření bylo zapotřebí vybrat pouze dokončené dotazníky, tzn. ty, které byly respondenty uzavřeny a odeslány přes elektronický systém. **Dokončených dotazníků bylo celkem 33, tj. výše návratnosti dotazníků na úrovni 56,9 %.**

3.3.2 Kvalitativní výzkum – individuální rozhovory (IDI)

Kvalitativní šetření bylo provedeno formou individuálně řízených rozhovorů se skutečnými i potenciálními žadateli a příjemci OP VaVpl a zástupci implementačních subjektů OP VaVpl. Výběr respondentů pro individuální rozhovory proběhl metodou tzv. kvótního výběru.

Výběr vzorku objektů výzkumu ze skupiny skutečných a potenciálních žadatelů a příjemců OP VaVpl splňoval základní kritéria výběru:

- Kritérium 1: pokrytí respondentů z hlediska typu žadatele/příjemce (právní formy)
- Kritérium 2: pokrytí respondentů z hlediska oblasti podpory (relevantní u skutečných žadatelů a příjemců OP VaVpl)

Za dodatečná kritéria byla zvolena následující:

- Kritérium 3: pokrytí respondentů z hlediska sídla žadatele nebo regionu dopadu projektu
- Kritérium 4: pokrytí respondentů z hlediska úspěšnosti/neúspěšnosti projektu v procesu hodnocení (relevantní u skutečných žadatelů a příjemců OP VaVpl)

Výběr respondentů byl proveden na základě veřejně dostupných databází, podkladů a sestav z IS MONIT7+, které poskytl zadavatel dne 7. 2. 2011. **Individuální rozhovory s oprávněnými žadateli a příjemci OP VaVpl byly realizovány od 3. 3. – 25. 3. 2011.** Pilotní ověření individuálního rozhovoru, které spočívá v otestování vytvořeného scénáře

rozhovoru z hlediska struktury, logičnosti a posloupnosti otázek, dále v zaškolení tazatelů a seznámení se s výběrem vzorku objektů výzkumu, proběhlo 2 dny před spuštěním kvalitativního výzkumu. **Celkem bylo v uvedeném období realizováno 19 rozhovorů, kterých se zúčastnilo celkem 20 respondentů.** Z jednotlivých záznamů IDI byly zpracovány souhrnné výstupy a následně zanalyzovány dle evaluačních oblastí projektu (viz kap. 5.1 zprávy).

Výběr vzorku objektů výzkumu ze skupiny implementačních subjektů OP VaVpl byl proveden ve spolupráci se zadavatelem. V rámci individuálních rozhovorů byli osloveni zástupci řídicího orgánu OP VaVpl a pracovníci ostatních relevantních útvarů MŠMT. V období od 21. – 29. 3. bylo uskutečněno celkem 10 rozhovorů. Závěry a podněty vzešlé z individuálních rozhovorů jsou součástí odpovědí na evaluační otázky projektu a závěrečných doporučení.

3.3.3 Telefonický průzkum

Telefonickým dotazováním bylo **šetřeno povědomí veřejnosti**. Jeho cílem bylo **zjištění znalostí a povědomí o EU programech a OP VaVpl**. Šetření povědomí veřejnosti bylo provedeno **metodou CATI** (Computer-assisted Telephone Interviewing). CATI dotazování bylo doporučenou volbou z důvodu zajištění reprezentativnosti cílové populace v České republice. Telefonickým průzkumem byli **osloveni zástupci široké veřejnosti**, odborná veřejnost byla součástí průzkumu zaměřeného na potenciální žadatele OP VaVpl.

Kvótní výběr vzorku byl proveden na základě čtyř kritérií:

- Věk
- Pohlaví
- Vzdělání
- Místo bydliště

Rozsah šetřeného vzorku: 750 respondentů (velikost vzorku je dostatečná pro reprezentativnost výzkumu pro populaci ČR)

Termín realizace: únor až březen 2011

Cíle průzkumu:

- Zmapování povědomí a znalosti OP VaVpl, povědomí o konkrétních podpořených aktivitách
- Informační zdroje zjištěného povědomí

Zjištění z šetření jsou součástí odpovědí na evaluační otázky v této zprávě, souhrnné výsledky šetření jsou obsaženy v příloze této zprávy.

4 Identifikace zjištěných výsledků a dat

Kapitola obsahuje identifikaci vzorku objektů výzkumu terénního šetření a zjištěných výsledků a dat.

4.1 Kvantitativní výzkum – elektronické dotazníkové šetření (DOT)

Dotazníkové šetření probíhalo formou elektronického tazatelského portálu www.dotaznicek.cz. Dotazníkového šetření se zúčastnili respondenti z řad příjemců pomoci OP VaVpl a žadatelé a potenciální žadatelé OP VaVpl a odborná veřejnost, a také zástupci implementačních subjektů OP VaVpl. **Šetření probíhalo v průběhu měsíce března 2011 a souhrnně bylo osloveno celkem 1 382 relevantních zástupců oprávněných subjektů a zúčastnilo se jej celkem 282 respondentů.**

Tabulka 1: Identifikace respondentů dotazníkového šetření

Cílová skupina	Počet oslovených	Počet zúčastněných / procentuální účast	Počet zahrnutých dotazníků do vyhodnocení, tzv. reprezentativní vzorek	Návratnost dokončených dotazníků
Žadatelé a příjemci pomoci OP VaVpl	173	85 (49,1 %)	57	32,9 %
Potenciální žadatelé OP VaVpl, odborná veřejnost	1 151	159 (13,8 %)	99	8,6 %
Implementační subjekty OP VaVpl	58	38 (65,5 %)	33	56,9 %
Celkem	1 382	282 (20,4 %)	189	13,7 %

Pozn.: *Počet zúčastněných* zahrnuje celkový počet respondentů, kteří se zúčastnili dotazníkového šetření. *Procentuální účast* je vztahena k poměru počtu zúčastněných na celkovém počtu oslovených. *Počet zahrnutých dotazníků do vyhodnocení* odpovídá počtu úplně vyplněných dotazníků, tzv. reprezentativní vzorek. *Návratnost dokončených dotazníků* znázorňuje procentuální podíl reprezentativního vzorku na celkovém počtu oslovených.

Dotazníky dle typu oslovených (skuteční i potenciální žadatelé/příjemci OP VaVpl a zástupci implementačních subjektů OP VaVpl) jsou vyhodnoceny souhrnně a následně zanalyzovány dle evaluačních oblastí projektu. Úplné vyhodnocení všech šetření jsou přílohou závěrečné zprávy projektu.

4.2 Kvalitativní výzkum – individuální rozhovory (IDI)

Individuální rozhovory probíhaly polostrukturovaně a výběr respondentů pro individuální rozhovory proběhl metodou tzv. kvótního výběru. Individuálních rozhovorů se zúčastnili zástupci žadatelů a příjemců pomoci OP VaVpl (15x), potenciálních žadatelů OP VaVpl (5x) a implementačních subjektů OP VaVpl (10x). Šetření probíhalo v měsíci březnu 2011 a celkem se jej zúčastnilo 30 respondentů.

Vybranými respondenty z řad žadatelů a příjemců byli zástupci **vysokých škol (6x), veřejných výzkumných institucí (3x), soukromého sektoru (2x)** a po jednom zástupci **školských vzdělávacích zařízení, obecně prospěšných společností, státních příspěvkových organizací a statutárních měst.**

Ve skupině 15-ti žadatelů a příjemců pomoci byli zahrnuti respondenti s předloženými/realizujícími projekty v oblasti podpory 1.1 (1x), 2.1 (7x), 3.1 (2x), 3.2 (3x) a 4.1 (2x). Respondenti svými předloženými a realizovanými projekty prezentovaly dle územního pokrytí kraj Liberecký, Jihomoravský, Pardubický, Zlínský, Královéhradecký a Olomoucký. **Poměr úspěšných (schválené projekty) a ostatních projektů u žadatelů a příjemců pomoci, kteří se zúčastnili individuálních rozhovorů, byl 5:10.**

Výběr vzorku objektů výzkumu ze skupiny implementačních subjektů OP VaVpl byl proveden ve spolupráci se zadavatelem. V rámci individuálních rozhovorů byli osloveni zástupci řídicího orgánu OP VaVpl (MŠMT). V období od 21. – 29. 3. bylo uskutečněno **celkem 10 rozhovorů**. Závěry a podněty vzešlé z individuálních rozhovorů jsou součástí odpovědí na evaluační otázky projektu a závěrečných doporučení.

Závěry a podněty vzešlé od respondentů v rámci individuálních rozhovorů byly souhrnně vyhodnoceny a následně zanalyzovány dle evaluačních oblastí projektu. Stručné vyhodnocení rozhovorů pro cílovou skupinu žadatelů a příjemců OP VaVpl je přílohou zprávy projektu.

4.3 Telefonický průzkum

Telefonickým dotazováním bylo **šetřeno povědomí veřejnosti**. Jeho **cílem bylo zjištění znalostí a povědomí o EU programech a OP VaVpl**. Šetření veřejnosti probíhalo metodou CATI v měsících **únor až březen 2011**. Reprezentativní vzorek celonárodního šetření zahrnoval 750 respondentů, kvótně vybraných na základě věku, pohlaví, vzdělávání a místa bydliště.

Tabulka 2: Popis výzkumného vzorku široké veřejnosti

Věk	18 až 29 let	30 až 44 let	45 až 59 let	60 let a výše
	22%	26%	28%	24%

Pohlaví	Muž	Žena
	48%	52%

Vzdělání	ZŠ	SŠ bez maturity	SŠ s maturitou	VŠ
	18%	40%	31%	11%

Kraj						
Praha	Středočeský	Karlovarský	Moravskoslezský	Jihomoravský	Pardubický	Ústecký
12%	11%	3%	12%	11%	5%	8%
Zlínský	Jihočeský	Liberecký	Královéhradecký	Olomoucký	Plzeňský	Vysočina
6%	6%	5%	5%	6%	5%	5%

Zdroj: Průzkum povědomí o OP VaVpl mezi širokou veřejností, březen 2011

Základní vyhodnocení šetření veřejnosti je součástí odpovědí na evaluační otázky, úplné vyhodnocení je součástí přílohy závěrečné zprávy projektu.

5 Hlavní závěry a zjištění

Následující podkapitoly se věnují hlavním závěrům a zjištěním celé evaluace.

5.1 Odpovědi na evaluační otázky

Celkem byly definovány 4 evaluační úkoly, které zahrnovaly následující evaluační otázky:

Evaluační úkol č. 1:

Do jaké míry KoP OP VaVpI reflektuje aktuální potřeby OP VaVpI v oblasti komunikace a publicity?

Současné nastavení komunikačního plánu v zásadních rysech reflektuje potřeby OP VaVpI v oblasti komunikace a publicity.

Základní okruhy nástrojů jsou v KoP obsaženy (lze doporučit jejich dílčí doplnění o nové moderní trendy, např. využití sociálních sítí). V následujícím období je také vhodné přesunout důraz ze strany **iniciace zájmu potenciálních žadatelů o podporu směrem k informování veřejnosti a ostatních relevantních cílových skupin o výsledcích programu a jednotlivých intervencích** za využití komplexní mediální kampaně. Současně je vhodné dále rozvíjet a posilovat komunikační podporu příjemcům a vytvořit tak podmínky pro úspěšné dokončení rozpracovaných projektů. Pro úspěch programu je zásadní přímá informační podpora příjemcům v realizační fázi projektu, aby tak bylo minimalizováno riziko problémů v implementační fázi projektů.

Následující část zprávy přináší podrobnější odpovědi na dílčí evaluační otázky.

1.1 Jaké aktivity byly ŘO/ZS uplatňovány v rámci informování cílových skupiny KoP VaVpI o existenci a možnostech využívání finančních prostředků OP VaVpI?

Lze konstatovat, že cílové skupiny OP VaVpI jsou informovány na základě skupin nástrojů definovaných v KoP OP VaVpI a jednotlivých RKoP. O aplikaci jednotlivých nástrojů je vedena kvantitativní evidence, je tak možné sledovat plnění velké části indikátorů vztahujících se k aplikaci jednotlivých nástrojů.

Základními skupinami aplikovaných nástrojů v rámci posilování informovanosti a komunikace o OP VaVpI jsou:

- **Mediální komunikace** – zde se jedná především o tiskové zprávy vydávané o průběhu realizace OP VaVpI
- **On-line komunikace** – správa a provoz webového portálu programu, přímá on-line komunikace s žadateli, příjemci, odbornou veřejností, apod.
- **Přímá komunikace** – individuální i kolektivní, tj. semináře, konference, individuální konzultace, apod.
- **Publikační aktivity a specifické informační nástroje** – vydávání publikací, propagační předměty, apod.

Tyto aktivity jsou součástí jednotlivých ročních komunikačních plánů (RKoP) OP VaVpl. Tyto aktivity, které jsou vázány na přímou realizaci pracovníky zodpovědnými za komunikaci a informovanost (případně jinými interními pracovníky, kteří se informovanosti a komunikaci OP VaVpl podíleli) se daří ve vysoké míře naplňovat. Nicméně vybrané aktivity předjímané v RKoP, které jsou vázány na výběr externích dodavatelů služeb (mediální komunikace, eventová agentura, propagační předměty, apod.) nejsou dle původních záměrů realizovány. Výběr externích dodavatelů (u vybraných služeb probíhá společně s OP VK) nebyl ve sledovaném období dokončen, nebylo tak možné zajistit aplikaci všech plánovaných nástrojů v předpokládané intenzitě. Na základě provedených šetření lze konstatovat, že výběr dodavatelů externích služeb nebyl dokončen částečně kvůli administrativním překážkám a složitosti procesu výběru dodavatelů. Dodavatelé externích služeb jsou pro obdobné služby vybíráni jak pro OP VaVpl, tak také pro OP VK (aby nedocházelo k účelovému dělení zakázek).

V případě, že by se v období 2007-2015 nepodařilo realizovat aktivity obsažené ve schváleném KoP OP VaVpl, měly by tyto změny být vysvětleny a zdůvodněny v ročních aktualizacích komunikačního plánu OP VaVpl. V opačném případě by mohlo dojít k porušení ustanovení Nařízení Komise (ES) č. 1828/2006 ze dne 8. prosince 2006, čl. 7, odst. 1, kde se uvádí, že „Řídící orgán zajistí, aby se **informační a propagační opatření prováděla v souladu s komunikačním plánem**, a aby se zaměřila na rozsáhlou propagaci v médiích s využitím různých forem a metod komunikace na příslušné územní úrovni“.

1.2 Jaké komunikační a propagační nástroje vedou více či méně úspěšně k zajištění znalosti a povědomí o OP VaVpl mezi cílovými skupinami KoP a proč?

V rámci cílové skupiny **žadatelů a příjemců OP VaVpl** jsou vhodným nástrojem zajištění znalosti a povědomí o OP VaVpl především přímý kontakt s pracovníky ministerstva a to zejména prostřednictvím **přímé osobní a emailové komunikace**. Vnímání přímé komunikace jako velmi úspěšné ze strany žadatelů a příjemců (zejména pak osobních konzultací) potvrzují výsledky terénního šetření. Žadatelé a příjemci považují za klíčový nástroj komunikace s řídicím orgánem zejména **osobní konzultace** přímo s pracovníky MŠMT a v této souvislosti je klíčové **udržení kvalitního personálu na MŠMT na úrovni projektových manažerů**, kteří by se měli co nejméně měnit v souvislosti se změnami vedení či organizační struktury na ministerstvu.

Dalším komunikačním nástrojem vedoucím ke zvyšování znalosti a povědomí žadatelů a příjemců jsou **semináře a workshopy**, kde je možné získat aktuální informace o konkrétních tématech a problémech spojených s přípravou a realizací projektů. Pro úspěšnou a hladkou přípravu a realizaci projektů je klíčová rychlá dostupnost aktuálních, často velmi specifických informací. Je tak nutné klást důraz na **zrychlení procesu projednávání požadavků na informace ze strany žadatelů a příjemců na ministerstvo** prostřednictvím specializovaných pracovníků (projektových či finančních manažerů).

Příručky pro žadatele a příjemce jako další komunikační a informační nástroj byly v rámci šetření vyhodnoceny jako často využívané, ale **obtížně prakticky použitelný zdroj** konkrétních informací. Důvodem je podle žadatelů a příjemců přílišná akademičnost, složitost a nepřehlednost textu s velkým množstvím zbytečných obecných ustanovení.

Problematicky je vnímána konkrétní praktická využitelnost informací v příručkách pro specifické oblasti realizace projektů, nicméně příručky a metodiky jsou velmi často využívány především ve fázi přípravy projektu.

Dále z šetření vyplynulo, že jak cílová skupina žadatelů a příjemců, tak cílová skupina **potencionálních žadatelů** považuje za efektivní nástroj přenosu informací o OP VaVpl zejména **webové stránky** (www.strukturalni-fondy.cz) a **přímou emailovou komunikaci**, a to zejména pro zasílání informací o vyhlašovaných výzvách a podporovaných aktivitách. Ze strany žadatelů a příjemců však existují výhrady ohledně přehlednosti webového portálu OP VaVpl.

Z šetření **široké veřejnosti** vyplývá, že **kvalitní a srozumitelné informace získává větší část respondentů na internetu** (54 % respondentů). Pro $\frac{1}{4}$ populace je za vhodný zdroj informací o OP VaVpl považována **televize**. **Denní tisk, časopisy** upřednostňuje 13 % respondentů a 7 % dotázaných dává přednost **konferencím, seminářům a kurzům**, 3 % dotázaných upřednostňuje **specializované www stránky**. Osobní kontakt s institucemi, specializované publikace, odborný tisk a telefonickou linku upřednostňuje 1 % respondentů – pro širokou veřejnost se tak jedná o marginální zdroj informací.

Souhrnně lze tedy konstatovat, že:

- Pro zajištění povědomí **široké veřejnosti** se jako nejvhodnější nástroj jeví **mediální kampaň, která využije televizi, internet a tištěná média**.
- Pro **potenciální žadatele, žadatele a příjemce** je vhodným mixem nástrojů kombinace **přímé komunikace** (osobní konzultace a e-mailová komunikace), pořádání **seminářů a workshopů** na konkrétní témata, dostupných a **prakticky zpracovaných metodik a příruček pro žadatele a příjemce**, a přehledného a atraktivního **webového portálu OP VaVpl**.

1.3 Vyhovují Vám dosavadní způsoby (formy) poskytování informací? Jaké formy jsou nejvíce využívány? Které z forem informování o možnostech podpory lze považovat za efektivní? Které z forem je vhodné posílit a proč?

Cílovou skupinou **žadatelé a příjemci OP VaVpl** jsou nejvíce využívány **webové stránky operačních programů a webové stránky implementačního subjektu** (2/3 respondentů), resp. **semináře a workshopy** (60 % respondentů) a **metodiky, manuály, příručky** (50 % respondentů). Za nejvíce efektivní přenos informací považují žadatelé a příjemci **semináře a workshopy** za účasti kompetentních osob, které jsou schopny odpovídat na otázky a informace podávané **emailovou cestou**. Dosavadní formy informovanosti tak dle provedených šetření v zásadě vyhovují, byly však identifikovány dílčí nedostatky u některých nástrojů. V šetření byly často vzneseny návrhy žadatelů a příjemců OP VaVpl na **posílení kvality a přehlednost webových stránek** řídicího orgánu, **zavedení samostatných stránek OP VaVpl** a **posílit včasnost a přesnost emailové komunikace s pracovníky ministerstva**.

Cílová skupina **potencionálních žadatelů** OP VaVpl nejvíce využívá **webové stránky operačních programů** (2/3 respondentů) a **webové stránky implementačního subjektu** (55 % respondentů) a přenos informací přes webové portály je proto pro tuto skupinu nejvíce efektivní. Zároveň respondenti považují za vhodné **posílit kvalitu a přehlednost webových stránek řídicího orgánu**.

Široká veřejnost nejvíce využívá informace **z internetu** (54 % respondentů). Pro $\frac{1}{4}$ **populace** je za vhodný zdroj informací o OP VaVpl považována **televize**. **Denní tisk, časopisy** upřednostňuje 13 % respondentů a 7 % dotázaných dává přednost **konferencím, seminářům a kurzům**.

Souhrnně lze tedy konstatovat, že je vhodné **udržet a dále rozvíjet přenos informací přes webový portál OP VaVpl**. Tento lze považovat za efektivní nástroj informovanosti průřezově pro všechny cílové skupiny, lze nicméně doporučit zpřehlednění portálu (resp. vybudování vlastního odděleného a strukturovaného portálu Op VaVpl). Dále lze za vysoce efektivní a potřebnou považovat **přímou komunikaci zejména s žadateli a příjemci**. Jedná se o přenos často specifických informací, kdy je vhodné zajistit interakci mezi cílovými skupinami a ŘO OP VaVpl. Pro posílení povědomí veřejnosti o OP VaVpl je vhodné využít mediální kampaně (televizní spoty, apod.). Využití mediální kampaně se osvědčuje např. v případě OP LZZ, kde je povědomí o programu na úrovni cca 30% mezi širokou veřejností.

Evaluační úkol č. 2:

Do jaké míry KoP OP VaVpl přispívá k naplňování stanovených cílů?

V kontextu komunikačních **aktivit řídicího orgánu OP VaVpl** lze konstatovat, že povědomí cílových skupin KoP je na dostačující úrovni. Následující text obsahuje dílčí zjištění k některým aspektům informovanosti jednotlivých cílových skupin, **existuje také prostor pro zvýšení povědomí široké veřejnosti o OP VaVpl** (dosahuje cca 10 %). Obecně lze konstatovat, že **KoP v současné podobě přispívá k naplňování svých cílů. Jednotlivé komunikační a propagační aktivity směřující k naplňování cílů jsou však rozdílně úspěšné.**

Pozitivně cílové skupiny hodnotí **konzultace a semináře**, kdy byla zaznamenána **širší nabídka seminářů a workshopů**, avšak poptávka stále převyšuje nabídku. U **konzultací si cílové skupiny cení větší vstřícnosti a odbornosti** pracovníků implementačního subjektu OP VaVpl. **Média pozitivně prezentovala některé významné projekty OP VaVpl** (např. projekt CEITEC), což výrazně přispělo k propagaci programu OP VaVpl, avšak **negativně se na prezentaci programu projevila institucionální témata** (např. související s personálními změnami na MŠMT).

Negativně cílové skupiny hodnotí **změny v dokumentaci programů, změny a přehlednost webového portálu www.msmt.cz**.

Následující část zprávy přináší podrobnější odpovědi na dílčí evaluační otázky.

2.1 Do jaké míry cílové skupiny KoP znají Operační program Výzkum a vývoj pro inovace (případně v porovnání s ostatními operačními programy) a jak OP VaVpl vnímají a proč?

Na základě provedených šetření lze konstatovat, že **povědomí cílových skupin KoP o OP VaVpl je různorodé.**

Široká veřejnost, která je jednou z cílových skupin OP VaVpl, **má poměrně nízké povědomí o podpoře aktivit v oblasti vědy a výzkumu** (10 % respondentů). **V porovnání povědomí široké veřejnosti o jiných ERDF programech** – např. **IOP**, je nicméně nutné konstatovat, že o existenci OP VaVpl je u široké veřejnosti vyšší povědomí než např. u IOP, který je specificky zaměřen na oblasti, které nemají přímý potenciál atraktivnosti podporovaných projektů pro komunikaci s veřejností. Důvodem k poměrně nízkému povědomí široké veřejnosti o OP VaVpl je skutečnost, že ve sledovaném období nebyla realizována širší mediální kampaň, která by se na informování o OP VaVpl zaměřila na skupinu široké veřejnosti. Např. OP LZZ, kde byly mediální kampaň spuštěna, se pohybuje povědomí široké veřejnosti kolem 30 %. Lze tedy očekávat, že v případě spuštění mediální kampaně zaměřené na širokou veřejnost bude povědomí o OP VaVpl vyšší, než vyplývá z aktuálně provedeného šetření povědomí veřejnosti. Zvyšování povědomí veřejnosti o OP VaVpl a jeho přínosech je žádoucí pro posílení role Společenství při podpoře oblasti výzkumu a vývoje, dle požadavků Nařízení Komise (ES) č. 1828/2006 ze dne 8. prosince 2006, čl. 7, odst. 1, kde se uvádí, že „Řídicí orgán zajistí, aby se informační a propagační opatření prováděla v souladu s komunikačním plánem, a aby se zaměřila na **rozsáhlou**“

propagaci v médiích s využitím různých forem a metod komunikace na příslušné územní úrovni.“

Načasování mediální kampaně by mělo respektovat stav implementace programu, vhodnými tématy pro kampaň je zejména prezentace konkrétních výsledků programu (úspěšně podpořené projekty a jejich výsledky). Vhodné téma a časování je důležité pro přijetí kampaně veřejností, témata výzkumu a vývoje mohou být vnímána významnou částí veřejnosti jako méně srozumitelná a abstraktní.

Skupina **potenciálních žadatelů včetně odborné veřejnosti** má **širší povědomí o možnostech financování projektů** zaměřených na vědu a výzkum v České republice (přes 70 % respondentů) než cílová skupina široké veřejnosti. Konkrétně $\frac{2}{3}$ respondentů **zná operační programy SF** (např. OP VK), z toho **téměř 60 % potenciálních žadatelů ví o existenci OP VaVpl**. Respondenti z řad potenciálních žadatelů se shodli, že je nezbytné mít povědomí o možnostech financování jejich instituce a projektů, neboť právě externí zdroje financování (projekty, granty) představují důležitý finanční zdroj pro jejich další existenci a rozvoj. Konkrétně byly zmíněny programy a možnosti financování prostřednictvím Grantové agentury České republiky, programu EUREKA.

Povědomí u cílové skupiny příjemců je v porovnání s ostatními cílovými skupiny KoP **nejvyšší**. Příjemci podpory díky tomu, že připravují či realizují projekt v rámci OP VaVpl, **znají tento operační program detailněji než ostatní cílové skupiny** (např. potenciální žadatelé či veřejnost). **Příjemci mají povědomí i o dalších možnostech financování** jejich projektů, a to konkrétně **prostřednictvím národních programů** (cca 80 %), **Rámcových programů EU pro vědu a výzkum** (73 % respondentů), **operačních programů SF**, např. OP PI, ROP (65 %). Ostatní možnosti financování jsou u příjemců podpory méně známé (např. Programy mezivládní spolupráce – 44 %, Programy mimo EU – 40 %, Technologické platformy – 25 %, Komunitární programy – 21 %).

2.2 Do jaké míry mají relevantní cílové skupiny povědomí o možnostech zapojení se do OP VaVpl?

Povědomí potenciálních žadatelů, resp. odborné veřejnosti, o možnostech zapojení se do OP VaVpl, jak ukazují výsledky terénního šetření, **je poměrně vysoké**. Cca $\frac{2}{3}$ oprávněných žadatelů OP VaVpl **zná** možnosti financovat projekty prostřednictvím strukturálních fondů EU, další $\frac{1}{2}$ respondentů má povědomí o OP Výzkum a vývoj pro inovace.

44% respondentů obeznámených s OP VaVpl dle svých vyjádření v provedeném terénním šetření plánuje předložit projekty do OP VaVpl, a to konkrétně se zaměřením na **vybudování kvalitně vybavených pracovišť vědy a výzkumu** (více jak 55 % zájem u respondentů), **poskytování kvalitního vzdělávání studentů a mladých výzkumníků** a **vytvoření podmínek pro úspěšnou komercializaci výsledků vlastní vědecké a výzkumné činnosti**, včetně ochrany duševního vlastnictví (cca 36 %).

Vybudovat špičkové pracoviště s mezinárodním renomé a zlepšit systém dostupnosti vědeckých informací o vědě a výzkumu a přispět k propagaci a popularizace vědy a výzkumu jsou oblasti projektů zajímavé pro cca 30 % respondentů. $\frac{1}{5}$ respondentů by ráda

zaměřila projekty na **podporu rozvoje kvalitní infrastruktury vysokých škol** – kvantitativní a kvalitativní nárůst v nabídce lidských zdrojů pro výzkum a vývoj.

2.3 Do jaké míry znají relevantní cílové skupiny podporované aktivity OP VaVpl a jak jsou informovány o jeho průběhu?

Míra povědomí o podporovaných aktivitách OP VaVpl je mezi cílovými skupinami KoP OP VaVpl **značně diverzifikovaná**. Na základě výsledků šetření lze konstatovat, že **největší znalost** o podporovaných aktivitách OP VaVpl má cílová skupina **žadatelé a příjemci OP VaVpl**. Nižší míru povědomí o OP VaVpl mají cílové skupiny **potencionálních žadatelů** (59 %) a **široké veřejnosti** (10 %).

Cílová skupina **žadatelé a příjemci** je v největší míře informována prostřednictvím **seminářů a workshopů** (přes 70 % respondentů) a **webových stránek implementačního subjektu** (67 % respondentů) a **operačních programů** (přes 50 %). Výsledky šetření ukázaly, že respondenti z řad cílové skupiny žadatelů a příjemců **podali nejvíce projektových žádostí** do oblasti podpory **2.1 Regionální VaV centra** (54 %), dále do oblasti podpory **4.1 Infrastruktura pro výuku na vysokých školách spojenou s výzkumem** (26 %), **3.2 Propagace a informovanost o výsledcích VaV** (23 %), **1.1 Evropská centra excelence** (23 %) a **3.1 Komercializace výsledků výzkumných organizací a ochrana jejich duševního vlastnictví** (21 %).

Cílová skupina **potencionálních žadatelů** OP VaVpl je v největší míře informována prostřednictvím **webových portálů operačních programů**, např. www.strukturalni-fondy.cz (65 % respondentů) a **webových stránek implementačního subjektu** (50 % respondentů). **55 % potenciálních žadatelů plánuje předložit projekt do OP VaVpl** a to konkrétně na aktivity typu **vybudování kvalitně vybavených pracovišť vědy a výzkumu** (57 % respondentů), **poskytování kvalitního vzdělávání studentů a mladých výzkumníků** (cca 36 %), **vytvoření podmínek pro úspěšnou komercializaci výsledků vlastní vědecké a výzkumné činnosti, včetně ochrany duševního vlastnictví** (cca 36 %) a **vybudování špičkového pracoviště s mezinárodním renomé** (cca 32 %).

Nejznámější podporovanou aktivitou u široké veřejnosti je vývoj a zlepšení technologií, výzkum a inovace.

Zajímavým zjištěním je fakt, že na znalost konkrétních projektů v cílové skupině široké veřejnosti **nemá vliv míra povědomí o OP VaVpl**. Povědomí o OP VaVpl v cílové skupině široké veřejnosti je z velké části formováno povědomím o konkrétních připravovaných projektech, které jsou mediálně viditelné pro širokou veřejnost. S ohledem na tuto skutečnost se jeví představení konkrétních projektů, jejich výsledků a konkrétních lidí, kteří za nimi stojí jako vhodné téma pro mediální kampaň. Kampaň může oslovit jak širokou, tak odbornou veřejnost a posilovat povědomí o OP VaVpl také mezi potenciálními uživateli výsledků podpořených projektů (vědečtí a výzkumní pracovníci, studenti, apod.).

2.4 Jaké informační zdroje nejvíce využily relevantní cílové skupiny KoP VaVpI pro získání své znalosti o OP VaVpI?

Cílová skupina **žadatelé a příjemci** OP VaVpI pro získání své znalosti o OP VaVpI nejvíce využila **semináře a workshopy** (70 % respondentů dotazníkového šetření), **webové stránky implementačního subjektu** (67 % respondentů dotazníkového šetření), a **kommunikaci či konzultace s pracovníky MŠMT** (40 % respondentů dotazníkového šetření).

Potencionální žadatelé a příjemci OP VaVpI nejvíce využili **webové portály operačních programů** – např. www.strukturalni-fondy.cz (cca 66 % respondentů dotazníkového šetření) a **webový portál implementačního subjektu** (55 % respondentů dotazníkového šetření).

Veřejnost se o OP VaVpI dozvěděla především z **internetu** (54 %), dále pak z **TV vysílání** (24 %), z **denního tisku a časopisů** (13 %) a prostřednictvím **rozhlasového vysílání** (10 %). Konkrétně byly touto cílovou skupinou nejvíce využívány **webové stránky www.strukturalni-fondy.cz** a **webové stránky řídicího orgánu**.

2.5 Jakým způsobem získaly relevantní cílové skupiny KoP VaVpI informace o existenci a možnostech využívání finančních prostředků OP VaVpI?

Terénní šetření napříč všemi cílovými skupinami KoP prokázalo, že **nejvyužívanějším nástrojem informovanosti** o existenci a možnostech využívání finančních prostředků OP VaVpI je **internet**.

Cílová skupina **příjemců a žadatelů** OP VaVpI získala informace o existenci a možnostech využívání finančních prostředků OP VaVpI zejména z **webových stránek operačních programů** a **webových stránek implementačního subjektu** (65 % respondentů), resp. v rámci absolvovaných **seminářů a workshopů** a z **příruček, manuálů a metodik** (50 % respondentů).

Cílová skupina **potencionálních žadatelů** OP VaVpI získala informace o existenci a možnostech využívání finančních prostředků OP VaVpI především z **webových stránek operačních programů** (např. www.strukturalni-fondy.cz), **webových stránek MŠMT** (cca 60 % respondentů) a **webových stránek oprávněných žadatelů OP VaVpI** (cca 1/3 respondentů).

První kontakt s OP VaVpI dle cílové skupiny příjemců a žadatelů OP VaVpI i potencionálních žadatelů by u většiny z nich prostřednictvím **webových portálů operačních programů a implementačního subjektu**, resp. na **semináři pro žadatele**.

Cílová skupina **veřejnost** získala informace o existenci a možnostech využívání finančních prostředků OP VaVpI zejména z **internetu** (54 %) a **TV vysílání** (24 %).

2.6 Do jaké míry a jakým způsobem ovlivnily/napomohly využívané nástroje informovanosti a publicity přípravu a realizaci projektu OP VaVpI?

Z pohledu cílové skupiny **příjemců a žadatelů** OP VaVpI **ovlivnily** využívané nástroje informovanosti a publicity přípravu (u 88 % respondentů) a realizaci projektů (u 70 %

respondentů). Nejdůležitějšími nástroji informovanosti, které ovlivňují přípravu projektů, jsou pro žadatele a příjemce **příručka pro žadatele a příjemce** (50 % respondentů), **semináře pro žadatele a příjemce** (50 % respondentů), **telefonní a emailový kontakt se zástupci řídicího orgánu** (30 % respondentů) a **webové stránky MŠMT** (30 % respondentů).

V zásadě tedy přípravu a realizaci projektů OP VaVpI nejvíce ovlivňují příručky pro žadatele a příjemce a ty nástroje informovanosti a publicity, kde je umožněna **přímá interakce s žadatelem a příjemcem OP VaVpI**, tj. **semináře pro žadatele a příjemce** a **následné konzultace s pracovníky MŠMT**.

Z hlediska konkrétního vlivu na přípravu a realizaci projektů respondenti šetření nejčastěji uváděli problémy s **nesouladem či vzájemným rozporem** informací získaných z **příruček pro žadatele a příjemce**, informací od **pracovníků řídicího orgánu OP VaVpI** a informací podaných **na seminářích pro žadatele a příjemce OP VaVpI**. Dále pak klíčovou roli hraje především **včasnost a přesnost podávaných informací**, a to jak v rámci **přímé komunikace** cílových skupiny žadatelů a příjemců s pracovníky řídicího orgánu a zprostředkujících subjektů, tak v rámci informací obsažených v **příručkách pro žadatele a příjemce** či na **webovém portálu řídicího orgánu**. Dalším důležitým faktorem s výrazným dopadem na přípravu a realizaci projektů OP VaVpI jsou **změny podmínek výzvy během vyhlášení výzvy a změny termínu ukončení výzvy**.

Evaluační úkol č. 3:

Do jaké míry současná podoba KoP VaVpl napomáhá jeho účelnému a efektivnímu monitoringu a hodnocení?

Současná podoba KoP OP VaVpl **neobsahuje dostatečně podrobné a návodné postupy pro monitorování a hodnocení** procesu komunikace a informovanosti. V rámci řízení a realizace komunikační strategie a publicity OP VaVpl **zpracovatel navrhuje posílit vnímání role publicity** uvnitř Řídícího orgánu OP VaVpl, důsledněji dbát na sledování aktivit KoP a čerpání rozpočtu komunikačního plánu. **Pro efektivní aktualizaci RKoP je nutné průběžně vyhodnocovat aktivity komunikace** na roční bázi a na jejím základě provádět tyto roční aktualizace RKoP. Za účelem zvýšení validity a reliability indikátorů úspěšnosti komunikačních a propagačních aktivit a zpracovatel **navrhuje nově uspořádat a optimalizovat monitorovací indikátory**.

Následující část zprávy přináší podrobnější odpovědi na dílčí evaluační otázky.

3.1 Který způsob informování o možnostech podpory je/byl pro cílové skupiny KoP VaVpl optimální, s kterými jsou spokojeni a jak často s jednotlivými zdroji informací pracují?

Pro cílovou skupinu **příjemců a žadatelů** je **optimálním způsobem informování** zejména informační tok v rámci **seminářů a workshopů a webových stránek implementačních subjektů** (respondenti ohodnotili na škále 1-5 spokojenost se semináři a workshopy průměrnou známkou 2,05 a webové stránky implementačních subjektů známkou 2,49). Semináře a workshopy jsou v průměru navštěvovány 30 % respondentů min. 1x měsíčně. Individuální konzultace využívá přesně 30 % respondentů min. 1x za měsíc.

S **webovými stránkami operačních programů, řídicího orgánu a oprávněných žadatelů** jsou žadatelé a příjemci **spíše spokojeni** (respondenti ohodnotili kvalitu webových portálů průměrnou známkou 2,5 - 2,6), tyto informační zdroje využívají převážně v týdenních intervalech. **Nejméně spokojeni** jsou respondenti s **medií**, tj. televize, rádio, tiskové a on-line inzerce (respondenti ohodnotili kvalitu mediálních nástrojů průměrnou známkou 3,3 - 3,6).

Potenciální žadatelé upřednostňují **informování formou webových stránek** (66 %) před ostatními zdroji informovanosti. Druhým preferovaným zdrojem informovanosti potenciálních žadatelů jsou **semináře, workshopy a konzultace** (upřednostňuje 30 % respondentů). **Individuální konzultace** preferuje 25 % potenciálních žadatelů.

Veřejnost v největší míře vyhledává informace o OP VaVpl **na internetu** (54 %), dále pak v **TV vysílání** (24 %), **v denním tisku a časopisech** (13 %) a prostřednictvím **rozhlasového vysílání** (10 %).

Na základě analýzy a výsledku terénního šetření lze konstatovat, že **optimálním zdrojem informovanosti** cílových skupin KoP jsou **webové portály, semináře, workshopy a individuální konzultace**. Tyto nástroje jsou vhodné jak z hlediska relevance, tak z hlediska účinnosti a účelnosti. Z pohledu dopadu na povědomí cílových skupin (zejména pak veřejnosti) lze zmínit mediální kampaň (především pro TV, případně on-line kampaň na

internetu. Nicméně u těchto nástrojů může být problematicky vnímána udržitelnost (ta je jednoznačně nižší než např. u kvalitně aktualizovaného a spravovaného webového portálu).

3.2 Jak a do jaké míry přispívají aktivity KoP OP VaVpl k úspěšné realizaci programu?

Vyhodnocení příspěvku aktivit komunikace k úspěšné realizaci programu je v současné fázi implementace programu problematické. Projekty se postupně dostávají do realizační fáze, dochází k posunu těžiště informačních aktivit směrem k příjemcům, přičemž by mělo docházet ke změnám oproti zaměření dosavadních komunikačních a informačních aktivit.

Ze šetření u příjemců a žadatelů OP VaVpl vyplynulo, že v průběhu sledování informací o OP VaVpl **nebyly nijak zvláště zaznamenány změny v informování ze strany implementačních subjektů**, např. ve formě zpřehlednění webu, rozšíření informací na webu, nové informační letáky, širší nabídka seminářů, konferencí apod., (názor 63 % respondentů). **Pozitivně** respondenti např. hodnotí **částečné zpřehlednění webového prostředí internetových stránek MŠMT a rozšířenou nabídku seminářů**. **Negativně** respondenti např. hodnotí časté personální změny na pozici projektových manažerů na MŠMT či rozpor poskytovaných informací u více zdrojů (např. příručky vs. semináře, konzultace). Všechny tyto zmíněné aspekty ovlivňují úspěšnost realizace programu.

Na základě provedených šetření lze konstatovat, že **povědomí široké veřejnosti o pomoci poskytované z ERDF a OP VaVpl je minoritní (10 %), avšak stoupá v závislosti na vzdělání občanů**.

Mediální analýza prokázala, že **OP VaVpl byl častěji prezentován v celostátních médiích než regionálních** (2/3 ze sledovaného vzorku ve prospěch celostátních médií) a s **větším zaměřením na institucionální témata (53 %) než informace k prioritním osám, projektům (47 %)**. Medializaci programu **nejvýrazněji ovlivnilo odvolání ředitele fondů EU (personální změny na ministerstvu) a možnými problémy s dalším čerpáním prostředků z EU v důsledku nedostatečného personálního pokrytí sekce fondů EU**.

V médiích se nejčastěji objevoval **nejobecnější způsob označení původu evropských peněz – dotace z EU, strukturálních fondů, unijní peníze**. **Méně často ERDF a marginálně explicitní označení operačních programů**. Vznik a rozvoj kvalitně vybavených vědecko-výzkumných pracovišť bylo nejčastěji (a zároveň nejlépe hodnoceným) prezentovaným tématem OP VaVpl v médiích.

3.3 Do jaké míry a proč se prostřednictvím realizovaných komunikačních a propagačních aktivit (tj. nástrojů informovanosti a publicity) ne/daří zvyšovat povědomí široké veřejnosti o pomoci poskytované z ERDF a OP VaVpl?

Na základě provedených šetření lze konstatovat, že **povědomí široké veřejnosti o pomoci poskytované z ERDF, resp. OP VaVpl je na úrovni 10 %**. V porovnání povědomí široké veřejnosti o jiných ERDF programech – např. IOP, lze konstatovat, že o existenci IOP má široká veřejnost ještě nižší povědomí než o OP VaVpl, nicméně v porovnání např. s OP VK, kde povědomí veřejnosti dosahuje hodnoty cca 15%, je povědomí o OP VaVpl nižší.

Dle dosud provedených šetření u veřejnosti lze konstatovat, že **spontánní znalost operačních programů je obecně u veřejnosti velmi nízká**, naprostá většina populace

nedokáže jmenovat žádný operační program (72 %). **Poslání OP VaVpl odvozovala široká veřejnost spíše z názvu operačního programu** než z jeho skutečné znalosti. Populace vnímá poslání OP VaVpl v největší míře jako „**vývoj a zlepšení technologií**“ (cca 6,5 %) či jako „**výzkum a inovace**“ (4 %).

Mediální analýza prokázala, že **OP VaVpl byl častěji prezentován v celostátních médiích než regionálních** (3/4 ze sledovaného vzorku ve prospěch celostátních médiích) a s **větším zaměřením na institucionální témata** (53 %) než **informace k prioritním osám, projektům** (47 %). **Vznik a rozvoj kvalitně vybavených vědecko-výzkumných pracovišť** bylo **nejčastěji** (a zároveň nejlépe hodnoceným) **prezentovaným tématem** operačního programu VaVpl.

3.4 Jak upravit rozvržení zodpovědností za realizaci komunikačních a propagačních aktivit za účelem maximalizace úspěšnosti realizace KoP?

V oblasti realizaci komunikačních a propagačních aktivit však **byly zjištěny bariéry spočívající především v dokončení výběru externích dodavatelů služeb**, které souvisí s realizací naplánovaných propagačních a komunikačních aktivit dle KoP. Jedná se zejména o dokončení výběru dodavatele služeb v oblasti **mediální komunikace**, dodavatele služeb v oblasti **dodávek propagačních předmětů**, dodávce služeb pro **organizaci a zajištění seminářů, workshopů a konferencí** (eventy) a dodavatele nového **webového portálu**. Bez dokončení výběru dodavatele je obtížně možné realizovat nástroje definované v KoP OP VaVpl a ročních komunikačních plánech (RKoP). V případě, že by se v období 2007-2015 nepodařilo realizovat aktivity obsažené ve schváleném KoP OP VaVpl, měly by tyto změny být vysvětleny a zdůvodněny v ročních aktualizacích komunikačního plánu OP VaVpl.

Vyhodnocování komunikačních aktivit probíhá prostřednictvím strukturované **informace ve výročních zprávách o realizaci OP VaVpl**. Pro splnění základních požadavků prováděcího Nařízení lze považovat tento způsob za dostačující. Je také prováděno systematické sledování a monitoring aktivit propagace a informovanosti. **Důležité je soustředit se na průběžné sledování aktivit i do budoucího období, a to jak s ohledem na dosahované hodnoty (počty výtisků, propagačních materiálů, počty konzultací či osob na seminářích, návštěvnost webového portálu, apod.), tak na dosahovanou kvalitu** (tj. např. systematickou zpětnou vazbu od příjemců, žadatelů při konzultacích, seminářích, konferencích, apod.).

3.5 Jakým způsobem lze případně upravit indikátory úspěšnosti komunikačních a propagačních aktivit za účelem zvýšení jejich validity a reliability pro sledování úspěšnosti realizace KoP?

Pro sledování úspěšnosti komunikačních a propagačních aktivit je nutné odlišit 2 úrovně sledování – kvantitativní a kvalitativní. Pro **kvantitativní hodnocení** úspěšnosti aktivit komunikace a propagace je nutné, aby byl nastaven a systematicky prováděn **monitoring komunikačních a propagačních nástrojů**. Dle provedených analýz a šetření je situace v oblasti sledování prováděných opatření vyhovující. S ohledem na efektivní monitoring je nicméně nutné především sledovat kvantitativní údaje, a to na relevantních úrovních (výstupy, výsledky a dopady).

Za účelem zvýšení validity a reliability indikátorů úspěšnosti komunikačních a propagačních aktivit a zpracovatel navrhuje nově uspořádat a **optimalizovat monitorovací indikátory**:

Indikátor výstupu – měří počet uskutečněných aktivit, akcí a opatření ve vztahu k plánovanému počtu aktivit, akcí a opatření. Tedy výstupy vypovídají o míře naplňování KoP, zejména po kvantitativní stránce.

Indikátor výsledku – vyhodnocuje přímý a okamžitý dopad aktivity na cílové skupiny – zásah členů CS, počet prokliků na banner, počet účastníků seminářů atd. Indikátory výsledků už vykazují hodnocení realizace KoPu i co do kvality.

Lze doporučit také **vyčíslení cílových hodnot dopadových indikátorů KoP OP VaVpl**, které doteď nebyly vyčísleny.

Indikátor dopadu – sleduje změnu v informovanosti, povědomí, znalosti, vnímání a postojů. I řídicí orgány, které mají od začátku programového období definované dopadové indikátory, aktuálně přehodnocují cílové hodnoty – zrealizují vzhledem na hodnoty dosažené v polovině programového období.

Tabulka 3: Navrhované indikátory výstupů a výsledků

Komunikační nástroje	Indikátor výstupu	Indikátor výsledku
Mediální komunikace – inzerce	→ Počet reklamních kampaní	→ Post-buy analýza: → Net Reach (čistý zásah) – počet příslušníků cílové skupiny, kteří shlédli alespoň jednou spot, inzerát; → GRP – celkový počet vjemů (počet zhlédnutí spotu); → CPT – množství vynaložených finančních prostředků na oslovení 1 tis. příslušníků

		cílové skupiny
Mediální komunikace – redakční spolupráce	➔ Počet vydaných tiskových zpráv; ➔ Počet uspořádaných akcí (tiskových konferencí, press tripů, eventů)	➔ Počet využitých a medializovaných tiskových zpráv (medializace): ➔ Počet zveřejněných výstupů z uspořádaných akcí (článků, reportáží, rozhovorů apod.)
On-line komunikace – webové stránky	➔ Počet webů	➔ Počet návštěvníků, standardní statistiky návštěvnosti (např. dle Google Analytics, tj. unikátní návštěvy, navštívené stránky, čas strávený na stránkách, apod.); ➔ Počet stažených dokumentů
On-line komunikace (inzerce)	➔ Počet realizovaných on-line kampaní	➔ Počet oslovených uživatelů; ➔ Počet prokliků; ➔ Průměrná cena za klik
Přímá komunikace	➔ Počet uspořádaných seminářů a školení; ➔ Počet uspořádaných konferencí; ➔ Počet účastí na konferencích; ➔ Počet účastí na veletrzích; ➔ Počet uspořádaných akcí pro veřejnost; ➔ Počet databázových e-mailů	➔ Počet účastníků seminářů a školení; ➔ Počet oslovených databázovým mailingem
Publikační aktivity	➔ Počet vytvořených publikací, manuálů, metodik, newsletterů, výročních a závěrečných zpráv	➔ Počet výtisků; ➔ Počet distribuovaných výtisků; ➔ Počet on-line stažených dokumentů
Ostatní nástroje	➔ Počet druhů propagačních předmětů; ➔ Počet naučných, instruktážních a propagačních filmů na	➔ Počet distribuovaných digitálních médií

	DVD, CD-ROM; ➔ Počet zpracovaných jiných materiálů na digitálním médiu	
--	---	--

Pozn.: Způsob sledování některých indikátorů závisí na způsobu, kterým je daná komunikační aktivita, ke které se indikátor vztahuje, realizována. Jinak bude sledován indikátor v případě zajištění aktivity prostřednictvím externího dodavatele, jinak bude sledován v případě zajišťování aktivit interními kapacitami.

Zpracovatel navrhuje sledovat dopadové indikátory uvedené v tabulce a jejich cílové hodnoty v roce 2015 definuje následovně:

Tabulka 4: Navrhované dopadové indikátory

Dopadové indikátory	Cílové hodnoty v roce 2015
Spontánní znalost OP VaVpl ➔ u odborné veřejnosti (žadatelů a příjemců); ➔ u široké veřejnosti <i>„Znáte některý z operačních programů, jejichž prostřednictvím finanční podpora ze strukturálních fondů probíhá?“</i>	35 % 12 %
Dotazovanou znalost OP VaVpl ➔ u odborné veřejnosti; ➔ u široké veřejnosti <i>„Přečtu Vám nyní zkratky několika konkrétních programů. Řekněte mi prosím pro každou z nich, do jaké míry ji znáte.“</i>	90 % 45 %
Znalost hlavního poslání OP VaVpl ➔ u odborné veřejnosti; ➔ u široké veřejnosti <i>„Víte, co je hlavním posláním Operačního programu Výzkum a vývoj pro inovace?“</i>	60 % 30 %
Informovanost o výsledcích a přínosech OP VaVpl ➔ u odborné veřejnosti; ➔ u široké veřejnosti <i>„Vybavíte si nějaké konkrétní projekty financované z OP VaVpl? Uveďte všechny.“</i>	50 % 10 %

Výše uvedené návrhy indikativních hodnot dopadových indikátorů berou v úvahu následující skutečnosti:

- Současná úroveň povědomí široké veřejnosti je cca 10 %. V případě realizace mediální kampaně, medializace projektů a výsledků OP VaVpl lze očekávat jak udržení, tak také navýšení povědomí široké veřejnosti nejméně o 2 procentní body (tj. na navrhovaných 12 %).

- Dotazovaná znalost OP VaVpI mezi širokou veřejností bude pravděpodobně podpořena vlastní realizací projektů OP VaVpI, lze tedy očekávat povědomí u cca poloviny veřejnosti s ohledem na atraktivitu velkých projektů pro média na regionální i celostátní úrovni.
- Znalost poslání OP VaVpI u široké veřejnosti koresponduje s asistovanou znalostí OP VaVpI, nicméně mohou vznikat problémy s jasným přiřazením poslání OP VaVpI v případě, kdy by např. docházelo k příliš zkratkovité interpretaci mediálních sdělení. Z tohoto důvodu je navrhováno u široké veřejnosti stanovení povědomí na úrovni 30%.
- Znalosti konkrétních projektů OP VaVpI u široké veřejnosti je reálné dosáhnout, již v současné době jsou projekty v populaci známy a lze očekávat další navýšení povědomí o nich v průběhu jejich realizace.
- Odborná veřejnost je již v současné době poměrně rozsáhlým způsobem o existenci programu informována, při aplikaci plánovaných nástrojů je reálné, že bude plánovaných hodnot dosaženo (současná znalost OP VaVpI je cca 60%).
- U odborné veřejnosti je možné očekávat dobrou orientaci v oblastech, které OP VaVpI podporuje i odpovídající znalost výsledků OP VaVpI a konkrétních podpořených projektů.

Monitoring a hodnocení kvality aplikace nástrojů informovanosti a komunikace

Pro monitoring a **hodnocení kvality** aplikace nástrojů informovanosti a komunikace doporučujeme zejména **systematizovat kvalitativní šetření** (např. formou zpětné vazby) od cílových skupin komunikačních a propagačních aktivit. Jako vhodné se jeví zejména:

- evaluační dotazníky pro účastníky seminářů, workshopů, konferencí, apod.,
- on-line ankety a šetření spokojenosti, např. s newsletterem, podobou, formou a obsahem webových stránek, osobními konzultacemi, apod.
- pravidelná šetření povědomí cílových skupin (kvalitativní či kvantitativní)
- pravidelná šetření povědomí veřejnosti – ta lze realizovat jak na úrovni OP, tak případně společně s ostatními OP na úrovni NSRR.

Pro vyhodnocení **úspěšnosti informovanosti a aktivit komunikace** je také možné provedení ad-hoc analýzy (příkladem může být takto analýza v polovině období 2007-13), případně roční operativní vyhodnocení kvality informovanosti cílových skupin. Důležité je však také počítat se skutečností, že v případě příliš častého šetření cílových skupin klesá významně jejich ochota účastnit se šetření. Toto platí zejména u zástupců organizací, kteří jsou zatěžováni pravidelným reportingem ohledně činností jejich instituce. S ohledem na validitu a spolehlivost výsledků šetření je tak vhodné koordinovat šetření kvality informovanosti případně s jinými evaluačními studiemi a šetřeními tak, aby relevantní cílové skupiny nebyly příliš často předmětem šetření (relevantní především pro skupiny žadatelů a příjemců).

3.6 Bylo cílů stanovených v ročních komunikačních akčních plánech dosaženo s efektivním využitím použitých vstupů?

Cíle stanovené v komunikačních plánech jsou považovány za indikativní, tudíž nepovinné z hlediska jejich naplnění. S ohledem na dynamický vývoj v oblasti komunikace a komunikačních prostředků je velmi obtížné stanovit cílové hodnoty monitorovacích indikátorů všech úrovní v KoP na několik let dopředu, proto jsou jako relevantní brány spíše cílové hodnoty indikátorů stanovené v jednotlivých RKoP, a to zejména pro úroveň výstupů. Nicméně bez stanovení kvantifikovaného cíle není možné relevantně konstatovat, zdali byl či nebyl definovaný cíl dosažen.

V případě OP VaVpl je **významná část aktivit vázána na externí dodavatele služeb**. Vzhledem k faktu, že významná část výběrových řízení nebyla dokončena, není možné efektivitu využití vstupů a výstupů zcela relevantně posoudit. Nedochází k čerpání plánovaných prostředků na realizaci KoP dle plánu, výsledky a dopady v oblasti informovanosti cílových skupin jsou také adekvátně nižší než by tomu bylo při realizaci nástrojů KoP dle plánu (např. při realizaci mediální kampaně by bylo povědomí široké veřejnosti o OP VaVpl pravděpodobně vyšší). **V porovnání s povědomím veřejnosti o vybraných operačních programech je povědomí veřejnosti o OP VaVpl nižší** (týká se jak povědomí u OP VK, tak např. u OP LZZ).

Dle provedených šetření **je informovanost cílových skupin na úrovni, která dle názoru evaluátora odpovídá fázi implementace programu a aplikaci jednotlivých nástrojů KoP**. S ohledem na tyto skutečnosti lze tedy současnou úroveň informovanosti považovat za dostačující, a to jak v cílových skupinách souvisejících přímo s realizací programu (potenciální žadatelé, žadatelé a příjemci), tak lze **za dostačující považovat také povědomí široké veřejnosti** (cca 10%).

Výše uvedené hodnoty, které vyjadřují povědomí cílových skupin, však není možné považovat za dostačující pro budoucí informační a komunikační podporu realizace OP VaVpl. Současná úroveň informovanosti jednotlivých cílových skupin, především pak široké veřejnosti, odpovídá stavu, kdy se projekty teprve dostávají do realizační fáze. Pro vybudování a především udržení povědomí cílových skupin o OP VaVpl je nutné využít komplexního mixu nástrojů informovanosti a publicity, zejména pak mediální kampaně cílené na širokou veřejnost. Při realizaci komunikačních nástrojů v souladu s KoP OP VaVpl, zejména pak mediální kampaně, **by bylo možné očekávat dosažení lepších výsledků informovanosti mezi širokou veřejností** (jak již bylo uvedeno, např. OP LZZ se pohybuje na úrovni cca 30%). Také v případě **posílení nástrojů přímé komunikace a vytvoření nového webového portálu by bylo možné dosáhnout lepších výsledků**, které se budou týkat spokojenosti relevantních cílových skupin (především žadatelů a příjemců) s **kvalitou poskytovaných informací**, jejich využitelností, přesností, apod.

Dále je nutné konstatovat, že pokud nebudou uzavřeny smlouvy s externími dodavateli služeb, pravděpodobně se nepodaří realizovat aktivity v souladu se schváleným komunikačním plánem. V případě, že by se v období 2007-2015 nepodařilo realizovat aktivity obsažené ve schváleném KoP OP VaVpl, měly by tyto změny být vysvětleny a zdůvodněny v ročních aktualizacích komunikačního plánu OP VaVpl a prezentovány Monitorovacímu výboru OP VaVpl v souladu s Nařízením Komise (ES) č. 1828/2006 ze dne 8. prosince 2006, čl. 4, odst. 1-3.

V opačném případě by mohlo dojít k porušení ustanovení Nařízení Komise (ES) č. 1828/2006 ze dne 8. prosince 2006, čl. 7, odst. 1, kde se uvádí, že „Řídící orgán zajistí, aby se **informační a propagační opatření prováděla v souladu s komunikačním plánem**, a aby se zaměřila na rozsáhlou propagaci v médiích s využitím různých forem a metod komunikace na příslušné územní úrovni“.

Evaluační úkol č. 4:

Měla by současná podoba KoP OP VaVpI být revidována s cílem podpořit dosažení plánovaných cílů, které plně reflektují potřeby OP VaVpI? Pokud ano, jak?

Současná podoba KoP OP VaVpI plní v zásadních rysech požadavky pro naplnění stanovených cílů. V období 2011 – 2015 je nicméně vhodné se orientovat také na využití nových komunikačních trendů, které v době přípravy KoP nebyly využívány (např. sociální sítě, apod.). V tomto období je také vhodné přesunout **důraz ze strany iniciace zájmu potenciálních žadatelů o podporu směrem k informování veřejnosti a ostatních relevantních cílových skupin o výsledcích programu a jednotlivých intervencích** za využití komplexní mediální kampaně. Současně je nutno dále **rozvíjet a posilovat komunikační podporu příjemcům** a vytvořit tak podmínky pro úspěšné dokončení rozpracovaných projektů. **Pro úspěch programu je zásadní přímá informační podpora příjemcům** v realizační fázi projektu, aby tak bylo minimalizováno riziko problémů v implementační fázi projektů.

Následující část zprávy přináší podrobnější odpovědi na dílčí evaluační otázky.

4.1 Přinesly použité nástroje a intervence v oblasti publicity a komunikace očekávané výsledky?

Informovanost cílových skupin OP VaVpI je na dostačující úrovni, nicméně **v porovnání s některými dalšími operačními programy implementovanými v ČR (OP VK, OP LZZ) jsou výsledky a dopady komunikace znatelně nižší** (viz odpovědi na relevantní evaluační otázky a viz výsledky šetření povědomí veřejnosti). Nástroje, které byly využity, nemají takový dopadový potenciál jako komplexní mediální kampaň, které byla spuštěna např. v případě OP LZZ. Také ve srovnání s OP VK je z šetření patrné, že OP VaVpI má nižší přirozený potenciál být vnímán jako „program pro každého“. Na druhé straně k vyššímu povědomí veřejnosti významně přispívají jednotlivé projekty připravované v regionech. **Na základě informování o postupu konkrétních projektů je možné budovat povědomí veřejnosti o pokroku implementace OP VaVpI.**

V nejbližších měsících může dojít k **významnému navýšení nároků na kapacity pracovníků s ohledem na zahajované projekty**, jejich negociace a zahájení vlastní implementační fáze. Především při **přímé komunikaci s příjemci je nutné věnovat dostatečnou kapacitu samotné komunikaci, dále interní komunikaci při řešení specifických problémů** vnikajících při řešení projektů (způsobilost výdajů, monitoring, udržitelnost, apod.), která je základním předpokladem pro efektivní komunikaci externí.

Pro zvýšení výsledků a především dopadů implementace KoP je nutné soustředit se na **mediální komunikaci** (široká veřejnost), **přímou komunikaci, semináře a konzultace** pro žadatele a příjemce (posílení kvality informovanosti a minimalizace problémů při implementaci projektů), průřezově všechny cílové skupiny využívají **webové stránky** a internet jako významný zdroj informací.

4.2 Nebylo by možné dosáhnout při použití jiných komunikačních nástrojů lepších výsledků?

Vzhledem k dynamickému vývoji oblasti komunikace, ale i externího prostředí programu, existuje celá řada nových nástrojů, které je vhodné pro informovanost a komunikaci s ohledem na nové trendy využívat. Jedná se zejména o stále **vzrůstající důležitosti on-line komunikace, využívání sociálních sítí, blogů, mikroblogů, apod.** Tyto nástroje jsou také zajímavé s ohledem na jejich efektivitu, důvodem je možnost velmi širokého záběru jak v široké veřejnosti, tak především možnost specificky se zaměřit na vybrané segmenty a specifické cílové skupiny (např. jen příjemci OP VaVpl při využití diskusních fór či blogů).

Pokud vezmeme v úvahu vývoj počtu uživatelů např. sociální sítě Facebook v ČR, jedná se o jeden z nejdynamičtěji rostoucích komunikačních nástrojů v ČR. Z provedeného šetření ČSÚ vyplývá, že **v prosinci 2010 v ČR Facebook využívalo cca 2,9 mil. uživatelů.** Oproti lednu 2010, kdy tento nástroj využívalo cca 2 mil. uživatelů se jedná o nárůst o 900 tis. uživatelů. **Současný počet uživatelů k prosinci 2010 představuje cca 50 % všech uživatelů internetu v ČR.** Facebook není komunikačním nástrojem pro „školní mládež“, z uvedeného počtu uživatelů je cca 2,3 mil. v rozmezí 18 – 55 let, dalších cca 60 tis. uživatelů uvádí věk nad 55 let (viz analýza ČSÚ Využívání komunitní sítě Facebook, dostupné na <http://www.czso.cz/csu/redakce.nsf/i/vyuzivani-facebooku-v-ceske-republice-a-ve-svete>).

Správu profilu na sociálních sítích, blogů či mikroblogů je možné realizovat vlastními silami prostřednictvím interních pracovníků ŘO. Není nutné realizovat externí dodávky služeb, pro sociální sítě již na základním profilu existuje administrátorské rozhraní, které plní roli redakčního systému. Vkládání obsahu je tak srovnatelné (či jednodušší) s vkládáním obsahu u webového portálu. **Nákladová efektivnost tak bude přímo ovlivnitelná interními kapacitami, které je možné flexibilně využívat na tyto aktivity.**

Další výhodou je pak **směrování informační kampaně do cílových skupin, které jsou potenciálními uživateli výstupů a výsledků projektů OP VaVpl,** případně mohou významně přispět k multiplikaci výsledků projektů. Jedná se o studenty SŠ a VŠ, postgraduální studenty, mladé vědecké pracovníky, vědecké pracovníky, kteří dočasně působí v zahraničí v rámci stáží, studijních pobytů a lze je takto poměrně adresně oslovit s ohledem na jejich profilaci.

Obecně lze konstatovat, že **výše uvedené cílové skupiny nejsou z pohledu KoP zcela nové. Z části se jedná o segment široké veřejnosti** (např. studenti, mladí vědeckí pracovníci), z části je možné těmito prostředky oslovovat odbornou veřejnost (řada z cílených osob může být potenciálními žadateli, uživateli podpořených intervencí, apod.), případně přímo příjemce.

Lze také konstatovat, že **vyššího povědomí u veřejnosti i ostatních cílových skupin KoP by bylo možné dosáhnout při spolupráci s externími dodavateli služeb,** a to především v oblasti mediální kampaně, vytvoření a správy webového portálu OP VaVpl, v oblasti pořádání eventů, případně dalších doplňkových dodávek a služeb v oblasti komunikace.

Důraz na rozvoj interních kapacit ŘO OP VaVpl je cestou k posilování kvality informovanosti těch cílových skupin, které se přímo podílejí na realizaci programu. Na jejich informovanosti z velké části závisí úspěch OP VaVpl (žadatelé, příjemci). Prostřednictvím přímé komunikace, seminářů, workshopů či individuálních konzultací, metodikami a příručkami nebude zvyšován dosah informovanosti (vyšší procento potenciálních žadatelů,

kteří budou o OP VaVpl informováni), ale **zvýší se kvalita informovanosti a spokojenost s asistencí implementační struktury**. Lze také očekávat **pozitivní přístup k přípravě a realizaci návazných aktivit**, které budou po implementovaných projektech OP VaVpl následovat, ať již v rámci udržitelnosti realizovaných projektů, tak v rámci návazných projektů či programů. **Prostřednictvím posilování kvality informovanosti je také dlouhodobě budována image programu a implementující instituce – MŠMT.**

4.3 Které nástroje informovanosti a publicity využívat více či méně za účelem zvýšení dopadu komunikačních a propagačních aktivit OP VaVpl na konkrétní cílové skupiny KoP?

Pro informování cílové skupiny **příjemců a žadatelů** OP VaVpl lze na základě provedených analýz za vhodné nástroje informovanosti a publicity označit **webové stránky operačních programů** (např. www.strukturalni-fondy.cz) a **řídícího orgánu** (55 - 65 % respondentů je považuje za vhodný nástroj přenosu informací a cca 30 % respondentů s nimi pracuje minimálně 1x v týdnu). Zároveň je však v případě těchto nástrojů informovanosti a publicity nutné **učinít opatření, která povedou ke zvýšení kvality poskytování informací z obsahového i vizuálního hlediska** (přehlednost, aktuálnost a přesnost informací, jejich snadná dohledatelnost, uživatelská přívětivost, apod.). Dále jsou pro skupinu žadatelů a příjemců vhodnými nástroji informovanosti o OP VaVpl **semináře a workshopy** pro žadatele a příjemce a **příručky a manuály** pro žadatele a příjemce OP VaVpl.

V případě cílové skupiny **potencionálních žadatelů** OP VaVpl jsou touto cílovou skupinou využívány zejména **webové stránky operačních programů a řídícího orgánu**.

Naopak mediální nástroje za účelem vyhledávání informací o OP VaVpl nejsou těmito cílovými skupinami aktivně vyhledávány. Mediální kampaň by nicméně jednoznačně zvýšila dopad na povědomí cílových skupin KoP OP VaVpl a jeho postupu. Především **široká veřejnost** upřednostňuje internet, TV vysílání, denní tisk a časopisy a tyto nástroje nejvýznamněji posilují povědomí veřejnosti.

4.4 Nebylo by vhodné změnit portfolio využívaných komunikačních prostředků?

Základní komunikační kostru, která se opírá zejména o webové stránky, přímou komunikaci s příjemci (individuální i kolektivní) a o mediální kampaň, lze považovat za vhodný základ využívaných nástrojů informovanosti a komunikace OP VaVpl do dalšího období. Vzhledem k vývoji komunikačních prostředků **by bylo nicméně vhodné zvážit doplnění stávajících komunikačních prostředků a rozšíření jejich portfolia o nové efektivní prvky komunikace**, které zvyšují atraktivnost a dopad na cílové skupiny komunikace OP VaVpl.

Stávající nástroje není nutné radikálním způsobem měnit či nahrazovat, je však vhodné zvážit doplnění nových nástrojů do portfolia využívaných informačních a komunikačních aktivit. Významný potenciál lze spatřovat především v oblasti oslovení cílových skupin intervencí prostředky **on-line komunikace**, zejména pak moderními prvky souvisejícími se **sdílením multimédií či s využíváním sociálních sítí a jejich propojení s webovou prezentací programu**.

Důvody pro využívání moderních prostředků on-line komunikace v případě OP VaVpl jsou především následující:

- Jedná se o **dynamický a moderní komunikační nástroj**. OP VaVpl by měl usilovat o vnímání sebe sama jako dynamického progresivního, moderního OP se zaměřením na podporu moderních a inovativních postupů, včetně méně tradiční komunikace s cílovými skupinami a sledování moderních trendů..
- V řadě intervencí jsou aktivity OP VaVpl zaměřeny na vytvoření podmínek pro rozvoj lidského potenciálu vědy a výzkumu v ČR, dosažení evropské a světové úrovně a zvýšení atraktivity pro lidský potenciál vysoce specializovaných vědeckých a výzkumných kapacit. Této strategii musí odpovídat jak **obsah komunikace, tak také její forma**. Komunikace musí být **atraktivní obsahem i formou**, musí být interaktivní, musí také poskytovat možnost vyjádřit názor příjemce informace, což zvyšuje vnímání transparentnosti komunikace.
- Evropský a světový rozměr programem podporovaných intervencí bude dále podporovat mezinárodní spolupráci, přičemž popularita a míra využívání sociálních sítí je v zahraničí na velmi vysoké úrovni. Některé z platforem dosud nemají českou lokalizaci, je nicméně pouze otázkou času, kdy začnou být v ČR hojně využívány (např. Twitter).
- Je to příležitost pro prezentaci oblasti vědy, výzkumu a OP VaVpl, **sdílení informací, názorů i pohledů žadatelů, příjemců, implementujících subjektů** OP VaVpl.
- Je to unikátní příležitost také pro **změny v interní komunikaci** implementační struktury OP VaVpl a MŠMT.
- Využití sociálních sítí je **vhodným doplňkem stávajících či nově vytvářených webových portálů**. Při využití webu, diskusních fór a sociálních sítí vznikají zajímavé synergie pro SEO optimalizaci.
- **Založení profilu a zahájení vkládání je obvykle možné ihned.**
- **Tvorba obsahu a správa profilů** na sociálních a komunitních sítích **je velmi rychlá a jednoduchá**, lze flexibilně reagovat na aktuální události, prostředí umožňuje maximální interaktivitu.
- **Nejsou nutné dodatečné výdaje** na hosting webového prostoru, registraci a správu domény, grafický design, redakční systém, apod. v porovnání s „klasickou“ webovou prezentací.

Možné kroky pro aplikaci nástrojů komunikace či jejich úpravu v následujícím období jsou tyto:

Webový portál OP VaVpl

Na základě provedených šetření lze **doporučit vytvoření vlastního portálu OP VaVpl**. Cílem je koncentrovat informace pro cílové skupiny na atraktivním uživatelsky přívětivém a přehledném portálu, na který jsou cílové skupiny často směřovány prostřednictvím jiných komunikačních a propagačních nástrojů. Portál využívají především potenciální žadatelé, žadatelé příjemci, odborná veřejnost, cenný zdrojem informací je také pro subjekty, které jsou zapojeny do implementace OP VaVpl či projektů podpořených v OP VaVpl, případně i široká veřejnost. Dílčí kroky jsou tyto:

- Vytvoření zadávací dokumentace pro výběr externího dodavatele,

- Vybraný externí dodavatel by měl navrhnout strukturu webového portálu, přičemž by měl respektovat fakt, že portál bude využíván pro komunikaci s žadateli, příjemci, odbornou i širokou veřejností, médií, bude sloužit jako úložiště metodických dokumentů a pravidel pro přípravu a realizaci projektů, případně zveřejňování výběrových řízení, apod.,
- Součástí portálu by měly být prvky pro interakci s cílovými skupinami, tj. sekce často kladených otázek (FAQ), skce pro odběr novinek nebo newsletterů, případné propojení s profily OP VaVpI na sociálních sítích (např. Facebook, Twitter, apod.), propojení s médií pro sdílení multimediálního obsahu (např. youtube.com),
- Důležitým prvkem je existence uživatelsky komfortního redakčního systému webového portálu, aby bylo možné snadno a flexibilně editovat obsah webového portálu ze strany ŘO OP VaVpI.
- Tvorba webového portálu by měla respektovat požadavky na snadnou vyhledatelnost stránek prostřednictvím internetových vyhledávačů (SEO), portál a jeho design by tak měl být optimalizován s ohledem na fungování nejvyužívanějších vyhledávačů.
- Součástí požadavků na webový portál je také možnost sledování podrobných statistik, které umožní sledování celkového počtu návštěv, počet unikátních návštěv, sledování směřování uživatelů, využívání prohlížečů, statistiky ohledně stažených dokumentů, apod.
- Pro hladký přechod ze stávajícího na nový portál je vhodné po jistou dobu souběžný provoz starého i nového portálu s ohledem na zachování obsahu a hladkého přechodu na nové stránky.

Sociální síť

Pro další realizaci aktivit KoP navrhujeme zvážit využití sociálních sítí pro komunikaci s cílovými skupinami. **V kontextu OP VaVpI se jeví využití těchto nástrojů jako vhodné v kombinaci s prezentací programu na webovém portálu.** Využití sociálních sítí bez návaznosti na webové stránky je možné, ale za účelnější považujeme provázání profilů na sociálních sítí se stávajícím či nově vytvořeným webovým portálem. Dílčí kroky jsou tyto:

- Zřízení profilu OP VaVpI na jedné ze sociálních sítí, kde bude možná aktivní komunikace s uživateli (fanoušky/přáteli/náhodnými přispěvateli). Vzhledem k současnému stavu lokalizace a počtu uživatelů doporučujeme využít Facebook.com,
- Je nutné určit správce a administrátora profilu OP VaVpI na sociální síti,
- Je vhodné připravit základní obsah informací (odkazy na web, kontaktní údaje, loga, fotografie, případně odkaz na multimedia) před tím, než budou stránky zveřejněny,
- Po vložení obsahu je lze stránku profilu zveřejnit,
- Není vhodné volit příliš odborná témata, lepší je zaměřit se na poutavý obsah – zajímavé události týkající se implementace programu či projektů, odkazy na aktuální informace, plánované akce, apod.

- Udržování profilu vyžaduje rychlou a včasnou reakci na případné dotazy, náměty nebo připomínky, je tedy nutné vyčlenit pro správu portálu časovou kapacitu, která bude pro správu portálu periodicky k dispozici,
- Interakce a komunikace s uživateli by neměla být agresivní, u některých kontroverzních témat lze očekávat stížnosti či nesouhlasné reakce, pro začátek je vhodné zvolit co nejméně kontroverzní témata s co nejaktuálnějším obsahem.

Youtube.com

Pro další realizaci aktivit KoP navrhujeme využívat kanál pro zveřejňování multimediálního audiovizuálního obsahu prostřednictvím platformy youtube.com. **V kontextu OP VaVpl se jeví využití těchto nástrojů jako vhodné v kombinaci s prezentací programu na webovém portálu.** Využití sociálních sítí bez návaznosti na webové stránky je možné, ale za účelnější považujeme provázání profilů na sociálních sítí se stávajícími, či nově vytvořeným webovým portálem. Dílčí kroky jsou tyto:

- Zřízení vlastního (či využití stávajícího) kanálu na serveru YouTube, kde by byla nahrána videa propagující vybrané události spojené s implementací OP VaVpl, případně události, které se vztahují k jednotlivým projektům.
- Určení správce kanálu na youtube.com, případně pověření relevantních pracovníků, kteří budou vkládat obsah.
- Platformu youtube.com lze využít ke zveřejnění vytvořených televizních spotů a dále tak zvýšit jejich dopad, lze zde uveřejňovat záznamy tiskových konferencí, událostí spojených s OP VaVpl či podpořenými projekty.
- V rámci využití služeb serveru YouTube je možné evidovat uživatelské reakce (komentáře). Server také umožňuje přímé sledování počtu shlédnutí jednotlivých příspěvků.
- Videa je také možné zveřejňovat na webových stránkách, přidávat na ně odkazy jak na webovém portálu tak na vytvořených profilech na sociálních sítích.
- Příklad již vloženého videa OP VaVpl ze Slavnostní předání Rozhodnutí o udělení dotace v rámci projektu OP VaVpl (<http://www.youtube.com/watch?v=FZ4zjxOKowk>).

4.5 Bylo by možné se stejným zapojením vstupů (při uplatnění dosavadních používaných komunikačních a publicitních nástrojů, aktivit a personálních zdrojů) dosáhnout lepších výsledků?

Lepších výsledků v oblasti informovanosti a komunikace by bylo možné dosáhnout především **dokončením aplikace původně plánovaných nástrojů informovanosti a komunikace, které jsou vázány na externí dodavatele služeb. Nedokončení výběru dodavatelů je vnímáno jako zásadní bariéra naplnění cílů KoP OP VaVpl a jeho ročních aktualizací.** Vzhledem k plánovanému využití externích dodavatelů služeb byla pro zajištění komunikace programu vyčleněna personální kapacita, která není připravena a schopna zajistit vlastní realizaci všech relevantních nástrojů komunikace a publicity. **Současná personální kapacita dostačuje na koordinaci a řízení aktivit za účasti externích dodavatelů.**

V současné fázi programového cyklu je nutné **soustředit se na informování veřejnosti o výsledcích intervencí a průběhu, výsledcích a dopadech programu** (relevantní především pro odbornou a širokou veřejnost).

Především je však nutné soustředit se na **zajištění dostatečné komunikační podpory příjemcům** tak, aby byly vytvořeny veškeré **podmínky pro úspěšnou realizaci a dokončení rozpracovaných či nově zahajovaných projektů.** Vzhledem k složitosti a nepřehlednosti podmínek realizace projektů se jedná o zásadní úkol pro oblast informovanosti cílové skupiny příjemců (nejlépe za využití interaktivních komunikačních nástrojů jako jsou konzultace, semináře, workshopy, apod.). Především v této oblasti lze spatřovat významné těžiště budoucích aktivit komunikace, které je nutno i dostatečně kapacitně zajistit. **Dostatečná informovanost příjemců a jejich dostatečná podpora ve fázi realizace projektu má zásadní vliv na úspěšnou absorpci prostředků programu a jejich efektivní využití pro realizaci schválených projektů.**

6 Navrhovaná doporučení

Následující text obsahuje návrhy doporučení dle jednotlivých oblastí zkoumání. Jednotlivá doporučení jsou číslována a jsou u nich uvedeny odkazy na zjištění, která jsou podrobněji popsána u odpovědí na jednotlivé evaluační otázky.

6.1 Příprava a plánování RKoP 2012 – 2015

V druhé polovině programového období lze metodický přístup k naplnění povinností vyplývajících z Nařízení Komise (ES) č. 1828/2006 prostřednictvím KoP a RKoP dále zlepšovat.

S ohledem na provedená šetření a zjištění, a to především v Evaluačních okruzích č. 1 a 2, lze navrhnout následující opatření:

č.	Místo ve zprávě	Doporučení	Odpovědnost
1.1	ev. ot. 1.1 (str. 24), 3.4 (str. 35)	Pro úspěšné plánování a realizaci opatření dle KoP OP VaVpl je i v dalším období nutné obecně posilovat a propagovat důležitost oblasti informovanosti a publicity v rámci implementační struktury OP VaVpl a MŠMT jako celku. Za klíčové považujeme i nadále naplňovat povinnosti vyplývající z Nařízení Komise (ES) č. 1828/2006 s ohledem na informovanost a publicitu. V Nařízení jsou definovány povinnosti ŘO, lze doporučit pravidelnou účast vedení ŘO OP VaVpl na pracovních skupinách a setkáních týkajících se oblasti informovanosti a publicity v rámci MŠMT. ŘO je odpovědný za realizaci propagačních aktivit v souladu s KoP OP VaVpl, za jeho aktualizace, informování Monitorovacího výboru OP VaVpl, apod. (viz zjištění v rámci evaluační otázky 3.4 a 1.1). Klíčové je zajistit soulad prováděných opatření informovanosti a publicity se schváleným KoP a naplnění legislativních požadavků dle Nařízení v období 2011 - 2015.	Manažer publicity
1.2	ev. ot. 1.1 (str. 24)	Pro budoucí období 2012 – 2015 je vhodné v rámci komunikačních aktivit stavět na základech osvědčených komunikačních nástrojů pro jednotlivé cílové skupiny , těmi jsou zejména: • Mediální kampaň (především pro širokou veřejnost), • Přímá komunikace, konzultace, semináře, workshopy (především pro žadatele a příjemce), • Webový portál Op VaVpl (především pro žadatele, příjemce, potenciální žadatele a	ŘO

		odbornou veřejnost), • Příručky a metodiky (především pro řešení praktických problémů při realizaci projektů pro příjemce).	
1.3	ev. ot. 1.1 (str. 24), 4.2 (str. 42), 4.4 (str. 44)	V rámci aktualizací RKoP pro období 2012 – 2015 by bylo vhodné zvážit využití některých moderních komunikačních prostředků, např. využití sociálních sítí, diskuzních fór a nástrojů ke sdílení multimediálního obsahu , případně přímé komunikace. Při plánování komunikačních aktivit, výběru nástrojů a způsobů jejich realizace je nutné respektovat fakt, že lidé spíše než rozšiřování komunikačních sdělení do nových médií očekávají chytřejší využívání nových médií a nových technologií na to, aby byli adresováni relevantními sděleními a nebyli zbytečně přetěžováni informacemi , které pro ně nejsou užitečné.	ŘO
1.4	ev. ot. 1.1 (str. 24), 4.2 (str. 42)	V této souvislosti také navrhujeme zvážit specifické cílení vybraných cílových skupin (např. studenty, mladé vědecké pracovníky, apod.) těmito nástroji (sociální sítě, diskuzní fóra, blogy, apod.). Tyto cílové skupiny mohou hrát klíčovou roli při využívání investic podpořených OP VaVpl. Diskuzní fóra , specificky pak k jednotlivým tématům implementace (způsobilost výdajů, monitorovací indikátory, výběrová řízení, apod.) pak doporučujeme v kombinaci s FAQ sekci na webovém portálu využívat pro příjemce , případně žadatele.	
1.5	ev. ot. 3.5 (str. 36),	Pro další aktualizaci KoP doporučujeme upravit indikátorovou soustavu KoP , včetně stanovení indikativních cílových hodnot relevantních výstupů, výsledků a dopadů.	ŘO

6.2 Aplikace nástrojů komunikace dle RKoP

S ohledem na provedená šetření a zjištění především v Evaluačním okruhu č. 1 lze navrhnout následující opatření:

č.	Místo ve zprávě	Doporučení	Odpovědnost
2.1	ev. ot. 1.1 (str. 24), 3.4 (str. 35), 3.6 (str. 39)	Realizovat plánovaná opatření informovanosti a komunikace, která byla součástí KoP a RKoP a jsou vázána na externí dodavatele. V rámci šetření bylo zjištěno, že součástí plánovaných opatření byla klíčová opatření pro podporu aktivit informovanosti a publicity programu, zejména: • Výběr dodavatele nového webového portálu, • Výběr dodavatele mediální kampaně, • Výběr agentury pro podporu pořádání eventů (semináře, workshopy v regionech, apod.), • Výběr dodavatele propagačních předmětů. Vlastní realizaci těchto opatření považujeme za klíčové s ohledem na naplnění stanovených cílů KoP, zvyšování povědomí i kvality informovanosti cílových skupin KoP.	ŘO
2.2	ev. ot. 1.1 (str. 24), 1.3 (str. 26), 3.1 (str. 33), 4.3 (str. 43)	Z provedených šetření vyplývá, že webový portál je jedním z nejvýznamnějších komunikačních nástrojů, který využívají jak potenciální žadatelé, žadatelé a příjemci, tak také odborná, případně široká veřejnost. Doporučujeme tedy soustředit úsilí k vytvoření vlastního interaktivního webového portálu OP VaVpl, který bude splňovat nároky na maximální atraktivnost, přehlednost a bude možné jej případně propojit s dalšími komunikačními nástroji (např. sociální sítě, platformy pro sdílení multimédií, apod.). Klíčová je jak atraktivnost portálu, tak jeho přehlednost a snadná práce s obsahem portálu.	ŘO
2.3	ev. ot. 3.3 (str. 34)	Z provedených šetření vyplývá, že široká veřejnost vnímá program především prostřednictvím prezentace konkrétních připravovaných (či realizovaných) projektů. S ohledem na tento fakt lze doporučit posílit a průběžně udržovat mediální komunikaci projektů OP VaVpl směrem k široké veřejnosti. Je vhodné prezentovat „reálné příběhy“, reálné lidi, kteří se podílejí na realizaci projektů, reálné lokality současné či budoucí realizace projektů, apod..	ŘO, Odbor vnějších vztahů a komunikace
2.4	ev. ot.	Je nutno systematicky a pozitivně budovat vztahy	ŘO, Odbor

	3.2 (str. 34), 3.3 (str.34)	s médii s ohledem na roli MŠMT při implementaci OP VaVpI. Pro systematické budování vztahů je nutné mít dostatek věcně správných podkladů o podmínkách přípravy a realizace OP VaVpI, tak jednotlivých výzev a projektů. S ohledem na současné rozdělení kompetencí je nutné soustředit dostatečnou pozornost na soulad mezi metodickým nastavením procesů přípravy a realizace projektů a informacemi, které jsou o realizaci Op VaVpI poskytovány (především s ohledem na věcnou správnost).	vnějších vztahů a komunikace
2.5	ev. ot. 1.2 (str. 25), 3.1 (str. 33)	Budovat a dále rozvíjet přímou komunikaci s potenciálními žadateli ohledně těch oblastí podpory, kde budou rozdělovány prostřednictvím výzev další finanční prostředky. Jako vhodná forma se jeví přímé oslovení formou e-mailů, newsletterů, pozvánek na semináře pro potenciální žadatele, apod. Dalším vhodným opatřením je zařazení semináře pro žadatele před termín zahájení výzvy tak, aby mohli žadatelé včas zareagovat na případné nové požadavky či změny a stihli upravit projekt.	ŘO
2.6	ev. ot. 1.2 (str. 25), 2.6 (str. 32) 3.1 (str. 33)	Dostatečně kapacitně zajistit a dlouhodobě rozvíjet přímou komunikaci s příjemci. Vhodnou formou jsou zejména individuální konzultace, semináře pro příjemce na předem definovaná témata související s vlastní realizací projektu (veřejné zakázky, monitoring, publicita, technické náležitosti realizace projekty a další relevantní problematiky). Kvalitní vybudování úzkého a kapacitně dostatečně zajištěného vztahu s příjemci je klíčem k minimalizaci rizik spojených s problémy v realizační fázi projektů. Soustředěním přímé komunikace (individuální i kolektivní) směrem k příjemcům a prostřednictvím konzultací, seminářů, workshopů, apod. lze vytvořit maximálně vhodné podmínky pro úspěšnou realizaci podpořených projektů. V této souvislosti lze doporučit zavedení pravidelných meetingů příjemců OP VaVpI cca 1x za čtvrt či půl roku (skupina příjemců není příliš široká a všichni mají podobné problémy k řešení). Je každopádně vhodné soustředit se odděleně na jednotlivá témata vlastní realizace projektů, příjemci již řeší jiné problémy než žadatelé.	ŘO
2.7	ev. ot. 3.3 (str. 34)	Pro efektivní komunikaci je nutno respektovat zásady pro psaní tiskových zpráv a respektovat zásady zpracování obsahu pro webové stránky a pro nástroje on-line komunikaci. Webové stránky se tak stanou atraktivnějšími a přehlednějšími pro cílové skupiny KoP OP VaVpI.	ŘO, Odbor vnějších vztahů a komunikace
2.8	ev. ot.	Doporučujeme klást důraz na rozvoj interních kapacit	ŘO

4.2 (str. 42)	ŘO OP VaVpl, který je cestou k posilování kvality informovanosti především těch cílových skupin, které se přímo podílejí na realizaci programu. Na jejich informovanosti z velké části závisí úspěch OP VaVpl (žadatelé, příjemci). Prostřednictvím přímé komunikace, seminářů, workshopů či individuálních konzultací, metodikami a příručkami nebude zvyšován dosah informovanosti (vyšší procento potenciálních žadatelů, kteří budou o OP VaVpl informováni), ale zvýší se kvalita informovanosti a spokojenost s asistencí implementační struktury . Vhodnými prostředky je interní systém vzdělávání, využití koučingu či mentoringu a celkové posilování interní komunikace a povědomí o implementaci OP VaVpl.	
---------------	--	--

6.3 Monitoring a evaluace opatření KoP

V souvislosti s provedenými šetřeními a zjištěními v Evaluačním okruhu č. 3 lze navrhnout následující opatření:

č.	Místo ve zprávě	Doporučení	Odpovědnost
3.1	ev. ot. 3.5 (str. 36)	Doporučujeme upravit a doplnit indikátorovou soustavu KoP. Indikátorová soustava by měla sledovat úroveň výstupů, výsledků i dopadů. Doporučujeme také zvážit, pro které indikátory by měla být stanovena cílová hodnota. Pro roční KoP považujeme za vhodné stanovit indikativní cílové hodnoty především u výstupových indikátorů vztahující se k jednotlivým komunikačním nástrojům, dále navrhujeme zvážit stanovení indikativních hodnot pro dopadové indikátory vztahující se především k povědomí cílových skupin o OP VaVpl na konci programového období. Možná podoba indikátorů je uvedena v odpovědi na evaluační otázku 3.5, kde jsou navrženy jak indikátory ke zvážení pro využití v KoP OP VaVpl, tak cílové hodnoty pro dopadové indikátory.	ŘO
3.2	ev. ot. 3.5 (str. 36)	Navrhujeme průběžně vyhodnocovat kvantitativní plnění opatření KoP (monitoring výstupů), i kvalitativní stránku informovanosti (např. průběžná hodnocení rozsahu i kvality informovanosti cílových skupin). Účelem komunikačních aktivit není pouze zajistit dostatečné povědomí cílových skupin, ale také	ŘO

		zajistit dostatečnou kvalitu informovanosti a vnímání transparentnosti programu a podpořených intervencí OP VaVpl.	
3.3	ev. ot. 3.5 (str. 36)	V rámci sledování návštěvnosti webových stránek je vhodné již při zadávání podmínek pro vytvoření nového webového portálu OP VaVpl požadovat možnosti standardního vyhodnocování návštěvnosti webového portálu za účelem jeho dalšího rozvoje. Jedná se zejména o zjišťování informací o počtu návštěv, počtu unikátních návštěv, počtu navštívených stránek, statistiku přístupů do jednotlivých sekcí portálu, statistiku času stráveného v jednotlivých sekcích (stránkách), informace o počtu stažených dokumentů, data o směrování přístupů uživatelů portálu, apod.	ŘO

7 Použitá literatura a zdroje

Dokumenty a zdroje k Operačnímu programu Výzkum a vývoj pro inovace (OP VaVpI):

- Komunikační plán Operačního programu Výzkum a vývoj pro inovace
- Roční komunikační plány Operačního programu Výzkum a vývoj pro inovace
- Analýza komunikačních potřeb a návrh komunikační strategie OP VaVpI
- Metodický pokyn – evaluace komunikačních plánů OP 2007-2010, 2010
- Metodika monitorování programů strukturálních fondů a Fondu soudržnosti pro programové období 2007-2013, MMR ČR, 2009 v aktuálním znění
- Výroční zprávy o realizaci OP VaVpI
- Příručka pro žadatele Operačního programu Výzkum a vývoj pro inovace (pro jednotlivé prioritní osy) – dostupné online
- Příručka pro příjemce Operačního programu Výzkum a vývoj pro inovace - dostupné online
- Národní číselník indikátorů – aktuální verze, – dostupné online
- Pravidla pro publicitu OP VaVpI – příloha Příručky pro žadatele a příjemce OP VaVpI, dostupné on-line
- Operační program Výzkum a vývoj pro inovace (OP VaVpI) – dostupné online
- Manuál vizuální identity OP VaVpI – dostupné online
- Dokumentace vypsání výzev – dostupné online
- Měsíční monitorovací zprávy – dostupné online
- Dokumentace ostatních ERDF programů – např. OP Podnikání a inovace – dostupné online
- Operační manuál OP VaVpI
- Data a dokumenty ohledně monitoringu publicity poskytnuté ŘO OP VaVpI
- Závěry ze zasedání Monitorovacího výboru OP VaVpI
- Výstupy aktivit publicity OP VaVpI (archiv tiskových zpráv, výstupy publicity a jejich dokumentace za jednotlivé roky)

Použité materiály k analýzám:

- Výstupy z dotazníkového šetření a individuálních rozhovorů
- Analýza mediálního pokrytí čerpání evropských prostředků MŠMT
- Průzkum povědomí o OP VaVpI mezi širokou veřejností
- Databáze příjemců podpory OP VaVpI – sestava o podpořených projektech poskytnutá zadavatelem dne 7. 2. 2011
- Seznamy příjemců OP VaVpI, <http://www.strukturalni-fondy.cz/Stav-cerpani/Seznamy-prijemcu>
- Seznam kontaktů na zástupce implementačních subjektů OP VaVpI pro účely terénního šetření – sestava kontaktů poskytnutá zadavatelem dne 22. 2. 2011

8 Přílohy

8.1 Zpráva z terénního šetření

Viz samostatná příloha závěrečné zprávy projektu.

8.2 Průzkum povědomí o OP VaVpl mezi širokou veřejností

Viz samostatná příloha závěrečné zprávy projektu.

8.3 Analýza mediálního pokrytí čerpání evropských prostředků MŠMT

Viz samostatná příloha závěrečné zprávy projektu.

8.4 Přehled použitých informačních zdrojů

Viz samostatná příloha závěrečné zprávy projektu.

8.5 Sborník příkladů dobré praxe

Viz samostatná příloha závěrečné zprávy projektu.

8.6 Scénáře řešení případných potíží KoP

Viz samostatná příloha závěrečné zprávy projektu.

8.7 Přehled vypořádání připomínek k závěrečné zprávě

Viz samostatná příloha závěrečné zprávy projektu.