**Evaluace komunikačních a propagačních aktivit IOP.**

Zadavatel:

Česká republika – Ministerstvo pro místní rozvoj

Odbor řízení operačních programů

Staroměstské nám. 6

110 15 Praha 1

Zpracovatel:

Naviga 4, s.r.o.

Pernerova 293/11, 186 00 Praha 8

Společnost je zapsána u rejstříkového soudu v Praze,

oddíl C, vložka 91669

Datum zpracování: 31. 3. 2011

Obsah

[Obsah 2](#_Toc291577190)

[Seznam zkratek 3](#_Toc291577191)

[1. Manažerské shrnutí 4](#_Toc291577192)

[1.1. Vymezení projektu 4](#_Toc291577193)

[1.2. Metodologie projektu 5](#_Toc291577194)

[1.2.1. Struktura zprávy 6](#_Toc291577195)

[1.3. Realizované aktivity KOP IOP 2008-2010 8](#_Toc291577196)

[1.4. Financování KOP IOP 2008-2010 10](#_Toc291577197)

[1.5. Dopady realizace KOP IOP 2008 – 2010 10](#_Toc291577198)

[1.6. Doporučení 12](#_Toc291577199)

[1.6.1. Plánování komunikace 2011 – 2013 12](#_Toc291577200)

[1.6.2. Monitorování a hodnocení KOP 2011 - 2013 12](#_Toc291577201)

[1.6.3. Řízení komunikačních aktivit 2011-2013 13](#_Toc291577202)

[1.6.4. Doporučení pro revizi KOP 2011-2013 14](#_Toc291577203)

Seznam zkratek

CATI Computer – assisted Telephone Interviewing (telefonické dotazování)

CAWI Computer-assisted Web Interviewing (on-line dotazování)

CRR Centrum pro regionální rozvoj

CS Cílová skupina

EU Evropská unie

HP Homepage

IOP Integrovaný operační program

IPRM Integrovaný plán rozvoje města

IS Implementační struktura

KoP Komunikační plán

MF Ministerstvo financí

MK Ministerstvo kultury

MMR Ministerstvo pro místní rozvoj

MPO Ministerstvo průmyslu

MPSV Ministerstvo práce a sociálních věcí

MV Ministerstvo vnitra

MZd Ministerstvo zdravotnictví

MZV Ministerstvo zemědělství

MŽP Ministerstvo pro životní prostředí

NSL Newsletter IOP pod lupou

OP Operační program

OP TP Operační program Technická pomoc

RKoP Roční komunikační plán

ŘO Řídící orgán

SF Strukturální fondy

TP Technická pomoc

ZS Zprostředkující subjekty

Vymezení projektu

Řídicí orgán Integrovaného operačního programu (dále jen ŘO IOP) zadal zpracování projektu „Evaluace komunikačních a propagačních aktivit IOP“ s cílem

* prověřit **aktuální stav informovanosti cílových skupin** Komunikačního plánu (KoP) IOP o IOP;
* a **vyhodnotit reálný dopad** realizace KoP včetně prověření účinnosti informačních a propagačních nástrojů při plnění komunikačních cílů IOP.

Výstup evaluace hodnotí aktuální stav naplňování cílů KoP a navrhuje opatření pro zefektivnění budoucích komunikačních aktivit a komunikační strategie pro Integrovaný operační program.

Předmětem hodnocení byly komunikační **aktivity realizované v období 2008 – 2010** **Řídicím orgánem** IOP (Ministerstvo pro místní rozvoj, Odbor řízení operačních programů) a **zprostředkujícími subjekty** IOP:

* Ministerstvem vnitra
* Ministerstvem práce a sociálních věcí;
* Ministerstvem zdravotnictví;
* Ministerstvem kultury;
* Centrem pro regionální rozvoj ČR.

Metodologie projektu

Zpracovatel pro hodnocení využil následujících okruhů dat a zdrojů jejich získání:

|  |  |
| --- | --- |
| DATA | ZDROJ[[1]](#footnote-2) |
| Data na úrovni **dopadů** komunikačních aktivit KoP (zejména povědomí, znalosti a postoje cílových skupin k IOP)  | * Kvantitativní šetření – „Průzkum povědomí o Integrovaném operačním programu mezi širokou veřejností“ (Naviga4, 2011)
* Kvantitativní šetření – „Průzkum povědomí o Integrovaném operačním programu mezi žadateli a příjemci IOP“
* Kvantitativní šetření – „Průzkum implementačních subjektů IOP“
* Informace o průběhu realizace IOP - Měsíční monitorovací zprávy o průběhu čerpání strukturálních fondů, fondu soudržnosti a národních zdrojů v programovém období 2007–2013 (MMR, NOK)
 |
| Data na úrovni **vstupů, výstupů a výsledků** realizovaných aktivit KoP IOP | * Analýza dat o věcném a finančním pokroku realizace rámcového KoPu a ročních KoPů IOP a z vyhodnocení ročních KoPů
 |
| Údaje **kvalitativní** povahy, zejména ve vztahu k řízení komunikačního procesu a kvalitě exekuce vybraných komunikačních aktivit  | * Individuální hloubkové rozhovory (IDI) se zástupci implementační struktury
* Expertní kriteriální hodnocení komunikačních aktivit
 |
| Analýza **mediálního pokrytí** IOP  | * Kvantitativní a obsahová analýza mediálního pokrytí IOP v roce 2010
 |
| Sekundární analýza **dat významných z hlediska kontextu** realizace KoP IOP (například postojové a názorové profilace cílových skupin k tématům z věcného hlediska blízkým náplni IOP, které mají potenciál ovlivňovat dopady a efektivitu realizovaných komunikačních aktivit) | * Výzkumy veřejného mínění, údaje z databází, statistiky
 |

* + 1. Struktura zprávy

Výše uvedené zdroje hodnotitel využil pro zpracování analýzy v následující struktuře:

|  |  |
| --- | --- |
| Kapitola | Popis metodiky |
| Analýza výchozího stavu | Strukturovaně popisuje nejvýznamnější poznatky relevantní pro další posuzování komunikačních aktivit IOP. Staví primárně na datech kvantitativní povahy. Analyzuje:* dostupná data na úrovni **dopadů** aktivit KoP (zejména povědomí, znalosti a postoje cílových skupin k IOP);
* dostupná data o realizaci KoP na úrovni **vstupů, výstupů a výsledků** (analyzuje dostupná data o realizovaných komunikačních aktivitách KoP IOP);
* dostupná (především kvantitativní) **data významná z hlediska kontextu** realizace KoP IOP (například postojové a názorové profilace cílových skupin k tématům z věcného hlediska blízkým náplni IOP, které mají potenciál ovlivňovat dopady a efektivitu realizovaných komunikačních aktivit) a data významná z pohledu budoucích doporučení
 |
| Kriteriální hodnocení realizace KoP | Kriteriální hodnocení realizace KoP IOP představuje podrobné hodnocení **kvality** **exekuce** vybraných **komunikačních** **nástrojů** využitých v rámci komunikačních aktivit IOP a hodnocení jejich příspěvku k naplňování komunikačních cílů programu.Poskytuje podrobný pohled na každý z využitých komunikačních nástrojů a jeho hodnocení z hlediska **evaluačních kritérií 3Ú** (z angl. *Effectiveness, Efficiency, Economy*)* **Účelnosti**
* **Účinnosti**
* **Úspornosti**

Každý z nástrojů hodnotí dle stanovených kritérií s využitím: * výstupů Analýzy výchozího stavu;
* data analýzy rozšiřuje o kvalitativní pohled na konkrétní komunikační výstupy na základě výstupů kvalitativních šetření;
* kvantitativní a kvalitativní údaje doplňuje o pohled expertního hodnocení, které zohledňuje praktické zkušenosti a trendy aktuální komerční a nekomerční marketingové komunikace
 |
| Odpovědi na evaluační otázky | Odpovědi na evaluační otázky představují argumentované výroky hodnotitele, doložené na základě syntézy dat předcházejících částí studie ve struktuře definované zadavatelem. Odpovědi čerpají z Analýzy výchozího stavu a Kriteriálního věcného hodnocení KoP.  |
| Doporučení pro realizaci komunikačních aktivit IOP 2011–2015 | Kapitola prezetnuje soubor doporučení hodnotitele ve vztahu k řízení a realizaci komunikačních aktivit v druhé polovině programového období. Navazuje zejména na kapitolu Kriteriální hodnocení realizace KoP. Obsahuje:* doporučení pro strategii komunikace pro zbytek progamového období
* promítnutí návrhů komunikační strategie do návrhu ročního komunikačního plánu IOP pro rok 2011
 |

Realizované aktivity KOP IOP 2008-2010

V rámci **kategorií komunikačních nástrojů** vymezených v KOP a z pohledu **kvantitativního naplňování komunikačního plánu** realizovaly subjekty implementační struktury následující aktivity:

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Realizované komunikační aktivity | Počet | 2008 | 2009 | 2010 | 2008-2010 |
| Řízená publicita |
| Propagační filmy | akcí[[2]](#footnote-3) | 0 | 1 | 1 | **1** |
| On-line komunikace |
| Aktualizace webů | portálů[[3]](#footnote-4) | 9 | 10 | 11 | **11** |
| Přímá komunikace |
| Semináře, školení, workshopy | akcí[[4]](#footnote-5) | 30 | 95 | 93 | **218** |
| osob[[5]](#footnote-6) | 1 397 | 3 620 | 2 261 | **7 278** |
| Konference | akcí | 5 | 11 | 9 | **25** |
| osob | 2 690 | 3 039 | 2 941 | **8 670** |
| Veletrhy, veřejné akce | akcí[[6]](#footnote-7) | 4 | 5 | 3 | **12** |
| Publikační aktivity |
| Newslettery | druhů | 3 | 3 | 6 | **12** |
| Příručky, manuály, publikace, mapy | druhů | 3 | 9 | 7 | **19** |
| Letáky, skládačky, plakáty | druhů | 2 | 5 | 3 | **10** |
| Další nástroje |
| Propagační předměty | tvorba[[7]](#footnote-8) | ano | ano | ano | **ano** |
| Mediální - koordinovaná publicita |
| Tiskové zprávy (novinky o IOP) | zpráv | 55 | 255 | 2 | **312** |
| Tištěná inzerce | akcí | 8 | 22 | 20 | **50** |
| On-line inzerce | akcí | 1 | 0 | 0 | **1** |
| PR články | článků | 3 | 6 | 13 | **22** |

Jelikož v jednotlivých ročních komunikačních plánech IOP nejsou kvantifikovány veškeré plánované komunikační aktivity je plnění KOP sledováno na úrovni **definovaných indikátorů výstupu a výsledku**. Kromě indikátoru výsledku ***481900 Počet proškolených osob****[[8]](#footnote-9)* se **všechny ostatní indikátory dařilo naplnit na 70 % a více**. Do porovnání byly zařazeny pouze aktivity financované z TP IOP a skutečná **míra naplnění je reálně vyšší. Plánované hodnoty indikátorů v jednotlivých ročních KoPech jsou nastaveny tak, aby bylo reálné je každoročně naplňovat**.

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Kód nár. číselníku | Indikátor výsledku/ výstupu | Indik. cíl 2015[[9]](#footnote-10) | 2008-2010 | Naplnění RKoPů | Naplnění KoPu |
| **plán** | **skut.** |
| 480700 | **Počet vytvořených metodických a technicko-informačních materiálů**  | 84 | 128 | 90 | **70 %** | **107 %** |
| 480800 | **Realizovaná spolupráce se sdělovacími prostředky a komunikace s veřejností** | 30 | 55 | 63 | **115 %** | **210 %** |
| 480900 | **Počet uspořádaných informačních a propagačních aktivit** | 32 | 87 | 73 | **84 %** | **228 %** |
| 481100 | **Počet uskutečněných školení, seminářů, workshopů, konferencí** | 70 | 50 | 38 | **76 %** | **54 %** |
| 481600 | **Počet osob, které se zúčastnily vzdělávacích kurzů celkem**[[10]](#footnote-11) | - | 6 015 | 5 830 | **97 %** | **-** |
| 481900 | **Počet proškolených osob** | 1 100 | 364 | 186 | **51 %** | **17 %** |

Financování KOP IOP 2008-2010

Na informační a propagační aktivity ŘO a ZS, které jsou realizovány jako součást KoPu, je na období 2007–2015 v rámci TP IOP vyčleněna částka **138 mil. Kč**.

**V předmětném období bylo na zajištění informovanosti a publicity vynaloženo více než 45 mil. Kč**. Z **technické pomoci IOP** **bylo uhrazeno** téměř **43 mil. Kč**. **Ročně je** **vyčerpáno** **v průměru 62 % plánovaného rozpočtu na komunikační aktivity v daném roce**, na což mohou mít vliv především tyto faktory: některé aktivity nebyly realizovány; předpokládané náklady na realizaci byly příliš vysoké; při realizaci aktivit byly dosaženy značné úspory. Kumulativně bylo vyčerpáno 31% alokovaného rozpočtu.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Výdaje (v Kč) | 2008 | 2009 | 2010 | 2008-2010 |
| Plánované (roční KoPy) | 16 244 183 | 27 584 900 | 25 168 356 | **68 997 439** |
| Celkově zrealizované | **10 930 510** | **14 337 514** | **20 287 131** | **45 555 155** |
| *Hrazené z TP IOP* | *10 930 510* | *11 607 991* | *20 287 131* | ***42 825 632*** |
| *Hrazené z jiných zdrojů* | *0* | *2 729 523* | *0* | ***2 729 523*** |
| Čerpání rozpočtu RKoPů | **67 %** | **42 %** | **81 %** | **62 %** |
| Kumulativní čerpání rozpočtu KoPu (138,06 mil. Kč) | 8 % | 16 % | 31 % | **31 %** |

Dopady realizace KOP IOP 2008 – 2010

*Zvyšování počtu podaných projektových žádostí*

**Zájem žadatelů o dotace z IOPu převyšoval možnosti programu dané alokacemi na jednotlivé roky předmětného období**. V období 2007–2010 bylo podáno 7,5 tis. žádostí o dotaci v celkové výši 48 mld. Kč, což představuje o 2 % vyšší částku, než jaká byla alokována na celé programové období (resp. představuje zhruba dvakrát vyšší částku alokovanou na předmětné období).

*Povědomí o fondech EU*

* **Povědomí o strukturálních fondech** se mezi **širokou veřejností** postupně **zvyšuje**. V době, kdy se připravoval KoP IOP o nich slyšelo 57 % populace[[11]](#footnote-12), v březnu 2010 již 68 % veřejnosti[[12]](#footnote-13), v lednu 2011 celkem 80 % populace[[13]](#footnote-14) a v únoru o nich **slyšelo již 86 % široké veřejnosti**[[14]](#footnote-15).
* **Široká veřejnost vnímá strukturální fondy kladně** – až **93 % veřejnosti považuje finanční pomoc ze SF za důležitou.**[[15]](#footnote-16)

*Povědomí široké a odborné veřejnosti o existenci IOPu*

* **Spontánní znalost IOPu v populaci ČR je minimální (méně než 1%). Není to však řádově méně než v případě ostatních OP. S nápovědou zná IOP až 8 % veřejnosti.** Funkční znalost IOPu je prakticky nulová, téměř nikdo nezná poslání programu.
* **Odborná veřejnost (žadatelé a příjemci) mají podprůměrné povědomí o podporovaných oblastech IOPu.** S výjimkou oblasti **modernizace a elektronizace veřejné správy (54 %)** **spíše** **nepovažují ostatní aktivity za podporované oblasti IOPu**.
* Veřejnost **obecně zná některé z konkrétních investic** podporovaných z IOP. Největší část populace má povědomí o revitalizaci panelových sídlišť (65%), Czech pointu (63%), revitalizaci významných kulturních památek (63%), systému datových schránek (57%) a pořizování moderního vybavení nemocnic (57%). Zároveň, si je **významně menší měrou vědoma, že tyto investice jsou podporovány z fondů EU / IOP**. Navíc, vzhledem k velice nízké spontánní znalosti názvů programů je pravděpodobné, že část zjištěné znalosti (ví o financování z fondů EU) je nutné přisuzovat zkušenosti se zaměnitelnými dotačními programy (včetně například Zelená úsporám).

*Informační zdroje*

* Široká i odborná veřejnost se o IOPu dozvěděla především z **Internetu**, V případě široké veřejnosti také z **televize**. Polovina odborné veřejnosti vyhledává informace o IOPu prostřednictvím **webových stránek operačních programů** nebo **implementační struktury**.
* **Nejznámějším zdrojem informací o IOPu na Internetu jsou pro širokou veřejnost sekční webové stránky na portálu Strukturální fondy EU.** Z webových stránek, na kterých jsou umístěny informace o IOPu, jsou nejznámější **portál Strukturální fondy EU** ([www.strukturalni-fondy.cz/IOP](http://www.strukturalni-fondy.cz/IOP); **5 %**) a **webové stránky Centra pro regionální rozvoj** ([www.crr.cz](file:///C%3A%5CDocuments%20and%20Settings%5Condra.NAVIGA%5CData%20aplikac%C3%AD%5CMicrosoft%5CWord%5Cwww.crr.cz); **4 %**).
* Odborná veřejnost hodnotí informační zdroje o IOPu spíše průměrně. Za **nejlepší jsou ve všech ohledech považovány individuální konzultace** a naopak za nejhorší masmédia. Poskytované informace odpovídají potřebám příjemců podpory z IOPu.

*Mediální obraz IOP*

* Během roku 2010 byl IOP zmíněn v celkem 447 příspěvcích. Medializace IOPu byla převážně **neutrálního charakteru**. Nejčastěji o IOPu referovala **regionální média**.
* V **celostátních médiích** dostali největší prostor k vyjádření **zástupci ministerstev** (ministři, náměstci, zaměstnanci, odborníci) – 62 % výpovědí v celostátních médiích. **Regionální média** přirozeně nejčastěji citovala **zástupce měst a obcí** – 43 % výpovědí.

Doporučení

* + 1. Plánování komunikace 2011 – 2013
* Komunikační plán IOP by měl definovat **jasný a měřitelný cíl na úrovni žádoucího dopadu komunikačních aktivit**. Příliš obecně nastavené indikátory výsledku současného KoP nemají jasnou vazbu na komunikační cíle, jsou obtížně měřitelné a neumožňují tak určit, zda a jak úspěšně byly cíle naplňovány.
* Do definování komunikačních cílů by mělo být zapojeno vedení ŘO, které upřesní, „jak chceme, aby nás veřejnost vnímala a nahlížela na naši práci“ – nastavila tak **image OP v očích veřejnosti**.
* Cíle ročních komunikačních plánů by měly být stanoveny a ideálně i kvantifikovány ve vztahu k dopadovým indikátorům definovaným ke konci programového období.
* S ohledem na stadium implementace IOP by měly být cíle a indikátory koncipovány **nejen se zřetelem na kvantitu** „Zvýšení míry povědomí cílových skupin o ERDF, resp. IOP“; „zvýšení počtu předložených projektů“ ale **též na kvalitativní aspekty znalosti a postojů cílových skupin a čerpání programu**
* Komunikační plány pro roky 2011 a dále by měly systematičtěji cílit na oslovení cílové skupiny široká veřejnost. K tomu je nezbytné integrovat aktivity jednotlivých subjektů implementační struktury.
	+ 1. Monitorování a hodnocení KOP 2011 - 2013
* S ohledem na stadium implementace IOP by měly být cíle a indikátory koncipovány **nejen se zřetelem na kvantitu** „Zvýšení míry povědomí cílových skupin o ERDF, resp. IOP“; „zvýšení počtu předložených projektů“, ale **též na kvalitativní aspekty znalosti a postojů cílových skupin a čerpání programu**
* Kvalitativní hodnocení může pracovat například s následujícími proměnnými:
	+ znalost poslání a přínosů programu
	+ vnímání kvality a výkonu informačních služeb subjektů implementační struktury
	+ spokojenost potenciálních žadatelů s informačním a konzultačním servisem
	+ míra vyřazených žádostí z důvodu nesouladu s podmínkami přijatelnosti, míra chybovosti v žádostech, zprávách atp.
* Současná podoba soustavy **doplňkových indikátorů KOP** by měla být přehodnocena. Indikátory v současné podobě představují více administrativní zátěž spojenou s jejich sběrem, nežli spolehlivé vodítko pro efektivní řízení komunikačních aktivit.
* Komunikační plány a jednotlivé komunikační aktivity by měly být systematicky hodnoceny na všech úrovních - **průběžné, roční a souhrnné** (2013). Pouze tak lze reálně hodnotit přínos komunikačních aktivit úspěšné implementaci programu a především včas zareagovat na negativní jevy-
	+ 1. Řízení komunikačních aktivit 2011-2013
* V oblasti koordinace a řízení komunikačních aktivit jednotlivých subjektů implementační struktury IOP **doporučuje hodnotitel integrovat komunikační aktivity ŘO a ZS** zaměřené primárně na vybranou cílovou skupinu – **široká veřejnost**. Zde vyšší míra spolupráce přináší potenciálně nejvyšší přidanou hodnotu z hlediska dosahování komunikačních cílů programu.. Integrace při tom neznamená centralizaci ani unifikaci. Cílem by měla být **komunikace společného, pro veřejnost pochopitelného konceptu IOP, který bude každý subjekt implementační struktury naplňovat obsahem, kterým disponuje**.
* **Posílit vnímání úlohy komunikace v rámci implementační struktury** – vnímání programu mezi cílovými skupinami utváří každý čin, výrok, postoj, událost, kterou příslušníci cílové skupiny s programem spojí, plánovaná i neplánovaná komunikace (včetně negativní). Účinnou komunikaci nevyřeší pouze cílené aktivity obsažené v KOP. Každý útvar a pracovník, včetně vedení subjektů implementační struktury, by si měl být vědom toho, že spoluutváří obraz programu v očích veřejnosti (odborné i široké).
* **Vytvoření pozice kreativního a strategického supervizora** – krátkodobé nasazení odborníka na změny v marketingové komunikaci, který by metodicky vedl členy pracovní skupiny a pomohl by jim prosadit nový tématický koncept, viz 1.6.4.
	+ 1. Doporučení pro revizi KOP 2011-2013
* Navrhovaná strategie komunikace obsahuje koordinovanější postup vůči cílové skupině **široká veřejnost.** Hodnotitel navrhuje první dva kroky pro postupné uplatnění konceptu
	+ *Integrované online informační rozhraní* - vychází z dlouhodobého trendu využívání Internetu jako primárního komunikačního kanálu.
	+ *Regionální akce pro veřejnost* - opírá se o dobré zkušenosti ŘO a zároveň i pozitivní zkušenosti zahraničních subjektů s publicitou a propagací fondů EU. Zároveň respektuje trendy chování veřejnosti při konzumaci informačních zdrojů a reklamy
* Hodnotitel navrhuje pracovat s prezentací tematického konceptu „**kvality života**“ jako základního jednotícího komunikačního cíle IOP. Bylo by tak možné dosáhnout jednotnějšího působení na cílovou skupinu a vytvořit tak předpoklad pro vyšší dopad komunikace
* Tematický koncept je podpořen tzv. „**Integrovaným přístupem**“ – **vyjít z toho, co již je, existuje a funguje v rámci jednotlivých ZS a uvést to do společné komunikační linie**. Přínosem a cílem integrovaného přístupu je zejména posílit identitu Integrovaného operačního programu, srozumitelně a jednotně formulovat a prezentovat podstatu intervencí IOP a jejich zamýšlený přínos a oslabit jeho snadnou záměnu s jinými OP, které podporují obdobné oblasti.
1. Podrobně k parametrům jednotlivých nástrojů viz kapitola 2.3 - Použité zdroje, respektive 3.5 - Analýza postojů široké veřejnosti k problematice veřejné správy, veřejných služeb a územnímu rozvoji [↑](#footnote-ref-2)
2. MMR vytvořilo v roce 2009 jeden propagační film, který distribuovalo na DVD také v roce 2010. Hodnota ve sloupci „2008–2010“ odpovídá 1 propagačnímu filmu. [↑](#footnote-ref-3)
3. Jedná se o počet webových portálu aktualizovaných jednotlivými ZS v daném roce (nikoliv o počet aktualizací). Hodnota ve sloupci „2008–2010“ odpovídá stavu ke konci roku 2010. [↑](#footnote-ref-4)
4. V případě CRR se jedná o počet akcí, které CRR přímo nepořádalo, ale kterých se účastnilo. [↑](#footnote-ref-5)
5. V případě CRR se jedná o počet účastníků na akcích, které CRR přímo nepořádalo, ale kterých se účastnilo. [↑](#footnote-ref-6)
6. Jednalo se především o účasti na veletrzích, nikoliv o jejich pořádání. [↑](#footnote-ref-7)
7. Podrobná kvantifikace vyrobených druhů a kusů propagačních předmětů nepředstavuje údaj zásadní pro posouzení efektivity komunikačních aktivit. Úloha propagačních předmětů v komunikačním mixu spočívá především v podpoře účinnosti ostatních komunikačních nástrojů. Propagační předměty samy o sobě mají omezenou schopnost naplňovat komunikační cíle. Z tohoto důvodu nejsou v hodnocení kvantifikovány druhy a počty vyrobených předmětů. [↑](#footnote-ref-8)
8. V tomto případě záleží na účasti ze strany zájemců o školení, než na počtu realizovaných školení. [↑](#footnote-ref-9)
9. Jedná se o hodnoty uvedené v KoPu IOP (s. 56), jejichž dosažení je předpokládáno do konce roku 2015. [↑](#footnote-ref-10)
10. Indikátor výsledku *481600 Počet osob, které se zúčastnily vzdělávacích kurzů celkem* nebyl v KoPu IOP definován, a proto nebyl jeho indikativní cíl pro rok 2015 kvantifikován (indikátor byl doplněn během optimalizace indikátorů v roce 2009). [↑](#footnote-ref-11)
11. Údaj aktuální k říjnu 2006. Zdroj: Povědomí české veřejnosti o strukturálních fondech. STEM (10/2006) [↑](#footnote-ref-12)
12. Zdroj: Informovanost veřejnosti o strukturálních fondech a OP LZZ. GfK Czech pro NAVIGA 4 (01/2011) [↑](#footnote-ref-13)
13. Zdroj: Informovanost veřejnosti o strukturálních fondech a OP LZZ. GfK Czech pro NAVIGA 4 (01/2011) [↑](#footnote-ref-14)
14. Zdroj: Průzkum povědomí o Integrovaném operačním programu mezi širokou veřejností. NAVIGA 4 (01–02/2011) [↑](#footnote-ref-15)
15. Zdroj: Průzkum povědomí o Integrovaném operačním programu mezi širokou veřejností. NAVIGA 4 (01–02/2011) [↑](#footnote-ref-16)