Povzetek revizijskega poročila   
Učinkovitost Ministrstva za kmetijstvo, gozdarstvo in prehrano pri izvedbi javnega naročila Zasnova in izvedba nacionalne kampanje za promocijo lokalnih kmetijskih in živilskih proizvodov 2016–2019

Računsko sodišče je revidiralo učinkovitost poslovanja **Ministrstva za kmetijstvo, gozdarstvo in prehrano** pri izvedbi javnega naročila Zasnova in izvedba nacionalne kampanje za promocijo lokalnih kmetijskih in živilskih proizvodov 2016–2019.

Cilj revizije je bil izrek mnenja o učinkovitosti pri pripravi in izvedbi javnega naročila ter upravljanju s pogodbami.

Računsko sodišče je ugotovilo, da je bilo Ministrstvo za kmetijstvo, gozdarstvo in prehrano pri pripravi in izvedbi javnega naročila ter upravljanju s pogodbami **delno učinkovito.** Ministrstvo je učinkovito utemeljilo potrebe in določilo cilje za izvedbo javnega naročila, ki so izhajali iz Zakona o promociji kmetijskih in živilskih proizvodov, Strateškega načrta promocije kmetijskih in živilskih proizvodov 2013–2018 in Programa promocije za obdobje od 2016 do 2018.

Ministrstvo ni učinkovito izvedlo postopka javnega naročanja. Ministrstvo je glede na predmet javnega naročila izbralo ustrezno vrsto postopka izvedbe javnega naročila. Eden od pogojev za sodelovanje pri javnem naročilu, ki jih je določilo ministrstvo, je bil določen nejasno oziroma pomanjkljivo, zaradi česar ministrstvo izpolnjevanja tega pogoja pri ocenjevanju ponudb ni moglo preveriti. Ministrstvo je v razpisni dokumentaciji določilo merila za oddajo javnega naročila, ki niso diskriminirala ponudnikov, so bila sorazmerna in povezana s predmetom javnega naročila, vendar v postopku izvedbe javnega naročila in priprave razpisne dokumentacije kriteriji za uporabo meril, ki so bili hkrati podlaga za ocenjevanje ponudb, niso bili razdelani na način, ki bi v največji možni meri omogočali objektivno ocenjevanje ponudb. Ocenjevanje strokovne komisije za izbor izvajalca javnega naročila je potekalo na način, da so bilepodane le točke posameznega ocenjevalca, iz katerih pa ni razbrati, zakaj je bilo pri posameznem merilu oziroma podmerilu podeljeno določeno število točk. Ministrstvo je pri enem od podmeril izračunalo število točk na način, ki ni bil v skladu s postavljenimi zahtevami iz razpisne dokumentacije. Ministrstvo je nedvoumno definiralo predmet javnega naročila, vendar je kljub temu izbranemu ponudniku omogočilo, da je dopolnjeval tudi dele ponudbe, ki se vežejo na tehnične specifikacije predmeta javnega naročila in tiste elemente ponudbe, ki se nanašajo na ocenjevanje ponudb po merilih, s čimer ni sledilo zahtevam, ki jih od naročnikov zahtevajo predpisi o javnem naročanju. Ministrstvo je s pripravo javnega naročila začelo v maju 2016, nato pa določilo v razpisni dokumentaciji roke, ki so predvidevali prve aktivnosti že v juliju 2016 in avgustu 2016 in so bili po naši oceni nerealni. Po prejemu sklepa o odobritvi sheme državne pomoči je ministrstvo 11. 11. 2016 podpisalo okvirni sporazum, v katerem je spremenilo z razpisno dokumentacijo določene roke za izvedbo posameznih faz javnega naročila, kar pomeni odstopanje od pravil, ki jih določajo predpisi za javno naročanje. Novodoločene roke ocenjujemo kot izrazito kratke za tako zahtevno javno naročilo, zaradi česar izvajalec ni uspel realizirati dogovorjenih nalog v postavljenih rokih in so se določene naloge zaključile šele v naslednjem letu. Slabo načrtovanje izvedbe postopka javnega naročila z nerealnimi roki za oglaševalske aktivnosti je botrovalo sklenitvi Aneksa številka 2 k okvirnemu sporazumu, s katerim je ministrstvo bistveno spremenilo pogoje iz okvirnega sporazuma.

Ministrstvo je določilo cilje in kazalnike za merjenje ciljev javnega naročila, vendar z izvedeno kampanjo ni v celoti doseglo zastavljenih ciljev. Iz rezultatov merjenj doseganja ciljev po zaključku kampanje izhaja, da je bila opaženost kampanje manjša od predhodnih kampanj, da je upadlo strinjanje s trditvijo, da je lokalna hrana zaupanja vredna ter da so potrošniki zmanjšali percepcijo o kakovosti okusa lokalnega govejega in perutninskega mesa in percepcijo o mleku, ki je "zdravo za razvoj". Ministrstvo za kmetijstvo, gozdarstvo in prehrano z izvedeno kampanjo ni v celoti doseglo zastavljenih ciljev iz razpisne dokumentacije, kot tudi ne ciljev iz Strateškega načrta promocije kmetijskih in živilskih proizvodov 2013–2018, še posebej ne cilja, ki se nanaša na pomen lokalne hrane, lokalnih sestavin in lokalne skupnosti.

Ljubljana, 18. junija 2021