

# JIHOČESKÁ UNIVERZITA V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH

EKONOMICKÁ FAKULTA  
KATEDRA OBCHODU A CESTOVNÍHO RUCHU

---

Studijní program: 6208 B Ekonomika a management

Studijní obor: Obchodní podnikání



## ANALÝZA PODMÍNEK A ZHODNOCENÍ ZPŮSOBU FINANCOVÁNÍ PROJEKTŮ ZE STRUKTURÁLNÍCH FONDŮ EVROPSKÉ UNIE

**Vedoucí bakalářské práce:**  
Ing. Lucie Tichá, Ph.D.

**Autor:**  
Zuzana Malechová

---



**Prohlášení:**

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci na téma: „Analýza podmínek a zhodnocení způsobu financování projektů ze strukturálních fondů Evropské unie“ vypracovala samostatně na základě vlastních zjištění a materiálů, které uvádím v seznamu literatury.

V Českých Budějovicích, dne 13. dubna 2007

.....

Podpis

## **Poděkování**

Děkuji vedoucí práce Ing. Lucii Tiché, Ph.D. za odborné vedení a cenné rady, které mi poskytovala při vypracování této bakalářské práce.

# Obsah

<b>1. ÚVOD</b> .....	<b>6</b>
<b>2. CÍLE PRÁCE A METODICKÝ POSTUP</b> .....	<b>7</b>
<b>3. LITERÁRNÍ REŠERŠE</b> .....	<b>9</b>
3.1. ROZPOČET EU .....	9
3.2. FINANČNÍ POMOC EU v ČR .....	10
3.2.1. <i>Předvstupní nástroje</i> .....	10
3.2.2. <i>Komunitární programy</i> .....	10
3.2.3. <i>Finanční zdroje pro Českou republiku po vstupu do EU</i> .....	11
3.3. STRUKTURÁLNÍ FONDY .....	11
3.3.1. <i>Evropský fond regionálního rozvoje (ERDF)</i> .....	13
3.3.2. <i>Evropský sociální fond (ESF)</i> .....	13
3.3.3. <i>Evropský zemědělský podpůrný a záruční fond (EAGGF)</i> .....	14
3.3.4. <i>Finanční nástroj na podporu rybolovu (FIFG)</i> .....	14
3.4. CÍLE STRUKTURÁLNÍ POLITIKY PRO OBDOBÍ 2004 - 2006.....	15
3.5. PODMÍNKY VYUŽITÍ PROSTŘEDKŮ ZE STRUKTURÁLNÍCH FONDŮ V ČESKÉ REPUBLICE PRO ROK 2004 – 2006.....	17
3.6. REGIONY SOUDRŽNOSTI NUTS.....	20
3.7. ČERPÁNÍ DOTACÍ OBECNĚ .....	21
3.8. NOVÉ PROGRAMOVÉ OBDOBÍ 2007 – 2013 .....	22
3.8.1. <i>Nová architektura politiky soudržnosti EU v letech 2007-13</i> .....	23
3.8.2. <i>Struktura programových dokumentů pro využívání fondů EU v období 2007-2013</i> .....	24
3.8.3. <i>Institucionální zabezpečení přípravy na programovací období 2007-13</i> .....	25
3.8.4. <i>Operační programy 2007 – 2013</i> .....	25
3.8.4.1. <i>Tematické operační programy</i> .....	28
3.8.4.2. <i>Regionální operační programy (ROP)</i> .....	32
<b>4. VLASTNÍ PRÁCE</b> .....	<b>33</b>
4.1. PROFIL SPOLEČNOSTI G-PROJECT, S.R.O .....	33
4.2. NEJČASTĚJŠÍ CHYBY PROJEKTŮ.....	35
4.3. PROJEKT .....	36
4.3.1. <i>Podklady pro ekonomické hodnocení akce</i> .....	36
4.3.1.1. <i>Úvodní informace</i> .....	37
4.3.1.2. <i>Stručné shrnutí akce</i> .....	38
4.3.1.3. <i>Analýza potřeb cílové skupiny, oslovení cílové skupiny</i> .....	46
4.3.1.4. <i>Popis a harmonogram akce</i> .....	50
4.3.1.5. <i>Management akce a jeho zkušenosti</i> .....	60
4.3.1.6. <i>Finanční krytí, náklady akce</i> .....	66
4.3.1.7. <i>Hodnocení efektivity a udržitelnosti akce</i> .....	72
<b>5. ZÁVĚR</b> .....	<b>78</b>
<b>6. SUMMARY</b> .....	<b>80</b>
<b>7. POUŽITÁ LITERATURA</b> .....	<b>81</b>
<b>8. SEZNAM PŘÍLOH</b> .....	<b>82</b>

# 1. Úvod

Česká republika má již více jak deset let možnost čerpat finanční prostředky Evropské unie, určené na podporu celé řady projektů a aktivit.

Evropská unie považuje za prvořadý úkol snižování rozdílů mezi regiony a postupné vyrovnání odlišné sociálně ekonomické úrovně zemí při současném zachování jejich historických a kulturních hodnot. V souladu s principy hospodářské a sociální soudržnosti byly postupně vytvořeny strukturální fondy, jejichž základním účelem je, prostřednictvím rozvojových programů a projektů, snižovat zaostalost znevýhodněných regionů a zajistit vyrovnaný a udržitelný rozvoj.

Jde o politiku, využívající celou řadu nástrojů přímé i nepřímé povahy, např. dotace, snadnější přístup k úvěrům, daňové zvýhodnění, speciální podpůrné programy, zvláště vyčleněné fondy z veřejných prostředků, cenová regulace, výrobní a dovozní kvóty, exportní prémie, různé priority zakotvené v právních normách.

Dostupnost těchto prostředků pro podnikatele se bude s počtem let neustále zvyšovat. Každý podnik by se měl proto alespoň částečně orientovat v problematice získávání finanční pomoci z Evropské unie tak, aby mohl stále více rozvíjet svou činnost a tím přispívat k rozvoji celé ekonomiky.

Regionální rozvoj na úrovni politik Evropské unie je postaven na vybraných základních prioritách, které jsou pro rozvoj méně vyspělých regionů a zvyšování jejich vzájemné vyrovnanosti a soudržnosti v rámci EU zásadní. Strukturální fondy představují zdroj přímé podpory, která je využívána prostřednictvím řady mechanismů k realizaci rozvojových projektů na mezinárodní, národní i regionální úrovni.

Jelikož v roce 2007 začalo nové programové období, práce se zaměří jak na jeho charakteristiku, tak na komparaci dvou programových období (2004 – 2006), (2007 – 2013).

## 2. Cíle práce a metodický postup

### Cíl práce

Hlavním cílem bakalářské práce je zmapování situace v oblasti financování projektů ze strukturálních fondů Evropské unie a vytvoření typové žádosti s cílem napomoci potencionálním žadatelům zvýšit úspěšnost při předkládání vlastních projektových žádostí.

Dále budou zkonkretizovány podmínky pro čerpání finančních prostředků ohledně financování z Evropské unie.

Dále bude následovat zmapování oblasti strukturálních fondů, co představují a k čemu přispívají.

Mezi další dílčí cíle patří:

- charakteristika společnosti, která se zaměřuje na oblast asistence žadatelům při předkládání projektů do evropských a dalších fondů,
- zmapování konkurence zpracovatelů projektů,
- komparace dvou programových období (2004 – 2006), (2007 – 2013).

### Metodický postup

Pro práci bylo vybráno téma: „Analýza podmínek a zhodnocení způsobu financování projektů ze strukturálních fondů Evropské unie“.

Práce se skládá z části teoretické a z části praktické. Prvním krokem bylo rozvržení práce do jednotlivých kapitol a promyšlení osnovy. Potřebné údaje k vypracování teoretické části byly získány z tištěných publikací. Byla použita především odborná literatura, vyhlášky, zákony, opatření, brožury a příručky pro žadatele o podporu vydané jednotlivými ministerstvy. Studium odborné literatury bylo zaměřeno na strukturální fondy Evropské unie a jejich využitelnost pro financování regionálního rozvoje. Publikace, jež byly použity na bakalářskou práci jsou uvedeny v seznamu použité literatury.

Vlastní práce byla věnována vhodnému postupu, vedoucímu k získání finančních podpor ze strukturálních fondů Evropské unie.

Pro zmapování postupu, vedoucího k získání finanční pomoci ze strukturálních fondů Evropské unie, byly použity tyto metody:

Vedle studia odborné literatury byly použity řízené rozhovory. Řízené rozhovory patří do metod kvalitativního výzkumu, které využívají poznatků z psychologie, sociologie, a sociální psychologie. Řadíme je do skupiny – individuálních hloubkových rozhovorů.

Výhodou tohoto typu rozhovoru je, že předem existuje seznam témat, která mají být prodiskutována. Tyto rozhovory byly vedeny „face to face“ s pracovníky Krajského úřadu v Českých Budějovicích a se zaměstnanci společnosti, která se zaměřuje na asistenci při předkládání projektů.

Také bylo nutné sledovat internetové stránky zabývající se Evropskou unií a strukturálními fondy.

Konečným krokem bylo zpracování typové žádosti, kterou jsem zpracovala s pomocí projektových manažerů.



## 3. Literární rešerše

### 3.1. Rozpočet EU

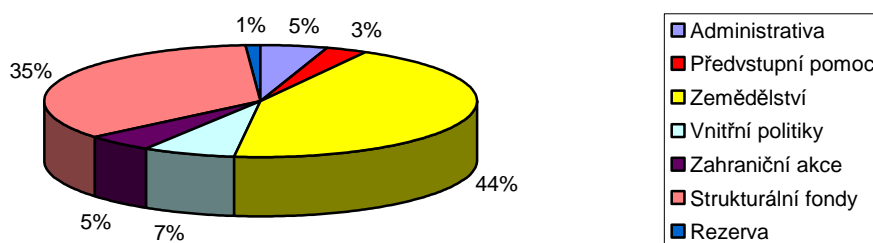
#### Zdroj financí strukturálních fondů

- jsou finanční příspěvky všech členských států do společného rozpočtu Unie, částka pro regionální politiku (tedy SF) činí přes 35 % celkového rozpočtu EU,
- platí princip, že bohatší státy přispívají více a chudší méně.

Od reformy rozpočtu v roce 1970 má Evropské společenství vlastní zdroje ke krytí svých výdajů. Existují čtyři typy zdrojů, největší část příjmů rozpočtu EU pochází ze zdrojů založených na hrubém národním důchodu, další část tvoří DPH, celní poplatky, cla na zemědělské výrobky. Téměř 80 % rozpočtu je věnováno na podporu zemědělství a na strukturální operace.

Rozpočet EU schvaluje Rada a Evropský parlament. Komise předloží návrh, který projde dvěma čteními v Radě a Parlamentu. Rada má poslední slovo u některých druhů výdajů, zejména výdajů na zemědělskou politiku, Parlament u všech ostatních. Proces schvalování rozpočtu začíná v květnu předložením návrhu Komise a obvykle končí v prosinci konečným schválením v Parlamentu. Komise následně ve spolupráci s členskými zeměmi dohlíží, aby byly jednotlivé projekty řádně realizovány a finanční prostředky účelně vynaloženy ([www.evropska-unie.cz](http://www.evropska-unie.cz)).

**Graf 1.: Struktura výdajů rozpočtu EU v %**



Zdroj: Vilamová, Š. 2005

## **3.2. Finanční pomoc EU v ČR**

Finanční pomoc Evropské unie České republice lze rozdělit do tří základních okruhů:

- Předvstupní nástroje,
- Komunitární programy,
- Finanční zdroje pro Českou republiku po vstupu do EU.

### **3.2.1. Předvstupní nástroje**

Předvstupními nástroji jsou programy předstupních politik Společenství, kterými jsou v zemích, které se chystají na přistoupení k EU, podporovány nezbytné hospodářské, politické i správní reformy. Slouží zejména k podpoře příslušných politických a hospodářských změn, přispívají k zavádění legislativy EU a harmonizaci legislativy kandidátských zemí s legislativou EU. Dále pak přispívají k snižování rozdílů mezi ekonomickou úrovní v těchto zemích a EU. Tyto nástroje pomáhají taktéž při budování institucí nezbytných pro fungování kandidátských zemí v rámci EU. Pomocí těchto nástrojů jsou budovány orgány a instituce potřebné pro budoucí využívání pomoci ze strukturálních fondů a Fondu soudržnosti, jedná se o peněžní fondy PHARE, ISPA a SAPARD (Odbor Rámce podpory Společenství MMR ČR, 2005).

Celkově získala Česká republika od Evropské unie do začátku roku 2004 1,8 mld. eur (56 mld. Kč).

### **3.2.2. Komunitární programy**

Termín „komunitární programy“ označuje soubor aktivit, které Evropské společenství vytvořilo v průběhu let s cílem podpořit kooperaci mezi členskými státy v různých specifických oblastech, které souvisejí s politikami Společenství.

V principu byly komunitární programy určeny výhradně pro členské státy, protože však zahrnují většinu politik Společenství, mohou sloužit jako užitečná příprava na vstup, neboť seznamují kandidátské země a jejich občany s politikami Unie a jejich pracovními metodami.

Účast na těchto programech je založena na Evropských dohodách, které byly uzavřeny s kandidátskými zeměmi.

(Odbor Rámce podpory Společenství MMR ČR, 2005, [www.strukturalni-fondy.cz](http://www.strukturalni-fondy.cz))

Od roku 1999 se občané, firmy a státní správa ze všech kandidátských zemí podílejí na spolupráci a výměnných sítích z nejrůznějších oblastí, jako jsou například:

- vzdělávání – Sokrates II (2000 – 2006),
- odborné školení – Leonardo da Vinci II (2000 – 2006),
- mládež – Youth (2000 – 2006),
- kultura – Culture 2000 (2000 – 2006),
- životní prostředí – LIFE (2000 – 2004), Enviromental Protection NGOs (2002 – 2006),
- energetika – Inteligent Energy for Europe,
- malé a střední podnikání – Víceletý program pro podniky a podnikání, zejména malé a střední podniky (2001 – 2005),
- cla – Cystome 2007.

### **3.2.3. Finanční zdroje pro Českou republiku po vstupu do EU**

Česká republika má možnost po vstupu do Evropské unie čerpat finanční prostředky EU ze ([www.evropska-unie.cz](http://www.evropska-unie.cz)):

- strukturálních fondů,
- Fondu soudržnosti (někdy označovaného jako Kohezní fond).

Bude se moci účastnit

- komunitárních programů,
- iniciativ Společenství.

## **3.3. Strukturální fondy**

Strukturální fondy představují finanční nástroje Společenství, které přispívají k posilování hospodářské a sociální soudržnosti, snižování rozdílů mezi úrovní rozvoje různých regionů a snížení zaostalosti nejvíce znevýhodněných regionů, včetně venkovských oblastí.

Zaměření pomoci ze strukturálních fondů podléhá přísným ustanovením a pravidlům formulovaným v Nařízení Rady EU (zejm. 1260/1999, resp. jeho novele 1447/2001, 1784/1999 a 1257/1999) a souvisí s vytyčenými cíli strukturální politiky ([www.evropska-unie.cz](http://www.evropska-unie.cz)).

Strukturální fondy se zaměřují na podporu (Svatošová, L., Boháčková, I., Hrabánková, M. 2005) :

- přímých investic do vytváření nových pracovních příležitostí,
- služeb pro malé firmy (poradenství, zahájení podnikání, zakládání nebo záchranu stávajících firem, finanční inženýrství, transfer technologií, marketing, certifikace atd.) s cílem rozvrhnout regionální a místní potenciál a diverzifikovat hospodářské aktivity,
- budování základní hospodářské infrastruktury (doprava, telekomunikace, energie, likvidace pevného odpadu, čištění odpadních vod, obnova průmyslových lokalit, podnikatelské parky),
- výzkumu a rozvoje technologických inovací,
- infrastruktury pro vzdělávání a zdravotnictví, osobních služeb,
- zlepšení struktury pro zpracování a prodej zemědělských a rybných výrobků,
- modernizace zařízení, certifikátů kvality pro místní zemědělské a řemeslné výrobky,
- ochrany životního prostředí a přírodního dědictví,
- obnovy krizí postižených městských oblastí,
- přeshraniční a nadnárodní spolupráce, výměny zkušeností,
- vyhledávání pracovních příležitostí pro mladé lidi, nezaměstnané a ty, kteří strádají nebo jsou ohroženi sociální izolací,
- rozvoje nových kvalifikací, například za účelem zvýšení adaptability vůči změnám na pracovním trhu,
- přizpůsobení struktury školení a zaměstnanosti.

Skupina strukturálních fondů je tvořena čtyřmi fondy, z nichž každý plní svoji specifickou roli a je možné jej využívat na předem vymezeném území.

Jedná se o: (Národní vzdělávací fond, o.p.s., 2005; [www.strukturalni-fondy.cz](http://www.strukturalni-fondy.cz))

- Evropský fond regionálního rozvoje (ERDF),
- Podpůrnou sekci Evropského zemědělského podpůrného a záručního fondu (EAGGF),
- Finanční nástroj pro usměrňování rybolovu (FIFG),
- Evropský sociální fond (ESF)

### **3.3.1. Evropský fond regionálního rozvoje (ERDF)**

Evropský fond regionálního rozvoje (European Regional Development Fund) byl založen v roce 1975. Pomáhá snižovat rozdíly mezi životní úrovní různých regionů a pomáhá omezovat zaostávání nejproblematičtějších regionů. K vyrovnávání hlavních regionálních rozdílů v rámci Evropské unie napomáhá tím, že se podílí na strukturálním rozvoji zaostalých regionů a na hospodářské a sociální soudržnosti regionů (Novotníková, H. 2005).

Finanční pomoc z ERDF je hlavně zaměřena na:

- podporu malých a středních podniků,
- prosazování produktivních investic,
- zlepšování infrastruktury,
- investice do vzdělání, zdraví a rozvoje místního potenciálu,
- investice zaměřené na životní prostředí.

Konečným cílem pomoci ERDF je vytvořit pracovní místa podporou konkurenceschopného a udržitelného rozvoje (Vilamová, Š. 2005; Svatošová, L., Boháčková, I., Hrabánková, M., 2005; [www.strukturalni-fondy.cz](http://www.strukturalni-fondy.cz)).

### **3.3.2. Evropský sociální fond (ESF)**

Evropský sociální fond (European Social Fund) byl vytvořen Římskou smlouvou v roce 1957. Jeho prostředky by měly především napomoci integraci nezaměstnaných a osob dlouhodobě nezaměstnaných, rychlejšímu zapojení mladých lidí do pracovního procesu, adaptaci pracovníků na průmyslové změny, uplatňování stejných příležitostí na trhu práce, stabilizaci a dalšímu růstu zaměstnanosti, podpoře lidských zdrojů ve výzkumu a vývoji a dalšímu zkvalitnění vzdělávání a kvalifikace.

ESF směřuje svou podporou do strategických dlouhodobých programů, které pomáhají regionům po celé Evropě, zvláště těm zaostávajícím, aktualizovat a modernizovat dovednosti pracovní síly a pěstovat podnikatelské iniciativy. To láká do těchto regionů domácí i zahraniční investice, a tím jim napomáhá dosáhnout větší ekonomické konkurenceschopnosti a prosperity (Vilamová, Š. 2005; Svatošová, L., Boháčková, I., Hrabánková, M. 2005; [www.strukturalni-fondy.cz](http://www.strukturalni-fondy.cz)).

### **3.3.3. Evropský zemědělský podpůrný a záruční fond (EAGGF)**

Evropský zemědělský podpůrný a záruční fond (European Agricultural Guidance and Guarantee Fund) má dvě části. Největší záruční část (asi 95%) slouží k financování celé zemědělské politiky. Zbývajících 5% tvoří tzv. podpůrnou část, jež se počítá do strukturálních fondů, protože pomáhá chránit spojení mezi zemědělstvím a půdou (Novotníková, H. 2005).

Tato část se podílí na financování operací, které jsou zaměřeny na:

- podporu zemědělství v horských a podhorských oblastech,
- pomoc mladým farmářům,
- optimalizaci struktury a kvality zemědělské produkce,
- konverzi, diverzifikaci, reorientaci a podporu kvality zemědělské produkce,
- rozvoj venkovské infrastruktury,
- a další projekty spadající zejména pod Cíl 1 a v některých specifických případech i pod Cíl 2 při rozvoji venkova.

Záruční část fondu se stará o různá finanční opatření – vývozní kompenzace, stabilizace cen, atd. a orientační část má za úkol podporovat modernizaci a racionalizaci zemědělské výroby. Fond funguje od roku 1962 a objem prostředků, kterými disponuje, se od té doby mnohonásobně zvýšil (Vilamová, Š. 2005; Svatošová, L., Boháčková, I., Hrabánková, M. 2005; [www.strukturalni-fondy.cz](http://www.strukturalni-fondy.cz)).

### **3.3.4. Finanční nástroj na podporu rybolovu (FIFG)**

Finanční nástroj na podporu rybolovu (Financial Instrument for Fisheries Guidance – FIFG) byl vytvořen v roce 1993. Je to nejmenší fond, který pomáhá oblastem závislým na rybolovu a současně pomáhá dosáhnout rovnováhy mezi přírodními zdroji, které slouží k rybolovu a jejich využívání. Podporuje modernizaci rybářského průmyslu pro zajištění jeho budoucnosti a pomáhá udržet tento průmysl na dynamické a konkurenceschopné úrovni, dá se použít i na rozvoj rybníkářství (Novotníková, H. 2005; [www.strukturalni-fondy.cz](http://www.strukturalni-fondy.cz)).

Z prostředků FIFG jsou spolufinancovány:

- rozvoj chovu ryb,
- ochrana některých přímořských oblastí,

- vybavení rybářských přístavů,
- výroba a obchod s rybími výrobky.

Tento finanční nástroj byl zařazen mezi strukturální fondy v roce 2000 (Vilamová, Š. 2005; Svatošová, L., Boháčková, I., Hrabánková, M. 2005).

### 3.4. Cíle strukturální politiky pro období 2004 - 2006

Strukturální fondy, ale i jiné stávající finanční nástroje se soustřeďují na určité, předem definované oblasti, a přispívají tak k dosažení tzv. prioritních cílů. Pro každé programovací období Unie určuje cíle, na něž se finanční pomoc z prostředků Unie zaměřuje. Pro období 2000 – 2006 jsou jimi:

- **Cíl 1** - Podpora rozvoje a strukturálních změn zaostávajících regionů

Cíl 1 je určen regionům úrovně NUTS II, jejichž HDP na obyvatele za poslední tři roky je nižší než 75% průměru HDP na obyvatele za celé Evropské společenství. Dodatečná podpora by měla být poskytnuta regionům s velmi vysokou nezaměstnaností. Důraz je kladen zejména na vybavení základní infrastrukturou či na podporu investic do podnikatelských a jiných hospodářských činností

(Svatošová, L., Boháčková, I., Hrabánková, M. 2005; [www.strukturalni-fondy.cz](http://www.strukturalni-fondy.cz)).

Cíl 1 je realizován prostředky *Evropského fondu regionálního rozvoje, Evropského sociálního fondu, orientační sekce Evropského zemědělského orientačního a záručního fondu a Finančního nástroje pro orientaci rybolovu* (Odbor Rámce podpory Společenství MMR ČR, 2005).

Do těchto regionů se investuje 70% dostupných prostředků (Vilamová, Š. 2005).

- **Cíl 2** - Podpora hospodářské a sociální přeměny oblastí čelících strukturálním obtížím

Cíl 2 je zaměřen na podporu oblastí s probíhající restrukturalizací a týká se regionů postižených změnami v průmyslu, službách, a upadajících venkovských oblastí. Je určen především pro sociální restrukturalizaci regionů. Podobně jako u Cíle 1 bude intervence EU pro oblasti spadající pod Cíl 2 kombinována se všemi formami strukturální podpory, včetně opatření směřujících k lidským zdrojům. (Svatošová, L., Boháčková, I., Hrabánková, M. 2005; Vilamová, Š. 2005; [www.strukturalni-fondy.cz](http://www.strukturalni-fondy.cz)).

Cíl 2 je realizován prostředky *Evropského fondu regionálního rozvoje a Evropského sociálního fondu*.

- **Cíl 3** - Podpora vývoje a modernizace systémů vzdělávání, odborné přípravy a zaměstnanosti

Prostředky na Cíl 3 by měly pomoci modernizovat pracovní trhy v souladu s mnohaletými plány zaměstnanosti a s novou kapitolou o zaměstnanosti uvedenou v Amsterdamské smlouvě. (Svatošová, L., Boháčková, I., Hrabánková, M. 2005; Vilamová, Š. 2005; [www.strukturalni-fondy.cz](http://www.strukturalni-fondy.cz)).

Cíl 3 je realizován prostřednictvím *Evropského sociálního fondu*. (Odbor Rámce podpory Společenství MMR ČR, 2005).

Na realizaci Cíle 3 se vynakládá 12,3% celkových prostředků (Vilamová, Š. 2005).

Pro nové programovací období 2007 – 2013 je systém cílů přehodnocen (Odbor Rámce podpory Společenství MMR ČR, 2005; [www.strukturalni-fondy.cz](http://www.strukturalni-fondy.cz)).

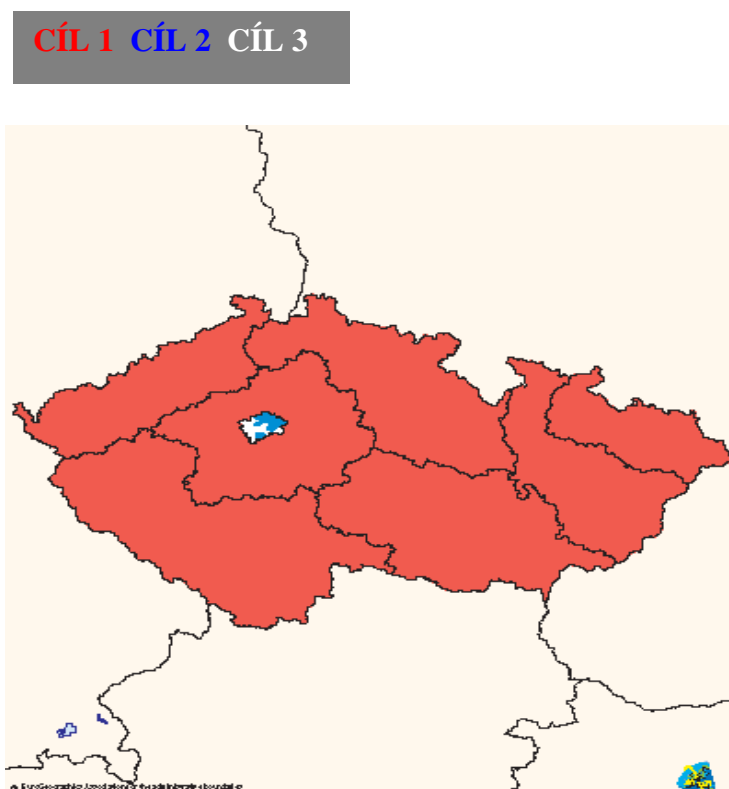
**Tabulka 1.: Alokace strukturálních operací pro ČR v letech 2004 - 2006 podle oblastí podpory (v mil EUR)**

Označení	2004-2006	2004	2005	2006
<b>Fond soudržnosti</b>	<b>945,3</b>	<b>316,9</b>	<b>266,1</b>	<b>362,3</b>
(*Průměr)				
<b>Strukturální fondy</b>	<b>1 584,4</b>	<b>381,5</b>	<b>528,9</b>	<b>674,0</b>
Cíl 1 (13 krajů)	1 454,3	339	485,5	629,8
Cíl 2 (Praha)	71,3	23,3	23,8	24,2
Cíl 3 (Praha)	58,8	19,2	19,6	20,0
<b>Iniciativy společenství</b>	<b>100,8</b>	<b>28,6</b>	<b>32,1</b>	<b>40,1</b>
INTERREG)	68,7	21,0	21,4	26,3
EQUAL	32,1	7,6	10,7	13,8
<b>Strukturální operace celkem</b>	<b>2 630,5</b>	<b>727,0</b>	<b>827,1</b>	<b>1 076,3</b>

Zdroj: <http://www.vokac.cz/fondy.html>



**Obrázek 1.: Znázornění rozdělení regionů na Cíl 1, Cíl 2, Cíl 3**



Zdroj: [www.strukturalni-fondy.cz](http://www.strukturalni-fondy.cz)

### **3.5. Podmínky využití prostředků ze strukturálních fondů v České republice pro rok 2004 – 2006.**

K využití strukturálních fondů byly již před vstupem ČR do EU připraveny podmínky podle principů a pravidel stanovených ze strany EU, zejména byla zpracována programová dokumentace, především Národní rozvojový plán, Rámec podpory Společenství a operační programy, a to regionálního a sektorového charakteru, a v zemědělství Horizontální plán rozvoje venkova. Důležitou podmínkou bylo vytvoření institucionálního zabezpečení včetně platebních a implementačních agentur, monitorovacích a řídicích výborů, a kontrolních orgánů, příprava administrace projektů a realizace dalších opatření podmiňujících finanční podpory z EU.

Finanční příspěvky fondů podléhají některým ustanovením obsaženým ve všeobecném Nařízení Rady ke strukturálním fondům (č. 1260/1999). Pro každou schválenou prioritu

zahrnutou do pomoci prostřednictvím sektorového a regionálního operačního programu je stanoven maximální příspěvek z fondů.

Příspěvek z fondů na sektorové a regionální operační programy uskutečňované v souladu s tzv. Rámcem podpory Společenství musí být v souladu s finančním plánem o komunitární podpoře vyhlášením v tomto dokumentu schváleném vládou ČR a Evropskou komisí.

Prostředky vynakládané z rozpočtu EU mají doplňovat, nikoliv nahrazovat veřejné výdaje daného státu. V praxi se na každém opatření realizovaném v rámci strukturálních fondů podílí jak rozpočet EU, tak i subjekt, který bude mít z realizace příslušného projektu prospěch (například stát, region, obec, soukromý sektor apod.)

**Programová dokumentace** – v programové dokumentaci jsou obsaženy priority a na ně vázaná opatření směřující k jejich realizaci.

**Národní rozvojový plán** – NRP (National Development Plan – NDP) původní název: Regionální rozvojový plán – (Regional Development Plan – RDP). Jde o základní analytický materiál, který obsahuje charakteristiku sociálně ekonomických problémů v regionu úrovně NUTS II.

NRP je předpokladem pro formulování Rámce podpory Společenství, který je důležitým vyjednávacím dokumentem, v němž je stanoven rozsah podpor EU do regionů, jeho konkrétní podoba je po skončení vyjednávání publikována ve Věstníku EU.

**Rámcem podpory Společenství RPS (Community Support Framework – CSF)** je zpracován na základě předložených rozvojových plánů pro regiony patřící pod Cíl 1 a definuje:

- jaké priority ze společných prostředků EU a příslušného státu budou řešeny,
- rozsah a formy spoluúčasti finančního zabezpečení,
- rozsah podpor a období pro jejich poskytování.

Tento dokument schválila Evropská komise po dohodě s příslušným státem (na základě předloženého rozvojového plánu). Zajišťuje koordinaci pomoci EU v rámci Cíle 1. Je rozčleněný podle priorit a realizuje se prostřednictvím jednoho nebo více operačních programů.

**Operační program** – Po schválení tohoto rámce (CSF) Evropskou komisí bude možné předložit operační programy, a to regionální a sektorové – odvětvové. Operační program musí obsahovat podrobný popis oblastí, priority, cíle řešení a návrh rozpočtu k jeho realizaci.

Operační programy jsou dokumenty schválené Evropskou komisí, určené pro realizaci CSF. Obsahují souvislý soubor priorit zahrnujících víceletá opatření. Může být financován z jednoho nebo více fondů, z jednoho nebo více různých stávajících finančních nástrojů.

Globálního a specifických cílů CSF bude dosaženo pomocí 5 operačních programů (OP). Čtyři operační programy (**Průmysl a podnikání, Infrastruktura, Rozvoj lidských zdrojů, Rozvoj venkova a multifunkční zemědělství**) jsou zaměřeny sektorově, **Společný regionální operační program** se zaměřuje na rozvojové priority 7 regionů soudržnosti ČR (Svatošová, L., Boháčková, I., Hrabánková, M. 2005; [www.strukturalni-fondy.cz](http://www.strukturalni-fondy.cz)).

**OP Průmysl a podnikání** podporuje rozvoj podnikatelského prostředí, podnikání v průmyslu a v průmyslových službách, zvyšování konkurenceschopnosti české průmyslové produkce, výzkum a vývoj v průmyslu a rozvoj a zvýšení efektivity energetiky.

**OP Rozvoj lidských zdrojů** podporuje vysokou a kvalitní úroveň zaměstnanosti založenou na kvalifikované a flexibilní pracovní síle, včetně integrace ohrožených skupin sociální exkluzí, rovné příležitosti pro muže a ženy, rozvoj celoživotního učení a adaptabilitu zaměstnanců a zaměstnavatelů na změny ekonomických a technologických podmínek.

**OP Infrastruktura** podporuje modernizaci a rozvoj dopravní infrastruktury celostátního významu a snižování negativních důsledků dopravy na životní prostředí. Dále bude podporovat ochranu životního prostředí a jeho složek (vody, ovzduší a klimatu, nakládání s odpady), ochranu přírody a krajiny a odstraňování starých zátěží.

**OP Rozvoj venkova a multifunkční zemědělství** podporuje rozvoj venkovských částí regionů, adaptaci českého zemědělství na evropský model, rozvoj multifunkčního zemědělství, zefektivnění multifunkční role lesů a rozvoj vodního hospodářství.

**Společný regionální operační program** je komplementární s operačními programy jednotlivých sektorů a s Fondem soudržnosti, rozšiřuje jejich dopad na místní úroveň a orientuje se na společné rozvojové potřeby regionů ([www.strukturalni-fondy.cz](http://www.strukturalni-fondy.cz)).

**Tabulka 2.: Přehled operačních programů a jejich vazba na příslušné strukturální fondy (v %)**

Název operačního programu	Podíl na SF Cíl 1	ERDF	ESF	EAGGF	FIFG
OP	61,5				
Průmysl a podnikání	15	15			
Infrastruktura	13,5	13,5			
Rozvoj lidských zdrojů	21		21		
Rozvoj venkova multifunkční zemědělství	12			11,5	0,5
SROP	38,5	36,5	2		
Celkem OP	100	65	23	11,5	0,5

*Zdroj: Propočty MMR*

### **3.6. Regiony soudržnosti NUTS**

**NUTS**, (zkratka z francouzského *Nomenclature des Unites Territoriales Statistique*, nebo anglického *Nomenclature of Units for Territorial Statistics*) neboli Statistické územní jednotky Evropské unie (někdy také „statistické regiony EU“), jsou územní celky vytvořené pro statistické účely Eurostatu (*statistický úřad EU*) pro porovnání ekonomických ukazatelů členských zemí EU.

Normalizovaná klasifikace územních celků v České republice nese název **CZ-NUTS**.

**Tabulka 3.: Členění NUTS**

statistická jednotka		počet v ČR (CZ-NUTS)
zkratka	český ekvivalent	
NUTS 0	stát	1
NUTS 1	území	1
NUTS 2	oblast	8
NUTS 3	kraj	14
NUTS 4 (LAU 1)	okres	77
NUTS 5 (LAU 2)	obec	6 254

Zdroj: <http://encyklopedie.seznam.cz/heslo/140221-nuts>

### 3.7. Čerpání dotací obecně

#### **Jak členské země získávají od EU příspěvky ze strukturálních fondů?**

- Finanční prostředky ze SF jsou směřovány na národní či regionální orgány členských zemí zodpovědné za řízení rozvojových programů.
- Finanční prostředky ze strukturálních fondů nesměřují z Bruselu (od Evropské komise) přímo k příjemcům a realizátorům projektů, ale Evropská komise na základě schválených programů převádí peníze národním a regionálním orgánům oproti výkazům realizovaných projektu (tedy vesměs až po realizaci projektu v terénu).

#### **Na co lze čerpat dotace?**

- *Firmy mohou čerpat dotace zejména na investice:*
  - technologie,
  - nemovitosti,
  - nehmotný majetek,
  - vzdělávání zaměstnanců,
  - ochrana životního prostředí,
  - podpora exportu a obchodu,
  - vývoj a výzkum.
- *Obce mohou čerpat dotace zejména na investice:*
  - infrastruktura (vodohospodářství, kanalizace),
  - silnice a dopravní obslužnost,
  - průmyslové zóny,
  - kultura,

- rozvoj zaměstnanosti,
- cestovní ruch,
- sociální služby,
- ochrana životního prostředí.

- *Neziskové organizace mohou čerpat dotace zejména na investice:*

- ekologie a ochrana životního prostředí,
- vzdělávání,
- kulturní památky,
- vývoj a výzkum.

### 3.8. Nové programové období 2007 – 2013

V programovacím období 2007-2013 bude mít Česká republika v programech spolufinancovaných ze strukturálních fondů a Fondu soudržnosti k dispozici více než **773 miliard korun**.

**Tabulka 4.: Srovnání Cílů a nástrojů politiky soudržnosti v současném a budoucím programovém období**

2000 – 2006		2007 - 2013	
Cíle	Finanční nástroj	Cíle	Finanční nástroj
Fond soudržnosti	<b>Fond soudržnosti</b>		
Cíl 1	ERDF ESF EAGGF – orientační sekce FIFG	Konvergence	Fond soudržnosti ERDF ESF
Cíl 2	ERDF ESF	Regionální konkurenceschopnost a zaměstnanost	
Cíl 3	ESF	- regionální úroveň - národní úroveň	ERDF ESF

INTERREG	ERDF	Evropská územní spolupráce	ERDF
URBAN	ERDF		
EQUAL	ESF		
LEADER+	EAGGF – orientační sekce		
Rozvoj venkova a restrukturalizace rybolovu mimo rámec Cíle 1	EAGGF – záruční sekce FIFG	<i>Problematika rozvoje venkova a rybolovu nebude nadále součástí politiky soudržnosti, ale zařadí se pod Společnou zemědělskou politiku.</i>	
<b>9 CÍLŮ</b>	<b>6 FINANČNÍCH NÁSTROJŮ</b>	<b>3 CÍLE</b>	<b>3 FINANČNÍ NÁSTROJE</b>

Zdroj: [www.strukturalni-fondy.cz](http://www.strukturalni-fondy.cz)

### 3.8.1. Nová architektura politiky soudržnosti EU v letech 2007-13

#### Cíle:

- **Konvergence:** podpora růstu a tvorby pracovních míst v nejméně rozvinutých členských zemích a oblastech,
- **Regionální konkurenceschopnost a zaměstnanost:** *regionálních programů* pro regiony a orgány regionální správy podporující ekonomické změny v průmyslových, městských a venkovských oblastech,
- **Evropská územní spolupráce:** podpora harmonického a vyváženého rozvoje na území Unie. ([www.strukturalni-fondy.cz](http://www.strukturalni-fondy.cz), [www.evropska-unie.cz](http://www.evropska-unie.cz), [www.mmr.cz](http://www.mmr.cz))

#### **Cíl Konvergence**

Podpora regionů s HDP nižším než 75% průměru EU

*Podpora Evropského fondu pro regionální rozvoj (ERDF) zaměřena na:*

- modernizace a diverzifikace ekonomické struktury členských států a regionů,
- rozšíření a zlepšení základní infrastruktury; ochrana životního prostředí.

*Podpora Evropského sociálního fondu (ESF):*

- zlepšení kvality a schopnosti institucí trhu práce, vzdělávacích systémů a sociálních a ošetrovatelských služeb,
- zvýšení investic do lidského kapitálu,

- adaptace veřejné správy, posílení administrativní kapacity národních a regionálních správ.

### **Cíl Regionální konkurenceschopnost a zaměstnanost**

Podpora regionů nespádající pod Cíl "Konvergence" tj. HDP nad 75% průměru EU

*Oblasti intervence:*

- inovace a ekonomika založená na znalostech,
- životní prostředí a předcházení rizikům,
- dostupnost a služby základního ekonomického významu (komunikační sítě) tj. posilování prvků Lisabonské a Göteborgské strategie.

### **Cíl Evropská územní spolupráce**

*Financování: ERDF*

Vychází ze současné Iniciativy Interreg, tj. podpora další integrace EU spoluprací na přeshraniční, mezinárodní a meziregionální úrovni.

*Hlavní priority:*

- podpora rozvoje vědy a výzkumu a informační společnosti,
- životní prostředí a předcházení rizikům,
- řízení vodních zdrojů. ([www.strukturalni-fondy.cz](http://www.strukturalni-fondy.cz), [www.rr-jihozapad.cz](http://www.rr-jihozapad.cz))

## **3.8.2. Struktura programových dokumentů pro využívání fondů EU v období 2007-2013**

### **Strategické obecné zásady Společenství**

- Rámcový strategický dokument pro politiku soudržnosti, navrhuje Evropská komise, přijímá Rada EU a schvaluje Evropský parlament.

### **Národní rozvojový plán**

- Vytváří členský stát při použití principu partnerství.

### **Národní strategický referenční rámec**

- Rámcová rozvojová strategie na úrovni státu,
- Základ pro sektorové (tematické) a regionální operační programy,
- Navrhuje členský stát při použití principu partnerství,
- Předmět vyjednávání s Komisí.



## **Operační programy**

- jeden program na fond a členský stát nebo region NUTS II,
- popis souhrnných priorit, řízení a finančních zdrojů,
- v konečném důsledku o něm rozhoduje Komise. ([www.strukturalni-fondy.cz](http://www.strukturalni-fondy.cz), [www.rr-jihozapad.cz](http://www.rr-jihozapad.cz))

### **3.8.3. Institucionální zabezpečení přípravy na programovací období 2007-13**

**Ministerstvo pro místní rozvoj** je hlavním gestorem pro vyjednávání **nových nařízení** a v rámci tzv. Resortní koordinační skupiny připravuje stanoviska ČR k jednáním o nařízeních v Pracovní skupině pro strukturální operace Rady Evropské unie.

MMR současně zodpovídá za tvorbu **Národního rozvojového plánu** a dalších programových dokumentů na léta 2007 až 2013. Přípravu dokumentů na národní úrovni zajišťuje **Řídící a koordinační výbor**. Výboru předsedá ministr pro místní rozvoj a činnost sekretariátu ŘKV vykonává Odbor Rámce podpory Společenství MMR ČR. ([www.evropska-unie.cz](http://www.evropska-unie.cz))

### **3.8.4. Operační programy 2007 – 2013**

Na základě definovaných cílů a priorit Národního rozvojového plánu České republiky pro období 2007-2013 a Národního strategického referenčního rámce připravuje Česká republika Pro využívání fondů Evropské unie letech 2007-2013 celkem **24 operačních programů** pro nově koncipované 3 Cíle Politiky hospodářské a sociální soudržnosti EU. ([www.strukturalni-fondy.cz](http://www.strukturalni-fondy.cz))

#### **Pro Cíl "Konvergence"**

##### *Tématické operační programy*

- OP Podnikání a inovace
- OP Životní prostředí
- OP Doprava

- OP Vzdělávání pro konkurenceschopnost
- OP Lidské zdroje a zaměstnanost
- Integrovaný operační program
- OP Technická pomoc
- OP Výzkum a vývoj pro inovace

#### *Regionální operační programy*

- ROP NUTS II Jihovýchod
- ROP NUTS II Jihozápad
- ROP NUTS II Moravskoslezsko
- ROP NUTS II Severovýchod
- ROP NUTS II Severozápad
- ROP NUTS II Střední Čechy
- ROP NUTS II Střední Morava

#### **Pro Cíl "Regionální konkurenceschopnost a zaměstnanost"**

- OP Praha Konkurenceschopnost
- OP Praha Adaptabilita

#### **Pro Cíl "Evropská územní spolupráce"**

- INTERACT II
- ESPON 2013
- OP Mezuregionální spolupráce
- OP Nadnárodní spolupráce
- OP Přeshraniční spolupráce ČR - Bavorsko
- OP Přeshraniční spolupráce ČR - Polsko
- OP Přeshraniční spolupráce ČR - Rakousko
- OP Přeshraniční spolupráce ČR - Sasko
- OP Přeshraniční spolupráce ČR - Slovensko

**Tabulka 5.: Celkový objem dotaci v členění na jednotlivé dotační tituly**

<b>Operační program</b>		<b>Dotace celkem v mil. EUR</b>
<b>Tématické operační programy</b>	OP Životní prostředí	5785,8
	OP Doprava	6775,4
	OP Podnikání a inovace	3578
	OP Výzkum a vývoj pro inovace	2436,1
	OP Lidské zdroje a zaměstnanost	2131,5
	OP Vzdělávání pro konkurenceschopnost	2135,3
	Integrovaný operační program	1827,1
	OP Technická pomoc	304,5
<b>Regionální operační programy</b>	ROP Střední Čechy	657,8
	ROP Jihozápad	729,1
	ROP Severozápad	877,5
	ROP Jihovýchod	828,7
	ROP Severovýchod	772,3
	ROP Moravskoslezsko	842,5
	ROP Střední Morava	773,4
<b>OP pro Prahu</b>	OP Praha Konkurenceschopnost	346,9
	OP Praha Adaptabilita	142,5
<b>OP mezinárodní spolupráce</b>	OP ČR - Slovensko	109,1
	OP ČR - Sasko	79,1
	OP ČR - Rakousko	81,3
	OP ČR - Polsko	122
	OP ČR - Bavorsko	62,4
	OP nadnárodní spolupráce	45,2
<b>Celkem</b>		<b>31443</b>

Zdroj: [www.podnikani.idnes.cz](http://www.podnikani.idnes.cz)

### 3.8.4.1. Tematické operační programy

#### OP PODNIKÁNÍ A INOVACE

Operační program Podnikání a inovace (OPPI) je hlavním programovým dokumentem realizace politiky hospodářské a sociální soudržnosti v sektoru průmyslu a významným nástrojem realizace Koncepce rozvoje malého a středního podnikání na období 2007-2013.

Navazuje na Operační program Průmysl a podnikání (OPPP), který byl vyhlášen po vstupu České republiky do Evropské unie pro zkrácené programovací období let 2004-2006.

Bude realizován v rámci cíle "Konvergence" a bude se vztahovat na celé území České republiky s výjimkou hlavního města Prahy. Spolufinancován bude z **Evropského fondu pro regionální rozvoj (ERDF)**. ([www.evropska-unie.cz](http://www.evropska-unie.cz), [www.strukturalni-fondy.cz](http://www.strukturalni-fondy.cz), [www.rr-jihozapad.cz](http://www.rr-jihozapad.cz))

#### Specifické cíle :

- zintenzivnit aktivitu malých a středních podniků,
- zvýšit inovační činnost v průmyslu,
- zintenzivnit zavádění inovací, technologií, výrobků a služeb,
- zvýšit účinnost užití energií v průmyslu a využití obnovitelných, příp. i druhotných zdrojů energie (vyjma podpory spaloven),
- povzbudit spolupráci sektoru průmyslu s výzkumem a vývojem,
- zefektivnit využití lidského potenciálu v průmyslu,
- zkvalitnit podnikatelskou infrastrukturu,
- zintenzivnit rozvoj poradenských služeb pro podnikání,
- zintenzivnit rozvoj informačních služeb pro podnikání,

#### OP ŽIVOTNÍ PROSTŘEDÍ

Operační program Životní prostředí je zaměřen na zlepšování kvality životního prostředí a tím i zdraví obyvatelstva jako nutného předpokladu atraktivnosti a konkurenceschopnosti státu a jeho regionů při využití inovačních efektů politiky životního prostředí pro udržitelný rozvoj.

Program bude spolufinancován z **Evropského fondu pro regionální rozvoj a Fondu soudržnosti**. ([www.evropska-unie.cz](http://www.evropska-unie.cz), [www.strukturalni-fondy.cz](http://www.strukturalni-fondy.cz), [www.rr-jihozapad.cz](http://www.rr-jihozapad.cz))

## OP DOPRAVA

Operační program Doprava je určen pro realizaci dopravních aspektů hlavních strategických cílů Národního rozvojového plánu. Bude zaměřen na sledování priorit evropského a nadregionálního významu, přičemž bude OP Doprava v jejich naplňování komplementární s dopravními intervencemi zaměřenými na regionální úroveň v rámci Regionálních operačních programů. OP Doprava je zároveň zaměřen na realizaci priorit a cílů daných Dopravní politikou České republiky a dalšími strategickými dokumenty. Naplňování všech těchto priorit a cílů prostřednictvím OPD bude provázeno respektováním cílů udržitelného rozvoje.

### Specifické cíle OP Doprava:

- Výstavba a modernizace sítě TEN-T a sítí navazujících.
- Výstavba a modernizace regionálních sítí drážní dopravy.
- Výstavba a rozvoj dálniční sítě a sítě silnic I. třídy mimo TEN-T.
- Zlepšování kvality dopravy a ochrany životního prostředí z hlediska problematiky dopravy.
- Výstavba a modernizace důležitých dopravních spojení na území hl. m. Prahy.

Operační program Doprava bude spolufinancován z prostředků Evropského fondu pro regionální rozvoj a Fondu soudržnosti.

Řídícím orgánem Operačního programu Doprava je **Ministerstvo dopravy**.  
([www.evropska-unie.cz](http://www.evropska-unie.cz), [www.strukturalni-fondy.cz](http://www.strukturalni-fondy.cz), [www.rr-jihozapad.cz](http://www.rr-jihozapad.cz))

## OP VZDĚLÁVÁNÍ PRO KONKURENCESCHOPNOST

Operační program Vzdělávání pro konkurenceschopnost (OP VK) je jedním ze tří programů pro realizaci podpory z Evropského sociálního fondu v oblasti rozvoje lidských zdrojů v České republice na období 2007-2013. Operační program Vzdělávání pro konkurenceschopnost je spolufinancován z Evropského sociálního fondu, přičemž celková alokace na tento program pro příští rozpočtové období činí 1811,8 mil. € (tj. zhruba 51,6 mld. Kč). To představuje 7 % z celkové sumy z fondů EU pro ČR.

Řídícím orgánem OP VK je **Ministerstvo školství, mládeže a tělovýchovy ČR**.  
([www.evropska-unie.cz](http://www.evropska-unie.cz), [www.strukturalni-fondy.cz](http://www.strukturalni-fondy.cz), [www.rr-jihozapad.cz](http://www.rr-jihozapad.cz))

#### Specifické cíle:

- Rozvoj a zkvalitňování systému počátečního vzdělávání s důrazem na zlepšení klíčových kompetencí absolventů pro zvýšení jejich uplatnitelnosti na trhu práce a zvýšení motivace k dalšímu vzdělávání.
- Adaptace systému terciárního vzdělávání směrem k větší flexibilitě a kreativitě absolventů uplatnitelných ve znalostní ekonomice a zatraktivnění podmínek pro výzkum a vývoj.
- Posílení adaptability a flexibility lidských zdrojů jako základního faktoru konkurenceschopnosti ekonomiky ČR prostřednictvím systému dalšího vzdělávání.

### OP VÝZKUM A VÝVOJ PRO INOVACE

Operační program Výzkum a vývoj pro inovace (OP VaVpI) je jedním z významných operačních programů, které přispívají k naplnění cíle posílení růstu konkurenceschopnosti státu a orientace na znalostní ekonomiku. Společně s Operačním programem Podnikání a Inovace a Operačním programem Vzdělávání představuje vzájemně propojený soubor priorit a oblastí intervence, který povede k dlouhodobě udržitelné konkurenceschopnosti české ekonomiky podpořené cílenou a efektivní podporou soudržnosti. ([www.evropska-unie.cz](http://www.evropska-unie.cz), [www.strukturalni-fondy.cz](http://www.strukturalni-fondy.cz), [www.rr-jihozapad.cz](http://www.rr-jihozapad.cz))

#### Specifické cíle :

- Posílení kapacit ve VaV v regionech a zajištění jejich rychlého a efektivního využití na regionální, národní i evropské úrovni.
- Rychlý a efektivní přenos výsledků výzkumu a vývoje.
- Posílení vzdělávacích kapacit na vysokých školách.

### OP LIDSKÉ ZDROJE A ZAMĚSTANOST

Operační program Lidské zdroje a zaměstnanost (OP LZZ) je jedním ze tří programů pro realizaci podpory z Evropského sociálního fondu v oblasti rozvoje lidských zdrojů v České republice na období 2007-2013. Operační program Lidské zdroje a zaměstnanost je spolufinancován z Evropského sociálního fondu, přičemž celková alokace na tento program pro příští rozpočtové období činí 1811,8 mil. €. To představuje 7% z celkové sumy z fondů EU pro ČR.

Řídicím orgánem OP LZZ je **Ministerstvo práce a sociálních věcí ČR**. ([www.evropska-unie.cz](http://www.evropska-unie.cz), [www.strukturalni-fondy.cz](http://www.strukturalni-fondy.cz), [www.rr-jihozapad.cz](http://www.rr-jihozapad.cz))

### Specifické cíle

- Zvýšení adaptability zaměstnanců a zaměstnavatelů.
- Zlepšení přístupu k zaměstnání a prevence nezaměstnanosti.
- Posílení integrace osob ohrožených sociálním vyloučením nebo sociálně vyloučených.
- Posilování institucionální kapacity a efektivnosti veřejné správy a veřejných služeb.
- Zintenzivnění mezinárodní spolupráce v lidských zdrojích a zaměstnanosti.

## INTEGROVANÝ OPERAČNÍ PROGRAM

Integrovaný operační program (IOP) je jedním z operačních programů, které budou realizovány na podporu regionů v rámci cíle Konvergence v České republice. IOP je koncipován jako program národního rozměru pro řešení společných regionálních problémů, které mají plošné a systémové zaměření a spadají do působnosti ústředních správních úřadů.

IOP se týká podpory území 7 regionů soudržnosti (NUTS 2), které spadají pod cíl Konvergence v České republice. Tyto regiony zahrnují z územního hlediska celé území České republiky s výjimkou hl. města Prahy.

V programovacím období 2007-2013 se předpokládají sektorové a regionální operační programy. IOP je charakterizován jako jeden ze sektorových operačních programů, je komplementární k připravovaným ostatním sektorovým a regionálním operačním programům. Integrovaný operační program je spolufinancován z Evropského fondu pro regionální rozvoj.

Celková alokace na program: 1553,0 mil. EUR ([www.evropska-unie.cz](http://www.evropska-unie.cz), [www.strukturalni-fondy.cz](http://www.strukturalni-fondy.cz), [www.rr-jihozapad.cz](http://www.rr-jihozapad.cz))

### Specifické cíle:

- Zvyšování kvality, dostupnosti, efektivnosti a kapacity veřejné správy a veřejných služeb včetně podpory prevence rizik.
- Zpřístupnění moderních informačních technologií všem při soustředění na investice do infrastruktury veřejných informačních služeb.
- Aktivizace cestovního ruchu k posílení udržitelné konkurenceschopnosti a hospodářského růstu v nadregionálním rozměru.
- Obnova a efektivní využití kulturního potenciálu České republiky pro podporu ekonomického a sociálního růstu a zvýšení atraktivity území.
- Investice do bydlení a do posílení sociální soudržnosti obyvatelstva žijících v oblastech panelových sídlišť.

- Dynamizace lidského potenciálu s oporou v udržení a zlepšení zdraví obyvatel zvýšením kvality a efektivity systémových opatření v oblasti zdravotní péče.

## OP TECHNICKÁ POMOC

Operační program Technická pomoc je určen pro zajištění aktivit podporujících efektivní řízení, kontrolu, sledování a vyhodnocování realizace Národního rámce politiky soudržnosti, který zastřešuje aktivity politiky hospodářské a sociální soudržnosti v ČR v letech 2007 - 2013, a pro aktivity spojené s využíváním prostředků strukturálních Fondů a Fondu soudržnosti vyžadující jednotný přístup na národní úrovni.

Operační program Technická pomoc je spolufinancován z Evropského fondu pro regionální rozvoj.

Celková alokace na program: 258,8 mil. EUR ([www.evropska-unie.cz](http://www.evropska-unie.cz), [www.strukturalni-fondy.cz](http://www.strukturalni-fondy.cz), [www.rr-jihozapad.cz](http://www.rr-jihozapad.cz))

### 3.8.4.2. Regionální operační programy (ROP)

**Nové programovací období EU 2007-2013** přináší změny ve struktuře a zaměření operačních programů. Společný regionální operační program (SROP) nahradí regionální operační programy (ROP) řízené v rámci jednotlivých regionů NUTS II (statistické jednotky tvořené jedním nebo několika kraji).

Své podpory směřují k řešení problémů vázaných na konkrétní region ČR. Podporují tak využití potenciálu daného území a přispívají k jeho vyváženému rozvoji.

#### Zaměření podpor Regionálních operačních programů (Specifické cíle ROP):

- **Modernizace technické infrastruktury** zvyšující přitažlivost regionu pro investice při zohledňování ochrany životního prostředí.
- **Zvýšení prosperity regionu vytvářením prostředí pro rozvoj malých a středních podniků** včetně prostředí pro inovace a vytváření nových pracovních příležitostí.
- **Zvýšení podílu cestovního ruchu** na hospodářské prosperitě regionu a na vytváření pracovních příležitostí.
- **Modernizace a zlepšení podmínek pro obyvatele ve městech a na venkově**, související s rozvojem hmotného prostředí, lidských zdrojů, kultury a volnočasových aktivit, přispívajících ke zvýšení atraktivity těchto území pro hospodářský rozvoj.

([www.evropska-unie.cz](http://www.evropska-unie.cz), [www.strukturalni-fondy.cz](http://www.strukturalni-fondy.cz), [www.rr-jihozapad.cz](http://www.rr-jihozapad.cz))



## 4. Vlastní práce

### 4.1. Profil společnosti G-PROJECT, s.r.o

Společnost G-PROJECT, s.r.o. byla zapsána do obchodního rejstříku dne 23. 7. 2003. Od svého počátku se zaměřuje na oblast asistence žadatelům při předkládání projektů do evropských a dalších fondů. Zpracovává žádosti do Operačních programů, do programů přeshraniční spolupráce, do grantových programů a schémat, do evropských programů a fondů, do ministerských, státních programů a fondů.

Od roku 2004 se však rovněž zabývá i oblastí Strategického plánování a dále rozvíjí a nabízí Analytické služby. Pro tuto oblast podnikání se postupně vžilo označení „regionální poradenství“, a proto k názvu společnosti připojuje i dodatek „regionální poradenská agentura“. Společnost G-PROJECT, s.r.o. dnes patří ke třem největším jihočeským poradenským agenturám v oboru.

Společnost G-PROJECT, s.r.o. nabízí poskytování těchto služeb:

- zpracování projektů,
- strategické plánování,
- analytická činnost,
- facilitace,
- školení,
- právní aspekty,
- podnikatelské plánování,
- marketing.

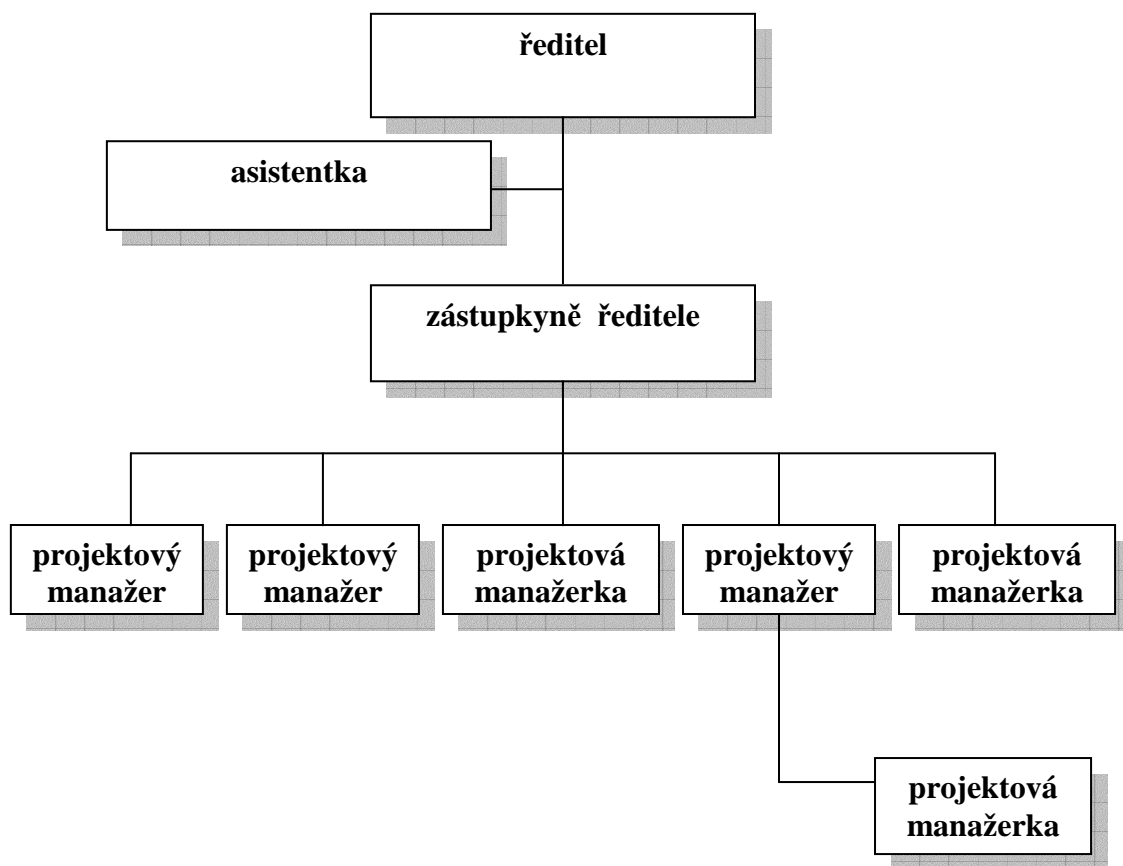
V oblasti zpracování projektů poskytuje služby:

- zpracování kompletní žádosti o dotaci či grant včetně příloh,
- zpracování povinných příloh žádosti:
  - studie proveditelnosti,
  - analýza nákladů a přínosů,
  - marketingové studie a plány,
  - podnikatelského plánu,
  - logického rámce,
  - rozpočtu,

- zpracování vybraných kapitol ze studie proveditelnosti, analýzy nákladů a přínosů, podnikatelského plánu,
- zpracování vybraných částí projektových žádostí,
- pomoc při podávání projektů a záměrů v rámci dotačních titulů ČR i EU,
- technickou asistenci při kompletaci projektu,
- informační činnost – poradenství o dotačních možnostech.

Přehled zaměstnanců ukazuje:

**Graf 2.: Organizační struktura G-PROJECT, s.r.o. k 1.4. 2007.**



## 4.2. Nejčastější chyby projektů

- 1) **Nedodán potřebný počet výtisků požadovaných dokumentů** – doložit takový počet kopií nebo výtisků žádostí, jaký je uveden ve výzvě nebo v příručce pro žadatele (PPŽ).
- 2) **Nedodány všechny povinné přílohy** – (seznam povinných příloh se uvádí v příručce pro žadatele), pokud příloha není k danému projektovému záměru relevantní je nutné doložit košilku přílohy s vysvětlením proč danou přílohu nedokládáme.
- 3) **Elektronická žádost musí být předložena v určeném správném formátu.**
- 4) **Nedoložena projektová dokumentace** – ke každé žádosti (pokud je to relevantní) musí být přiložena dokumentace nejméně do úrovně k územnímu rozhodnutí.
- 5) **Nevyjasněné majetkové vztahy** – (u budov a pozemků, které nejsou v majetku žadatele je nutné doložit kromě výpisu z katastru nemovitostí i nájemní smlouvu na dobu určitou a souhlas vlastníka s realizací projektu).
- 6) **Nebyl doložen snímek z katastrální mapy** – ke každému projektu musí být přiložen snímek z katastrální mapy, na kterém jsou označeny pozemky a stavby, kterých se projekt týká.
- 7) **Nesoulad údajů mezi jednotlivými dokumenty** – údaje v elektronické žádosti a povinných přílohách se musí shodovat – způsobilé výdaje, harmonogram, aktivity, výsledky atd.
- 8) **Zaměněny jednotlivé typy ekonomických analýz** - doložit požadované analýzy dle celkových způsobilých výdajů.
- 9) **Nevypočítané ukazatele u ekonomických analýz** – u každého ekonomického hodnocení vypočítat ekonomické ukazatele dle požadované osnovy, pokud je nelze vypočítat, tak je nutné tuto skutečnost slovně popsat, analýza by měla obsahovat použité vzorce a vlastní výpočty jednotlivých ukazatelů.
- 10) **Neplatné územní rozhodnutí/stavební povolení** - pokud je charakterem projektu vyžadováno, musí být doloženo územní rozhodnutí/stavební povolení s nabytím právní moci.
- 11) **Nedoložen doklad o posouzení vlivu na životní prostředí** – musí být doložena tato povinná příloha, pokud to pravidla vyžadují (příloha č.1 PPŽ), pokud charakter projektu nevyžaduje toto posouzení, bude skutečnost uvedena na košilce povinné přílohy.

## 4.3. Projekt

NÁZEV AKCE: **Sportovně relaxační dovolená v jižních Čechách**

ŽADATEL: **Jan Šťastný, s.r.o.**

REGION: **Tábor**

Každý předkládaný projekt musí obsahovat i tzv. povinné přílohy. To jsou různé typy dokumentů a potvrzení, která jsou nezbytná pro posouzení, ať už žadatele, či především projektu.

- Elektronická žádost – ELZA,
- Podklady pro ekonomické hodnocení akce (dříve studie proveditelnosti),
- Zkušenosti žadatele,
- Rozpočet projektu,
- Soulad s rozvojovou strategií,
- Čestné prohlášení o bezdlužnosti,
- Doklady o právní subjektivitě žadatele,
- Podklady pro posouzení finančního zdraví žadatele,
- Výpis z rejstříku trestů,
- Doklad o partnerství,
- Doklad o zajištění finančního krytí projektu,
- Seznam příloh.

### 4.3.1. Podklady pro ekonomické hodnocení akce

#### OBSAH

- Úvodní informace,
- Stručné shrnutí akce,
- Analýza potřeb cílové skupiny, oslovení cílové skupiny,
- Popis a harmonogram akce,
- Management akce a jeho zkušenosti,
- Finanční krytí akce, náklady akce,
- Hodnocení efektivity a udržitelnosti akce,
- Přílohy.

#### 4.3.1.1. ÚVODNÍ INFORMACE

Podklady pro ekonomické hodnocení akce (dále též „Podklady pro hodnocení“) akce „Sportovně relaxační dovolená v jižních Čechách“ (dále též „akce“) jsou zpracovány za účelem zhodnocení všech variant řešení a posouzení realizovatelnosti akce, jakož i za účelem poskytnutí veškerých podkladů pro rozhodování o přijatelnosti akce. V případě realizace akce budou tyto Podklady pro hodnocení (v aktualizované podobě) též použity jako základní nástroj projektového managementu ve fázi přípravné a realizační.

Podklady pro hodnocení akce „Sportovně relaxační dovolená v jižních Čechách“ se zpracovávají též za účelem předložení akce do Společného regionálního operačního programu, podopatření 4.1.2, Grantové schéma na podporu místních a regionálních služeb cestovního ruchu v Jihočeském kraji pro podnikatelské subjekty.

Zadavatelem těchto Podkladů pro hodnocení je Jan Šťastný s.r.o. (dále též zadavatel), se sídlem Masarykovo náměstí 36, 379 01 Třeboň, IČO 260 17 128, zastoupená Janem Šťastným, jednatelem.

Kontaktní osoba zadavatele: Jan Šťastný, jednatel, tel. 777 510 340, e-mail: [adalbert@info.cz](mailto:adalbert@info.cz).

Zpracovatelem je společnost G-PROJECT, s.r.o. (dále též „zpracovatel“), se sídlem Karla Čapka 378, 373 41 Hluboká nad Vltavou, IČO 260 64 928, zastoupená JUDr. Janem Šmidmayerem, jednatelem.

Kontaktní osoba na zpracovatele: Zuzana Malechová, tel. 386 353 141, e-mail: [malechova@g-project.cz](mailto:malechova@g-project.cz).

#### **Přehled zdrojů, ze kterých bylo čerpáno při zpracování Podkladů pro hodnocení:**

Analýza motivace zahraničních turistů pro cestování ze sousedních zemí ČR, 2005, GM Consulting s.r.o. (vypracováno pro CzechTourism).

Dotazníkové šetření – Hodnotící zpráva, 2004, Jihočeská centrála cestovního ruchu.

„Monitoring návštěvníků v turistických regionech České republiky“, Dotazníkové šetření – Hodnotící zpráva, 2005, Jihočeská centrála cestovního ruchu.

Profil návštěvníka jižních Čech (souhrnná zpráva), 2002, Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích, Katedra cestovního ruchu v Táboře.

Program rozvoje cestovního ruchu v Jihočeském kraji, Jihočeský kraj.

Strategie obnovy a rozvoje cestovního ruchu v Jihočeském kraji, 2002, RERA a.s.

Strategie rozvoje cestovního ruchu v Jihočeském kraji.

Tisková zpráva „Názory návštěvníků turistických regionů ČR na služby cestovního ruchu“, 2005, CzechTourism.

#### 4.3.1.2. STRUČNÉ SHRNUÍ AKCE

1) *Název. Jaký je název akce?*

**„Sportovně relaxační dovolená v jižních Čechách“**

2) *Smysl. Jaký je smysl akce?*

Smyslem akce je rozvoj atraktivní, cílené a konkurenceschopné turistické nabídky a zvýšení rozvoje cestovního ruchu jako nástroje pro hospodářský růst Jihočeského kraje. Tento region je charakteristický širokým potenciálem pro rozvoj různých forem cestovního ruchu, umožňujících tuzemským a zahraničním návštěvníkům vyžití v různých oblastech (kulturní turistika, agroturistika, sportovní vyžití, atd.). Ne vždy jsou však dostatečně a uceleně prezentovány jedinečnosti Jihočeského kraje. Z tohoto důvodu dochází (zejména u zahraničních turistů) k opomíjení odlehlejších a méně prezentovaných atraktivit regionálního významu.

Další rozvoj cestovního ruchu v kraji je proto úzce spojen s trvale udržitelným využíváním přírodního a kulturního potenciálu. Za tímto účelem připravila společnost Jan Šťastný s.r.o. akci, jejíž smyslem je podpora, zkvalitnění a další rozvoj služeb pro turisty, vedoucí k podpoře cestovního ruchu v Jihočeském kraji. V rámci akce dojde k propagaci a rozvoji relativně nových a stále více populárních aktivit cestovního ruchu - hippoturistika, cykloturistika, turistika, koupání a vodní sporty, rybolov a výlovy rybníků.

3) *Zaměření. Jaké je zaměření akce?*

Akce je zaměřena na vytvoření nového komplexního produktu cestovního ruchu, který pokrývá většinu území Jihočeského kraje a spočívá v utvoření turistického balíčku obsahujícího nabídku aktivně stráveného pobytu v jižních Čechách. Tento balíček představuje perspektivní atribut trvale udržitelného rozvoje regionu, generuje příjmy a přitahuje turisty z ostatních regionů a zahraničí. Produkt pokrývá většinu území Jihočeského kraje a kombinuje nabídku služeb do „balíčku“. Návštěvníkům regionu bude nabídnuta nejen řada možností aktivního strávení pobytu i relaxačního pobytu na jihu Čech, včetně doplňkových služeb cestovního ruchu jako ubytování a stravování.

Akce tak přispěje ke zkvalitnění nabídky služeb v cestovním ruchu, ke zvýšení informovanosti potenciálních návštěvníků, zvýšení jejich přílivu a celkovému zkvalitnění marketingu v cestovním ruchu.

Význam akce stoupá jeho zaměřením na netradiční turistické aktivity. Zejména hippoturistika a rybolov a výlovy rybníků nejsou příliš časté v nabídce turistických produktů, a to přesto, že jsou vyhledávanou aktivitou, zvláště u zahraničních turistů. Ti vnímají hippoturistiku a rybolov a výlovy rybníků jako zajímavou záležitost a možnost aktivní dovolené se současným zachováním maximálního komfortu v průběhu celé dovolené. Akce se tak zaměřuje na chybějící produkt cestovního ruchu a měla by přispět ke zvýšení počtu turistů, růstu jejich pobytové návštěvnosti a rozšíření turistické sezóny.

**4) *Služby příp. produkty. Jaké služby příp. produkty budou díky akci poskytovány a jaký problém řeší?***

Akce řeší problém nedostatečné propagace jižních Čech a marketingové provázanosti na další produkty cestovního ruchu. Akce je zaměřena na vytvoření komplexního produktu cestovního ruchu, který pokrývá většinu území Jihočeského kraje a spočívá v utvoření turistického balíčku obsahujícího nabídku aktivně stráveného pobytu se zaměřením na sport, rekreaci, relaxaci, poznávání Jihočeského kraje a zajištění doprovodných služeb ve formě ubytování a stravování. Akce přispěje k prodloužení turistické sezóny do jarních i podzimních měsíců. Jeho realizací dojde k propojení činností několika subjektů, které působí v oblasti cestovního ruchu.

**Díky akci budou realizovány zejména tyto služby:**

1) Sestavení specializované nabídky pro trávení pobytu v Jihočeském kraji, zejména v regionu Třeboňsko se zaměřením na sport, relaxaci, rekreaci, poznávání Jihočeského kraje a zajištění doprovodných služeb ve formě ubytování, stravování v hotelu Adalbert a Restaurace a vinárny Na Vyhlídce v Třeboni. Nový produkt cestovního ruchu spočívá v sestavení programové nabídky pobytů se zaměřením na:

- hippoturistiku (doporučení sítě značených jezdeckých stezek propojujících tzv. jezdecké stanice doplněné tzv. uvazišti, nabídka turistických atraktivit podél hippostezek),
- cykloturistiku (doporučení cyklistických stezek a tras v Jihočeském kraji, nabídka turistických atraktivit podél cyklistických stezek a tras v Jihočeském kraji, včetně nabídky cyklobusů a vlaků pro přepravu kol apod.),

- rybolov a výlovy rybníků (sestavení nabídky rybníků vhodných k rybaření včetně akcí spojených s výlovy rybníků atd.),
- pěší turistika (doporučení turistických stezek v Jihočeském kraji, nabídka turistických atraktivit podél stezek),
- koupání a vodní sporty (sestavení nabídky vodních ploch s možností koupání a s možností provozování vodních sportů).

2) Vznik nového internetového portálu s interaktivními prvky včetně pravidelné aktualizace. Zde budou uvedeny veškeré informace týkající se vytvořeného produktu a akce samotné, plánované aktivity a nové projekty žadatele i partnerů, kontakty na zástupce žadatele i partnera akce. Portál bude dostupný v pěti jazykových mutacích (angličtina, němčina, italština, francouzština a holandština). Tento portál bude interaktivním pojítkem mezi zadavatelem akce, partnery akce a návštěvníkem. Dle dotazníkového šetření provedeného Jihočeskou centrálou v roce 2004, str. 6 bylo zjištěno, že 15,91% návštěvníků z ČR a 23,01% zahraničních návštěvníků se o jihočeském regionu dozvědělo z internetových stránek. Internet je tedy významným zdrojem informací, což potvrzuje, že je třeba věnovat velkou pozornost informačnímu systému, který může velkou měrou přispět k informovanosti o jižních Čechách.

3) Informování návštěvníků kraje pomocí tištěné informační a propagační brožury v pěti jazykových mutacích (angličtina, němčina, italština, francouzština a holandština). Zde budou uvedeny veškeré informace týkající se vytvořeného produktu i samotné akce. Textová část informační brožury bude doplněna barevnými fotografiemi a odkazem na vytvořenou internetovou stránku. Informační brožura bude prioritně používána pro prezentaci na veletrhu cestovního ruchu a v informačních centrech, cestovních agenturách, cestovních kancelářích. Dle dotazníkového šetření provedeného Jihočeskou centrálou v roce 2004, str. 6 bylo zjištěno, že 15,00% návštěvníků z ČR a 16,81% zahraničních návštěvníků se o jihočeském regionu dozvědělo z prospektů a tištěných propagačních materiálů.

4) Další propagační a informační materiály ve formě mapek, skládaček a pohlednic, směrových šipek a cedulí. Informace na těchto tabulích a šípkách budou uvedeny ve výše zmíněných jazykových mutacích v místě realizace akce, které budou upozorňovat na nový produkt cestovního ruchu. Dále na nich budou uvedeny adresy a kontakty na realizátora akce a partnery. Z Tiskové zprávy „Názory návštěvníků turistických regionů ČR na služby cestovního ruchu“ vyplývá, že respondentům v jihočeském regionu nejvíce schází dostupné informace i dobré turistické značení.



5) Účast na veletrhu cestovního ruchu, kde bude prezentován nově vzniklý turistický produkt. Dle dotazníkového šetření provedeného Jihočeskou centrálou v roce 2004, str. 6 bylo zjištěno, že 2,73% návštěvníků z ČR a 5,53% zahraničních návštěvníků se o jihočeském regionu dozvědělo na výstavě či veletrhu.

6) Prezentace akce v médiích (rozhlas, tisk, televize), vydávání tiskových zpráv, reklama ve specializovaných periodikách cestovního ruchu, reklama v telefonních seznámech. Dle dotazníkového šetření provedeného Jihočeskou centrálou v roce 2004, str.6 bylo zjištěno, že 12,27% návštěvníků z ČR a 9,96% zahraničních návštěvníků se o jihočeském regionu dozvědělo na výstavě či veletrhu.

Služby budou poskytovány všem zákazníkům stejně bez ohledu na rasu, národnost, pohlaví, víru, náboženství i vyznání a budou v souladu s principem rovných příležitostí. Díky využití poskytování informací prostřednictvím internetového portálu bude přispívat k rozvoji informační společnosti.

Vzhledem k tomu, že při propagaci budou jako marketingové nástroje použity tištěné materiály, webové stránky, ale také dojde k účasti na veletrhu cestovního ruchu, bude v rámci akce uplatněn jak pasivní, tak i aktivní přístup při propagaci regionu.

#### **5) Kapacita (velikost) akce. Jaká je kapacita (velikost) akce?**

Tvorba akce probíhala intenzivně od května 2006 a byla několikrát projednána na zasedáních realizačního týmu.

Celkové náklady akce (uznatelné i neuznatelné) činí 845.033,00 Kč. Bližší kvantifikace obsahují jednotlivé kapitoly.

#### **6) Lokalizace. Jaká je lokalizace akce?**

Akce pokrývá většinu území Jihočeského kraje (jelikož jižní Čechy jsou poměrně hustě protkány cyklostezkami a hippostezkami, které na sebe dobře navazují a mezi aktivity provozované v rámci akce patří cyklistika a hippoturistika), další aktivity budou uskutečňovány zejména v místě realizace akce. Třeboňsko patří k turisticky nejatraktivnějším oblastem v České republice. Nabízí bohaté kulturní a technické dědictví a zachovalou přírodu.

#### **7) Etapy. Jakými etapami akce prochází?**

Akce bude uskutečněna v rámci dvou etap (fází). Přípravná fáze byla započata již v průběhu měsíce května 2006, kdy byla akce poprvé diskutována na setkání zástupců

žadatele a partnera akce a bylo rozhodnuto o předložení akce do Společného regionálního operačního programu. Na základě tohoto rozhodnutí byla uzavřena smlouva se zpracovatelem.

#### **Hlavní aktivity realizované v přípravné fázi akce:**

- projednání záměru akce,
- organizační, technická a ekonomická příprava akce,
- komunikace s partnery akce,
- rozhodnutí o předložení akce do SROP,
- příprava projektové žádosti a povinných příloh dle podmínek SROP.

Přípravná fáze byla ukončena na konci října 2006 a výdaje na zpracování projektové žádosti, Podkladů pro ekonomické hodnocení akce a kompletní povinných příloh jsou jediné zásadní výdaje před rozhodnutím o výběru akce.

Druhou etapou (fází) je fáze realizační. Realizační fáze navazuje na fázi přípravnou. V souladu s Pokyny pro žadatele bude dodržena lhůta minimálně pětileté udržitelnosti výsledků akce ode dne podpisu Smlouvy o financování akce.

#### **Hlavní aktivity realizační fáze jsou:**

- zajištění průběhu financování,
- vytvoření nového produktu cestovního ruchu – balíčku,
- publicita,
- marketing produktu,
- komunikace s partnery,
- technická podpora,
- administrativní podpora,
- monitoring výsledků akce,
- komunikace s poskytovatelem dotace.

#### **8) *Specifika. Jaká jsou ostatní významná specifika akce?***

Akce je svým komplexním charakterem jedinečným nástrojem k dosažení trvalého a vyváženého rozvoje celého Jihočeského kraje jakožto významné turistické destinace přitažlivé pro domácí i zahraniční turisty. V konečném důsledku akce přispěje k růstu kvality života obyvatel Jihočeského kraje na základě povzbuzování nových ekonomických aktivit.

## **Akce generuje řadu přínosů pro různé subjekty:**

### **Přínosy pro žadatele:**

- zvýšení příjmů žadatele v budoucnosti,
- rozšíření spolupráce s ostatními subjekty v cestovním ruchu.

### **Přínosy pro cílové skupiny:**

- zvýšení informovanosti o možnostech aktivně stráveného pobytu v jižních Čechách,
- růst možnosti výběru turistických aktivit v průběhu pobytu a příležitosti k jejich kombinaci,
- příležitost k poznání regionu netradičním způsobem.

### **Přínosy pro město:**

- zvýšení počtu návštěvníků města,
- podpora ekonomického rozvoje města,
- přínos z prodloužení turistické sezóny (rybolov a výlovy rybníků) a z prodloužení délky doby pobytu (podpora investic).

### **Přínosy pro region:**

- rozšíření spolupráce mezi různými subjekty v oblasti cestovního ruchu,
- zvýšení počtu návštěvníků regionu,
- ekonomický rozvoj regionu,
- rozvoj malého a středního podnikání v důsledku zvýšení maloobchodního obratu a služeb spotřebovávaných turisty,
- zlepšení image Jihočeského kraje jako regionu propagující zdravý životní styl,
- větší propagace regionu a jeho silných stránek.

### **Přínosy pro stát:**

- totožné s přínosy pro region.

### **Přínosy v kvantitativním vyjádření:**

- vytvořená partnerství veřejného a soukromého sektoru: 1 (počet zúčastněných subjektů),
- propagační a informační kampaně při medializaci jednotlivých regionů (kampaň): 1,
- vytvoření speciálních produktů cestovního ruchu v regionech (balíček): 1,
- počet kusů informačních brožur: 1.000,
- informační brožura bude dostupná v pěti jazykových mutacích (angličtina, němčina, francouzština, italština, holandština),
- počet vytvořených informačních portálů týkající se cestovního ruchu: 1.

**9) Efekty.** *Jakým způsobem akce přinese efekty očekávané grantovým schématem?*

Systematický a účelový způsob propagace pobytu na jihu Čech zaměřeného na sportovně relaxační aktivity dojde k cíleným efektům, které jsou v souladu s očekávaným grantovým schématem. Rozmanitostí a pestrostí podporovaných aktivit především rybolovu, vodních sportů a koupání, hippoturistiky, cykloturistiky i pěší turistiky dojde k pokrytí většiny území Jihočeského kraje.

**Realizací akce dojde k následujícím efektům:**

1) zkvalitnění nabídky služeb cestovního ruchu - v současné době v jižních Čechách chybí produkt, který by koncentroval různorodé především netypické sportovní aktivity do jednoho balíčku a tudíž ani nemůže docházet k systematické propagaci tohoto produktu. Začleněním tohoto balíčku do nabídky služeb cestovního ruchu dojde ke zkvalitnění těchto poskytovaných služeb cestovního ruchu v jižních Čechách,

2) zvýšení přílivu návštěvníků do regionu z důvodu zkvalitnění marketingu v cestovním ruchu – zlepšením cílené propagace dojde ke zvýšení přílivu návštěvníků do regionu a to i těch návštěvníků náročnějších na sportovní vyžití (hippoturistika),

3) zvýšení informovanosti potenciálních návštěvníků o jihočeském regionu prostřednictvím systematické propagace sportovně relaxačních aktivit (hippoturistika, cykloturistika, rybolov a výlovy rybníků, koupání a vodní sporty, pěší turistika) bude docházet díky propagaci v médiích (rozhlas, tisk, televize), propagaci v telefonních sezonech, ve vícejazyčných informačních brožurách, skládačkách, na veletrhu a na nově vytvořené a pravidelně aktualizované interaktivní vícejazyčné internetové stránce.

**10) Potřeba.** *Na jakou hlavní potřebu akce reaguje?*

**Akce reaguje na potřeby:**

1) Výrazné zkvalitnění nabídky poskytovaných komplexních služeb pokrývajících většinu území Jihočeského kraje. Na základě dotazníkového šetření vyhodnoceného pracovníky Katedry cestovního ruchu Zemědělské fakulty Jihočeské univerzity v Českých Budějovicích ve spolupráci s RERA a.s. v roce 2002 mělo 17% dotázaných negativní zkušenost se špatnými službami (Profil návštěvníka jižních Čech, str.11), což patřilo mezi druhé největší procento negativních odpovědí.

2) Vytvoření programové nabídky pobytů se zaměřením na sport a rekreaci. Dle dotazníkového šetření provedeného v roce 2005 Jihočeskou centrálou cestovního ruchu „Monitoring návštěvníků v turistických regionech České republiky“, str.17 bylo zjištěno, že v turistickém regionu jižní Čechy hodnotí 19,5% respondentů nabídku programů pro volný

čas jako spíše špatnou. Dle dotazníkového šetření provedeného Jihočeskou centrálou cestovního ruchu v roce 2005 „Monitoring návštěvníků v turistických regionech České republiky“, str.13 vyplývá, že v turistickém regionu jižní Čechy mezi nejatraktivnější aktivity během pobytu patří pěší turistika (40,8% dotázaných), cykloturistika (23,6%), koupání a vodní sporty (17,3% dotázaných), hippoturistika (4,05%) a jiný aktivní sport (včetně rybolovu a výlovu rybníků – 1%).

3) Zvýšení povědomí o jihočeském regionu jako o turisticky atraktivní destinace s ohledem na prodloužení délky doby pobytu turistů (i mimo hlavní sezónu – jaro, podzim). Ze studie „Profil návštěvníka jižních Čech“ zpracované pracovníky Katedry cestovního ruchu Zemědělské fakulty Jihočeské univerzity v Českých Budějovicích ve spolupráci s RERA a.s. v roce 2002, str.4 vyplývá, že jižní Čechy navštíví 29% jednodenních návštěvníků a průměrná délka pobytu jednodenních návštěvníků (tedy doba setrvání v daném místě jižních Čech) se pohybuje mezi 5 a 6 hodinami.

4) Zvýšení povědomí o jihočeském regionu jako turisticky atraktivní destinace s ohledem na příliv zahraničních návštěvníků. Dle dotazníkového šetření provedeného v roce 2005 Jihočeskou centrálou cestovního ruchu „Monitoring návštěvníků v turistických regionech České republiky“, str.4 bylo zjištěno, že do regionu jižní Čechy přijíždí 16% turistů z Nizozemí, 14,8% turistů z Rakouska, 13,9% turistů z Německa, 11% turistů z anglicky mluvících zemí (Velká Británie, USA, Austrálie, Kanada, Irsko) 6,4% turistů z Francie, 3,3% turistů z Itálie.

### *11) Motivace. Jaká je motivace předkladatele akci realizovat?*

Předkladatel akce již několik let podniká v oblasti cestovního ruchu. Na základě svých dlouhodobých praktických zkušeností a znalostí ví, že předpokladem k rozvoji cestovního ruchu a tím i své podnikatelské činnosti je poskytování komplexních služeb tak, aby tyto služby byly poskytovány s ohledem na vývoj současné turbulentní doby. Komplexní služby musí být neustále inovovány tak, aby byly přizpůsobeny požadavkům a přáním turistů popřípadě přímo kopírovaly tyto jejich požadavky. Zasadit se o nárůst počtu turistů, o prodloužení délky jejich pobytu a o prodloužení sezóny patří k jeho základním strategickým cílům. Předkladatel aktivně působí v několika společnostech specializujících se na cestovní ruch, je členem sdružení Jižní Čechy pohostinné, členem Jihočeské hospodářské komory a členem profesního svazu HO.RE.KA ČR Sdružení podnikatelů v pohostinství a cestovním ruchu.

#### 4.3.1.3. ANALÝZA POTŘEB CÍLOVÉ SKUPINY, OSLOVENÍ CÍLOVÉ SKUPINY

**1) Cílová skupina.** *Jaká je cílová skupina, na kterou je akce zaměřena? Jaké jsou potřeby cílové skupiny? Byl proveden průzkum potřeb cílové skupiny? Jaká byla metodika tohoto průzkumu?*

Akce je zaměřena na chybějící produkt (balíček služeb v oblasti pěší turistiky, cykloturistiky, hippoturistiky, koupání a vodních sportů, rybolovu a výlovů rybníků) cestovního ruchu, zároveň docílí rozšíření turistické sezóny (rybolov a výlovy rybníků).

Hlavním cílovou skupinou jsou potencionální zahraniční a domácí návštěvníci Jihočeského kraje, které lze charakterizovat jako:

- milovníky přírody (turisté zajímající se o poznání přírodních pozoruhodností),
- kulturně orientované návštěvníky,
- aktivně orientované turisty (cyklisté, pěší turisté, rybáři, milovníci vodních sportů, jezdci na koních),
- turisty se zájmem o formy odpočinku spojené s pobytem na venkově a v přírodě,
- návštěvníky vyhledávající odpočinek (rodiny s dětmi).

Důraz bude kladen především na zahraniční turisty.

**Mezi cílové skupiny, na které je akce zaměřena, patří:**

1) především zahraniční turisté (5-ti jazyčné informační propagační materiály a 5-ti jazyčná jazyková mutace webové stránky). Dle dotazníkového šetření provedeného v roce 2005 Jihočeskou centrálou cestovního ruchu „Monitoring návštěvníků v turistických regionech České republiky“, str.4 bylo zjištěno, že do regionu jižní Čechy přijíždí 16% turistů z Nizozemí, 14,8% turistů z Rakouska, 13,9% turistů z Německa, 11% turistů z anglicky mluvících zemí (Velká Británie, USA, Austrálie, Kanada, Irsko) 6,4% turistů z Francie, 3,3% turistů z Itálie. Dále podle stejného dotazníkového šetření provedeného v roce 2005 Jihočeskou centrálou cestovního ruchu „Monitoring návštěvníků v turistických regionech České republiky“, str.5 bylo zjištěno, že jižní Čechy jsou hned po hlavním městě Praha druhou nejnavštěvovanější lokalitou České republiky. Jižní Čechy tak navštíví 22,4% zahraničních turistů.

2) milovníci sportu a sportovních aktivit (pěší turistika, cykloturistika, hippoturistika, rybolov, vodní sporty a koupání). Dle dotazníkového šetření provedeného Jihočeskou centrálou cestovního ruchu v roce 2005 „Monitoring návštěvníků v turistických regionech České republiky“, str.13 vyplývá, že v turistickém regionu jižní Čechy mezi nejatraktivnější aktivity během pobytu patří pěší turistika (40,8% dotázaných), cykloturistika (23,6%),

koupání a vodní sporty (17,3%), hippoturistika (4,05%) a jiný aktivní sport (včetně rybolovu a výlovů rybníků – 1,7%). Dále podle dotazníkového šetření provedeného Jihočeskou centrálou cestovního ruchu v roce 2004 je zřejmé, že jižní Čechy jsou vhodné pro provozování velmi různorodých aktivit. Ze šetření však vyplývá, že 17,32% turistů z ČR a 8,25% turistů přijíždí do jižních Čech právě díky sportovnímu využití.

3) ostatní potenciální domácí turisté – především turisté přijíždějící do jižních Čech za rekreací. Dle dotazníkového šetření provedeného Jihočeskou centrálou cestovního ruchu v roce 2005 „Monitoring návštěvníků v turistických regionech České republiky“, str.12 vyplývá, že druhým nejčastějším důvodem příjezdu do jižních Čech je relaxace 22,15%.

Zprostředkovaně budou uživateli výstupů akce tyto subjekty: města, obce, mikroregiony, informační centra, cestovní kanceláře, cestovní agentury.

Česká republika je podle názorů obyvatel sousedních států zemí minulosti, památek a kultury. Podle odpovědí respondentů zaostávají či zcela postrádají aspekty odvozené od přírody a intenzivněji prožívaných aktivních a „dobrodružnějších“ činností. Česká republika poněkud zaostává z hlediska vhodnosti pro dobrodružství, adrenalinové sporty a odpočinek (regeneraci). Obecně není spojována s přírodou, veškeré asociace jsou „městské“. Úkolem akce „Sportovně relaxační dovolená v jižních Čechách“ je vhodnou propagací a dalšími cílenými marketingovými aktivitami změnit tento náhled na Českou republiku, kdy budou propagovány turistům známé atraktivita Jihočeského kraje spolu s nabídkou méně proslulých avšak neméně zajímavých lokalit a atraktivit nabízejících možnosti trávení aktivní dovolené.

#### **Uspokojovanou potřebou cílových zákazníků je:**

- získání komplexních informací o aktivním trávení volného času, kdy bude představen potenciál Jihočeského kraje z mnoha hledisek:
- cykloturistika,
- pěší turistika,
- rybolov a výlovy rybníků,
- koupání a vodní sporty,
- hippoturistika.

Průzkum potřeb cílové skupiny vyplývá z místního šetření předkladatele akce, který ve své provozovně zkoumal zájem turistů o dané aktivity. Na základě výsledků tohoto místního šetření bylo přijato rozhodnutí o přípravě akce „Sportovně relaxační dovolená v jižních Čechách“. Realizační tým dále zjišťoval potřeby cílové skupiny na základě statistických zkoumání.

### **Opíral se především o výsledky studií:**

- Profil návštěvníka jižních Čech (Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích, Katedra cestovního ruchu v Táboře, 2002),
- Dotazníkové šetření (Jihočeská centrála cestovního ruchu, 2004),
- „Monitoring návštěvníků v turistických regionech České republiky“, dotazníkové šetření (Jihočeská centrála cestovního ruchu, 2005).

### **Metodika průzkumu:**

Rekrutanti (z řad studentů) byli před šetřením v terénu seznámeni s hlavními závěry výzkumu a poučeni o způsobu vedení rozhovoru s respondentem. Celkem bylo osloveno 800 respondentů v letní sezóně (z toho 141 cizinců) a 500 respondentů v zimní sezóně (z toho 62 cizinců). Počet respondentů byl rovnoměrně rozdělen do předem vytipovaných 19 lokalit jižních Čech. Vyhotovené dotazníky byly dále předány pracovníkům Jihočeské univerzity v Českých Budějovicích, kteří na jejich základě sestavili studii s názvem Profil návštěvníka jižních Čech.

Před začátkem letní sezóny 2004 rozeslala Jihočeská centrála cestovního ruchu dotazníky do jihočeských infocenter, která se podílela na distribuci těchto dotazníků (vzor dotazníku je umístěn v přílohách). Celkem se na průzkumu podílelo 12 subjektů a bylo vyplněno 486 dotazníků. Dotazníkového šetření se zúčastnilo 183 respondentů z České republiky a 303 respondentů ze zahraničí. Výsledky jsou zveřejněny ve studii Dotazníkové šetření, 2004.

Další dotazníkové šetření se uskutečnila Jihočeská centrála cestovního ruchu v roce 2005. Dotazníkové šetření zaměřené na profil návštěvníka, probíhalo v deseti předem vybraných městech a jeho realizací byla pověřena turistická informační centra. Celkem za turistický region jižní Čechy bylo hodnoceno 1.729 dotazníků. Z celkového počtu bylo dotázáno 1.304 domácích a 425 zahraničních návštěvníků.

*2) Poptávka. Odůvodnění (dokázání) existence poptávky po službách a produktech poskytovaných v rámci akce. Pokud poptávka není tržní, ale společenská doložit např. zápis z jednání zastupitelstva, že tato akce má být realizována apod.*

### **Akce očekává tuto poptávku:**

- internetový portál – 30.000 návštěvníků v prvním roce provozu internetové stránky. (Dle dotazníkového šetření provedeného Jihočeskou centrálou v roce 2004, str. 6 bylo zjištěno, že 15,91 % návštěvníků z ČR a 23,01 % zahraničních návštěvníků se o jihočeském regionu dozvědělo z internetových stránek. Internet je tedy významným zdrojem informací, což potvrzuje, že je třeba věnovat velkou pozornost informačnímu



systemu, který může velkou měrou přispět k informovanosti o jižních Čechách. Na základě těchto výsledků byla stanovena návštěvnost internetové stránky na 30.000 návštěvníků za první rok svého provozu).

- informační brožura – 1.000 ks výtisků v roce 2007. (Dle dotazníkového šetření provedeného Jihočeskou centrálou v roce 2004, str.6 bylo zjištěno, že 15,00 % návštěvníků z ČR a 16,81 % zahraničních návštěvníků se o jihočeském regionu dozvědělo z prospektů a tištěných propagačních materiálů).
- účast na veletrhu – 1 krát v roce 2007. (Dle dotazníkového šetření provedeného Jihočeskou centrálou v roce 2004, str.6 bylo zjištěno, že 2,73 % návštěvníků z ČR a 5,53 % zahraničních návštěvníků se o jihočeském regionu dozvědělo na výstavě či veletrhu).

V rámci akce bude uskutečněna prezentace produktu na veletrhu cestovního ruchu. V rámci veletrhu je uvažováno i s distribucí informačních brožur návštěvníkům veletrhu, kdy budou brožury pro návštěvníky volně dostupné a zároveň budou použity při aktivním navazování kontaktů s potenciálními zákazníky.

Vzhledem k tomu, že podstatná část poptávky je očekávána z okruhu zahraničních turistů, budou veškeré propagační materiály přeloženy do pěti jazykových mutací (anglický, německý, francouzský, italský, holandský jazyk).

Ze studie zpracované pracovníky Katedry cestovního ruchu Zemědělské fakulty Jihočeské univerzity v Českých Budějovicích ve spolupráci s RERA a.s. v roce 2002 - Profil návštěvníka jižních Čech, str. 8 vyplývá, že sport a rekreace patří mezi přední klíčové aktivity při návštěvě jižních Čech. Z provedeného výzkumu plyne, že sport se spolu s turistikou (pěší, cyklo) řadí na druhé místo v klíčových aktivitách při návštěvě Jihočeského kraje. V rámci tohoto průzkumu bylo osloveno 500 respondentů, z nichž 26 % považuje sport, rekreaci a turistiku (pěší, cyklo) za klíčový faktor pro návštěvu Jihočeského kraje.

Podobné výsledky dokazují též výzkumy Jihočeské centrály cestovního ruchu, která pro agenturu CzechTourism zpracovala Monitoring návštěvníků v turistických regionech České republiky. Z tohoto materiálu vyplývá, že relaxace, sport a turistika jsou druhým nejfrekventovanějším důvodem návštěvy turistů v regionu.

### **3) *Oslovení cílové skupiny. Popis způsobu oslovení cílové skupiny, resp. klienty CR.***

Akce je zaměřena na chybějící produkt cestovního ruchu a je v souladu se strategickými dokumenty na regionální, místní i oborové úrovni, včetně Programu rozvoje územního obvodu Jihočeského kraje, Strategie rozvoje cestovního ruchu v Jihočeském kraji. Mezi jejich

cíle patří rozvoj cestovního ruchu a potažmo celého regionu, který bude uskutečňován prostřednictvím vytváření atraktivní nabídky návštěvníkům ve formě nových, ucelených produktů cestovního ruchu.

Akce sama je dále zaměřena na zvyšování informovanosti domácích a zahraničních návštěvníků o možnostech strávení příjemné dovolené v jihočeském regionu.

**Cílová skupina bude oslovena prostřednictvím několika informačních médií:**

- Internetová stránka. Bude vytvořen internetový portál s interaktivními prvky informující návštěvníky internetových stránek o vytvořené akci. Dále bude využito prezentace akce na současných webových stránkách žadatele i partnerů akce.
- Tištěné propagační informační materiály. Budou vytištěny informační brožury, skládačky, mapky a pohlednice, které budou distribuovány prostřednictvím vybraných infocenter a v inomingových cestovních kancelářích, dále budou částečně distribuovány i na veletrhu cestovního ruchu.
- Tiskové zprávy,
- Prezentace akce na veletrhu cestovního ruchu,
- Prezentace akce v telefonních seznamech,
- Prezentace akce v odborných časopisech, které se zabývají a specializují na cestovní ruch.

Oslovení cílové skupiny bude dále zabezpečováno prostřednictvím partnera. Předávání informací o akci je jedním ze zapojení partnera do akce.

#### 4.3.1.4. POPIS A HARMONOGRAM AKCE

*1) Místo realizace. Jaké je místo realizace akce? Jaký je územní rozsah dopadu akce na cílovou skupinu?*

Akce pokrývá většinu území Jihočeského kraje (jelikož jižní Čechy jsou poměrně hustě protkány cyklostezkami a hippostezkami, které na sebe dobře navazují a mezi aktivity provozované v rámci akce patří cyklistika a hippoturistika), další aktivity budou uskutečňovány zejména v místě realizace akce. Třeboňsko je pouze velmi málo poznamenané negativními důsledky civilizačního vývoje a disponuje vysoce atraktivním a hodnotným přírodním i krajinným potenciálem. Třeboňsko patří k turisticky nejatraktivnějším oblastem v České republice. Nabízí bohaté kulturní a technické dědictví a zachovalou přírodu.

Potenciál města je tvořen už samotnými přírodními podmínkami a rázem krajiny. Město Třeboň, jakožto celý Jihočeský kraj, je v současnosti jednou z nejvyhledávanějších oblastí cestovního ruchu.

*2) Popis akce. Jaké jsou jednotlivé aktivity realizované v rámci akce? Jaká je kvantifikace akce pokud je to možné (např. počet vytvořených speciálních produktů cestovního ruchu v Jihočeském kraji apod.)? Jaká jsou možná rizika spojená s realizací akce?*

Akce je zaměřena na vytvoření nového komplexního produktu cestovního ruchu, který pokrývá většinu území Jihočeského kraje a spočívá v utvoření turistického balíčku obsahujícího nabídku aktivně stráveného pobytu v jižních Čechách. Tento balíček představuje perspektivní atribut trvale udržitelného rozvoje regionu, generuje příjmy a přitahuje turisty z ostatních regionů a zahraničí. Produkt pokrývá většinu území Jihočeského kraje a kombinuje nabídku služeb do „balíčku“. Návštěvníkům regionu bude nabídnuta nejen řada možností aktivního strávení pobytu i relaxačního pobytu na jihu Čech, včetně doplňkové služby cestovního ruchu jako ubytování a stravování. Akce kombinuje aktivní (účast na veletrhu cestovního ruchu) a pasivní (propagační materiály, internetový portál, publicita v tisku a rozhlase) přístup propagace regionu.

Akce tak přispěje ke zkvalitnění nabídky služeb v cestovním ruchu, ke zvýšení informovanosti potenciálních návštěvníků, zvýšení jejich přílivu a celkovému zkvalitnění marketingu v cestovním ruchu.

**V rámci akce bude realizováno několik aktivit:**

1) Sestavení nabídky balíčku aktivit v oblasti:

- pěší turistiky (vyhotovení podkladů pro propagační materiály a internetovou stránku),
- cykloturistiky (vyhotovení podkladů pro propagační materiály a internetovou stránku),
- hippoturistiky (vyhotovení podkladů pro propagační materiály a internetovou stránku),
- rybolovu a výlovů rybníků (vyhotovení podkladů pro propagační materiály a internetovou stránku),
- koupání a vodních sportů (vyhotovení podkladů pro propagační materiály a internetovou stránku),
- doplňkových služeb (ubytování, stravování).

2) Překlady z českého jazyka do jazyka anglického, německého, italského, francouzského a holandského.

3) Vytvoření a provoz webového portálu, jeho aktualizace.

4) Grafická úprava a tisk propagačních materiálů v 5-ti jazykových mutacích (grafická úprava brožury, předtisková příprava, předtisková korekce, osvit, tisk materiálů).

5) Výroba a umístění informačních cedulí a šipek.

6) Propagace v tisku, rozhlasu, televizi, telefonních seznamech a specializovaných časopisech cestovního ruchu.

7) Tvorba tiskových zpráv.

8) Účast na veletrhu cestovního ruchu (organizační zajištění akce včetně prezentace).

9) Monitoring výsledků realizace akce. Monitoring výsledků realizace akce bude probíhat průběžně v rámci realizace akce a ex-post po jejím skončení. V rámci monitoringu výsledků bude hodnocena úspěšnost a efektivnost realizace. Bude statisticky sledován počet distribuovaných brožur, návštěvnost internetové stránky (bude umístěno počítadlo návštěvníků stránky) apod. Na základě zjištěných výsledků pak může být v průběhu realizace akce upravena strategie akce či její distribuční síť tak, aby bylo docíleno efektivní a účinné realizace jednotlivých aktivit. Po skončení akce bude provedeno závěrečné vyhodnocení dosažených výsledků, které bude využito při zajišťování udržitelnosti akce do dalších let).

#### **Kvantifikace akce lze vyjádřit pomocí těchto indikátorů:**

- vytvořená partnerství veřejného a soukromého sektoru: 1 (počet zúčastněných subjektů),
- propagační a informační kampaně při medializaci jednotlivých regionů (kampaň): 1,
- vytvoření speciálních produktů cestovního ruchu v regionech (balíček): 1,
- počet kusů informačních brožur: 1.000,
- informační brožura bude dostupná v pěti jazykových mutacích (angličtina, němčina, francouzština, italština, holandština),
- počet vytvořených informačních portálů týkající se cestovního ruchu: 1.

#### **Možná rizika spojená s realizací akce jsou rozčleněna do několika fází:**

##### **Rizika v přípravné fázi:**

1) Nesystematická spolupráce členů realizačního týmu mající za následek neefektivní řízení přípravy akce

- opatření proti riziku: vytyčení pravomocí a kompetencí členů realizačního týmu,
- pravděpodobnost výskytu rizika: 5%,
- následek: nežádoucí avšak neohrožující realizaci akce.

## 2) Nekvalitní a neprofesionální činnost členů realizačního týmu

- opatření proti riziku: stanovení přesných pravidel a
- odpovědnosti členů realizačního týmu,
- pravděpodobnost výskytu rizika: 5%,
- následek: nežádoucí avšak neohrožující realizaci akce.

## 3) Nezajištění dostatečného množství finančních prostředků na předfinancování akce,

- opatření proti riziku: stanovení přesných pravidel pro řízení cash flow a pro vyhodnocování likvidity, analýza možných dalších zdrojů získání finančních prostředků (analýza možností poskytnutí úvěru),
- pravděpodobnost výskytu rizika: 5%,
- následek: nežádoucí.

## 4) Nezískání dotace ze SROP

- opatření proti riziku: přijmout a realizovat veškerá opatření v souladu s podmínkami daného programu pro získání požadované finanční podpory,
- pravděpodobnost výskytu rizika: 50%,
- následek: nežádoucí avšak neohrožující realizaci akce.

### **Rizika ve fázi realizační:**

#### 1) Nedůvěra turistů v nový produkt cestovního ruchu

- opatření proti riziku: provést systematickou, cílenou a komplexní propagační kampaň,
- pravděpodobnost výskytu rizika: 12%,
- následek: nežádoucí.

#### 2) Nekvalitní provedení tisku a grafické úpravy propagačních materiálů od dodavatele

- opatření proti riziku: písemná smlouva s dodavatelem o objednavce poskytovaných služeb, řešení otázky provedení nekvalitního díla včetně sankčního ujednání,
- pravděpodobnost výskytu rizika: 10%,
- následek: nežádoucí avšak neohrožující realizaci akce.

#### 3) Nekvalitní správa a aktualizace internetového portálu

- opatření proti riziku: písemná smlouva s dodavatelem o objednavce poskytovaných služeb, řešení otázky provedení nekvalitního díla včetně sankčního ujednání,
- pravděpodobnost výskytu rizika: 10%,
- následek: nežádoucí avšak neohrožující realizaci akce.

#### 4) Překročení rozpočtovaných nákladů

- opatření proti riziku: systematické a pečlivé sledování nákladů akce, stanovení odpovědné osoby

- pravděpodobnost výskytu rizika: 5%,
- následek: nežádoucí.

#### 5) Koncentrace poptávky jen do letních měsíců

- opatření proti riziku: propagace mimosezónních typů aktivit, které jsou součástí produktu,
- pravděpodobnost výskytu rizika: 7%,
- následek: nežádoucí.

#### 6) Nesystematická spolupráce členů realizačního týmu mající za následek neefektivní řízení přípravy akce

- opatření proti riziku: vytyčení pravomocí a kompetencí členů realizačního týmu,
- pravděpodobnost výskytu rizika: 5%,
- následek: nežádoucí avšak neohrožující realizaci akce.

#### 7) Nekvalitní a neprofesionální činnost členů realizačního týmu

- opatření proti riziku: stanovení přesných pravidel a odpovědnosti členů realizačního týmu,
- pravděpodobnost výskytu rizika: 5%,
- následek: nežádoucí avšak neohrožující realizaci akce.

### **Rizika v období po ukončení realizace akce:**

#### 1) Pokles poptávky

- opatření proti riziku: udržovací informační kampaň,
- pravděpodobnost výskytu rizika: 10%,
- následek: nežádoucí.

#### 2) Nedostatek finančních prostředků pro udržitelnost akce

- opatření proti riziku: systematické a pečlivé sledování cash flow, plánování nákladů a výnosů k zajištění udržitelnosti z finančních hlediska bude využito vlastních finančních zdrojů žadatele,
- pravděpodobnost výskytu rizika: 10%,
- následek: nežádoucí.

Předkladatel akce si jasně stanovil rizika, a to jak ve fázi přípravné, realizační i ve fázi v období po ukončení akce. Díky přesné kvantifikaci těchto rizik má možnost přijmout v dostatečně dlouhém časovém intervalu potřebná opatření k zabránění jejich vzniku či jejich účelné eliminaci.

**3) Metodika akce.** *Jaká je metodika akce včetně odůvodnění, že navrhované aktivity akce přímo reagují na potřeby zvolené cílové skupiny? Jaké jsou podrobnější efekty a přínosy akce? Jak bude zvolená cílová skupina oslovena včetně jasného popisu výsledků navrhovaných aktivit?*

Akce probíhá v několika krocích, které kopírují jednotlivé fáze akce. V první řadě ve fázi přípravné došlo k rozhodnutí o realizaci akce „Sportovně relaxační dovolená v jižních Čechách“. Rozhodnutí se opíralo o průzkum potřeb cílové skupiny vyplývajícího z místního šetření předkladatele akce, které ve své provozovně zkoumal zájem turistů o dané aktivity. Dále byl ustanoven realizační tým s přesně vymezenými pravomocemi a odpovědnostmi jednotlivých členů týmu a jednotliví členové byli pověřeni plněním přesně stanovených úkolů. Došlo k zajištění organizační, technické a ekonomické stránky akce a ke stanovení metodiky dalšího postupu realizace akce „Sportovně relaxační dovolená v jižních Čechách“.

**V rámci dalšího postupu realizace akce byly vymezeny tyto zásadní aktivity:**

- 1) Sestavení specializované nabídky pro pobyt v Jihočeském kraji
  - zejména v regionu Třeboňsko se zaměřením na sport, relaxaci, poznávání Jihočeského kraje a zajištění doprovodných služeb ve formě ubytování a stravování v hotelu Adalbert v Třeboni,
  - dle dotazníkového šetření provedeného v roce 2005 Jihočeskou centrálou cestovního ruchu „Monitoring návštěvníků v turistických regionech České republiky“, str.17 bylo zjištěno, že v turistickém regionu jižní Čechy hodnotí 19,5% respondentů nabídku programů pro volný čas jako spíše špatnou,
  - dle dotazníkového šetření provedeného Jihočeskou centrálou cestovního ruchu v roce 2005 „Monitoring návštěvníků v turistických regionech České republiky“, str.13 vyplývá, že v turistickém regionu jižní Čechy mezi nejatraktivnější aktivity během pobytu patří pěší turistika (40,8% dotázaných), cykloturistika (23,6%), koupání a vodní sporty (17,3%), hippoturistika (4,05%) a jiný aktivní sport (včetně rybolovu a výlovů rybníka – 1,7%),
  - na základě nadefinování potřeb došlo k sestavení programové nabídky pobytu (balíčku nabídky aktivit), která bude zaměřena na aktivity v oblasti pěší turistiky, cykloturistiky, hippoturistiky, koupání a vodních sportů, rybolovu a výlovů rybníků a doplňkových služeb.

2) Propagace specializované nabídky pro pobyt v jižních Čechách (akce „Sportovně relaxační dovolená v jižních Čechách“)

- dle dotazníkového šetření provedeného Jihočeskou centrálou v roce 2004, str.6 bylo zjištěno, že 15,91% návštěvníků z ČR a 23,01% zahraničních návštěvníků se o jihočeském regionu dozvědělo z internetových stránek,
- dle dotazníkového šetření provedeného Jihočeskou centrálou v roce 2004, str.6 bylo zjištěno, že 15,00% návštěvníků z ČR a 16,81% zahraničních návštěvníků se o jihočeském regionu dozvědělo z prospektů a tištěných propagačních materiálů,
- dle dotazníkového šetření provedeného Jihočeskou centrálou v roce 2004, str.6 bylo zjištěno, že 2,73% návštěvníků z ČR a 5,53% zahraničních návštěvníků se o jihočeském regionu dozvědělo na výstavě či veletrhu,
- pro propagaci bude tedy využito pasivního (webový portál, informační materiály, tiskové zprávy, směrové tabule) i aktivního (veletrh) přístupu,
- dle dotazníkového šetření provedeného v roce 2005 Jihočeskou centrálou cestovního ruchu „Monitoring návštěvníků v turistických regionech České republiky“, str.4 bylo zjištěno, že do regionu jižní Čechy přijíždí 16% turistů z Nizozemí, 14,8% turistů z Rakouska, 13,9% turistů z Německa, 11% turistů z anglicky mluvících zemí (Velká Británie, USA, Austrálie, Kanada, Irsko) 6,4% turistů z Francie, 3,3% turistů z Itálie,
- interaktivní internetová stránka i propagační materiály budou přeloženy do 5-ti světových jazyků (angličtina, němčina, francouzština, holandština, italština).

3) Monitoring výsledků realizace akce:

- monitoring výsledků realizace akce bude probíhat průběžně v rámci realizace akce a ex-post po jeho skončení,
- v rámci monitoringu výsledků bude hodnocena úspěšnost a efektivnost realizace, bude statisticky sledován počet distribuovaných brožur dle jednotlivých distribučních kanálů, návštěvnost internetové stránky,
- po skončení akce pak bude provedeno závěrečné vyhodnocení dosažených výsledků, které bude využito při zajišťování udržitelnosti akce do dalších let.

Systematickým a účelovým způsobem propagace pobytu na jihu Čech zaměřeného na sportovně-rekreační aktivity dojde k cíleným efektům. Rozmanitostí a pestrostí podporovaných aktivit především hippoturistiky, cykloturistiky i pěší turistiky, koupání a vodních sportů, rybolovu a výlovů rybníků, dojde k pokrytí většiny území Jihočeského kraje.



### **Realizací akce dojde k následujícím efektům:**

#### 1) zkvalitnění nabídky služeb cestovního ruchu

- v současné době v jižních Čechách chybí produkt, který by koncentroval různorodé především netypické sportovní aktivity do jednoho balíčku a tudíž ani nemůže docházet k systematické propagaci tohoto produktu. Začleněním tohoto balíčku do nabídky služeb cestovního ruchu dojde ke zkvalitnění těchto poskytovaných služeb cestovního ruchu v jižních Čechách,
- konkrétní výsledek: vytvoření nového balíčku cestovního ruchu – 1

#### 2) zvýšení přílivu návštěvníků do regionu z důvodu zkvalitnění marketingu v cestovním ruchu

- zlepšením cílené propagace dojde ke zvýšení přílivu návštěvníků do regionu a to i těch návštěvníků náročnějších na sportovní vyžití (hippoturistika),
- konkrétní výsledek: zvýšení počtu přílivu turistů do jižních Čech o 6,2 %.

3) zvýšení informovanosti potenciálních návštěvníků o jihočeském regionu prostřednictvím systematické propagace sportovně-rekreačních aktivit (hippoturistika, cykloturistika, koupání a vodní sporty, rybolov a výlovy rybníků, pěší turistika) bude docházet díky propagaci v médiích (rozhlas, tisk, televize), ve vícejazyčných informačních brožurách, skládačkách, na veletrhu a na nově vytvořené a pravidelně aktualizované interaktivní vícejazyčné internetové stránce,

konkrétní výsledek:

- návštěvnost internetové stránky – 30.000 návštěvníků v prvním roce provozu,
- zvýšení počtu osob informovaných o regionu jižních Čech účastí na veletrhu – 1.000 osob,
- oslovení minimálního počtu potenciálních návštěvníků jižních Čech ve výši – 1.000 osob.

Akce generuje řadu přínosů pro různé subjekty:

#### **Přínosy pro žadatele:**

- zvýšení příjmů žadatele v budoucnosti,
- rozšíření spolupráce s ostatními subjekty v cestovním ruchu.

#### **Přínosy pro cílové skupiny:**

- zvýšení informovanosti o možnostech aktivně stráveného pobytu v jižních Čechách,
- růst možnosti výběru turistických aktivit v průběhu pobytu a příležitosti k jejich kombinaci,

- příležitost k poznání regionu netradičním způsobem.

#### **Přínosy pro město:**

- zvýšení počtu návštěvníků města,
- podpora ekonomického rozvoje města,
- přínos z prodloužení turistické sezóny (rybolov a výlovy rybníků a z prodloužení délky doby pobytu (podpora investic).

#### **Přínosy pro region:**

- rozšíření spolupráce mezi různými subjekty v oblasti cestovního ruchu,
- zvýšení počtu návštěvníků regionu,
- ekonomický rozvoj regionu,
- rozvoj malého a středního podnikání v důsledku zvýšení maloobchodního obratu a služeb spotřebovávaných turisty,
- zlepšení image Jihočeského kraje jako regionu propagující zdravý životní styl,
- větší propagace regionu a jeho silných stránek.

#### **Přínosy pro stát:**

- totožné s přínosy pro region.

Cílová skupina bude oslovena prostřednictvím několika informačních médií:

- internetová stránka, bude vytvořen internetový portál s interaktivními prvky informující návštěvníky internetových stránek o vytvořené akci. Dále bude využito prezentace akce na současných webových stránkách žadatele i partnerů akce,
- tištěné propagační informační materiály, budou vytištěny informační brožury, skládačky, mapky a pohlednice, které budou distribuovány prostřednictvím vybraných infocenter a v inomingových cestovních kancelářích, dále budou částečně distribuovány i na veletrhu cestovního ruchu,
- tiskové zprávy,
- prezentace akce v telefonních seznamech,
- prezentace akce na veletrhu cestovního ruchu,
- prezentace akce v odborných časopisech, které se zabývají a specializují na cestovní ruch.

Oslovení cílové skupiny bude dále zabezpečováno prostřednictvím partnera. Předávání informací o akci je jedním ze zapojení partnera do akce.

Z aktivit plynou následující výsledky akce:

- vytvořená partnerství veřejného a soukromého sektoru: 1 (počet zúčastněných subjektů),
- propagační a informační kampaně při medializaci jednotlivých regionů (kampaň): 1,
- minimální počet oslovených osob prostřednictvím informační kampaně 32.000 osob za první rok provozu akce,
- vytvoření speciálních produktů cestovního ruchu v regionech (balíček): 1,
- počet kusů informačních brožur: 1.000,
- informační brožura bude dostupná v pěti jazykových mutacích (angličtina, němčina, francouzština, italština, holandština),
- počet vytvořených informačních portálů týkající se cestovního ruchu: 1.

**4) Harmonogram akce.** Jaký je podrobný harmonogram aktivit akce? V jakém konkrétním časovém úseku plánuje žadatel realizovat konkrétní aktivity? Nejlépe ve formě tabulky, kde názvy realizovaných aktivit odpovídají popisu výše.

**Tabulka 6.: Podrobný harmonogram akce včetně rozdělení aktivit dle časových úseků.**

Popis aktivit v jednotlivých fázích realizace akce	2006								2007					
	V	VI	VII	VIII	IX	X	XI	XII	I	II	III	IV	V	VI
<b>Přípravná fáze</b>	X	X	X	X	X	X								
<b>Realizační fáze</b>							X	X	X	X	X	X	X	X
- tvorba brožury							X	X	X					
- distribuce brožur										X	X	X	X	X
- tvorba internetové stránky							X	X	X	X	X			
- aktualizace internetové stránky												X	X	X
- tvorba a distribuce ostatních propagačních materiálů										X	X	X	X	X
- prezentace akce v telefonních seznamech												X	X	X

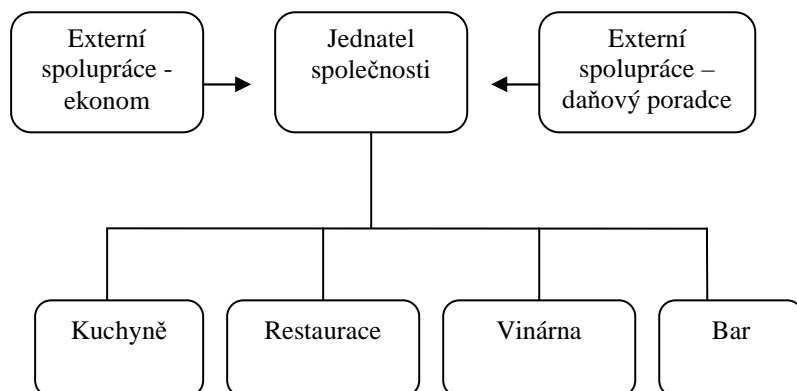
- prezentace akce v tisku												X	X	X
- prezentace akce v rozhlasu											X		X	
- prezentace akce v televizi										X		X		
- prezentace akce ve specializovaných časopisech ČR												X	X	X
- tvorba a umístění tiskových zpráv										X	X	X	X	X
- účast na veletrhu cestovního ruchu												X		
- umístění informačních tabulí a šipek												X		

#### 4.3.1.5. MANAGEMENT AKCE A JEHO ZKUŠENOSTI

**1) Organizační zajištění akce.** *Jaká je základní organizační struktura žadatele? Jaké je organizační zajištění řízení i samotná realizace akce? Jaké jsou kompetence a odpovědnost jednotlivých členů realizačního týmu?*

Společnost Jan Šťastný, s.r.o. je společností podnikající v cestovním ruchu již několik let. Žadatel má vytvořen odborný a kvalifikovaný realizační tým a má bohaté zkušenosti s řízením akcí.

**Graf 3.: Organizační struktura žadatel**



Akce je připravena členy realizačního týmu ve spolupráci s partnerem akce (Jihočeská centrála cestovního ruchu). Jednotlivým členům týmu byly stanoveny odpovědnosti a pravomoci, bylo smluvně upraveno zapojení partnera do akce. Pro práci jednotlivých členů realizačního týmu byly a budou vytvořeny potřebné administrativní, technické a finanční podmínky, zároveň byly a následně i budou vytvořeny potřebné administrativní, technické a finanční podmínky pro činnost realizačního týmu jako celku.

Akce bude řízena realizačním týmem v čele s hlavním manažerem akce Janem Šťastným a dalšími zkušenými členy realizačního týmu.

**Tabulka 7.: Vymezené kompetence a odpovědnost jednotlivých členů realizačního týmu**

Organizace	Pracovník	Podíl na realizaci akce v jednotlivých fázích
Jan Šťastný, s.r.o.	Hlavní manažer akce  Jan Šťastný	<p><b>1) Přípravná fáze:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- odpovědnost za ekonomickou, technickou a organizační přípravu akce,</li> <li>- technická a organizační příprava akce,</li> <li>- zajištění předfinancování akce.</li> </ul> <p><b>2) Realizační fáze:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- odpovědnost za řízení realizace akce, koordinace jednotlivých aktivit v rámci akce,</li> <li>- odpovědnost za zajištění finančních toků (CF),</li> <li>- odpovědnost za výstupy akce</li> <li>- brožura, webová stránka, ostatní propagační materiály,</li> <li>- odpovědnost za zajištění tiskových zpráv, propagace v tisku, rozhlase, televizi, specializovaných časopisech.</li> <li>- odpovědnost za prezentaci na veletrhu cestovního ruchu,</li> <li>- odpovědnost za výběr dodavatelů pro činnosti zajišťované pomocí outsourcingu,</li> <li>- odpovědnost za monitoring výsledků akce a zajištění jeho udržitelnosti.</li> </ul>
	Manažer pro oblast, pěší turistiky, cykloturistiky a hippoturistiky  Ing. Kateřina Kadlecová	<p><b>1) Přípravná fáze:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ekonomická příprava akce,</li> <li>- technická a organizační příprava akce,</li> </ul> <p><b>2) Realizační fáze:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- odpovědnost za sestavení nabídky v oblasti hippoturistiky a turistiky, cykloturistiky pro vytvoření brožury a internetové stránky,</li> <li>- konzultace,</li> <li>- distribuce brožur.</li> </ul>
	Manažer pro oblast koupání a vodních sportů, rybolovu a výlovů rybníků	<p><b>1) Přípravná fáze:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ekonomická příprava akce,</li> <li>- technická a organizační příprava akce,</li> </ul> <p><b>2) Realizační fáze:</b></p>

	Karel Smčík	- odpovědnost za sestavení nabídky v oblasti koupání a vodních sportů a rybolovu a výlovů rybníků pro vytvoření brožury a internetové stránky, - konzultace, - distribuce brožur.
G-PROJECT, s.r.o.	Projektový manažer Zuzana Malechová	<b>1) Přípravná fáze:</b> - administrativní podpora, - ekonomická příprava akce, - technická a organizační příprava akce, - příprava projektové žádosti a povinných příloh do SROP, opatření 4.1.2. <b>2) Realizační fáze:</b> - administrativní podpora, - komunikace s poskytovatelem dotace.

Hodnocení a kontrola práce členů realizačního týmu bude probíhat na jednotlivých plánovaných jednání členů realizačního týmu, kdy každý člen shrne výsledky svých dosavadních aktivit v rámci akce na přednese návrh na další postup řešení akce, popřípadě předloží písemnou zprávu o realizaci jednotlivých aktivit. Dále budou jednotliví členové realizačního týmu kontrolováni namátkově. Tuto kontrolu bude provádět hlavní manažer akce, který nese celkovou odpovědnost za úspěšnou realizaci akce.

Výše jmenované aktivity budou zajišťovány prostřednictvím členů realizačního týmu. Prostřednictvím outsourcingu budou řešeny zejména tyto aktivity:

- vytvoření a fungování webového portálu, jeho aktualizace,
- grafická úprava brožury,
- předtisková příprava, předtisková korekce, osvit, tisk brožury,
- překlady z českého jazyka do jazyka anglického, německého, italského, francouzského a holandského,
- propagace v tisku, rozhlas, specializovaných časopisech cestovního ruchu,
- tvorba propagačních materiálů – mapky, pohlednice, skládačky,
- hosteska – veletrh cestovního ruchu,
- výroba a umístění informačních cedulí a šipek,
- tvorba tiskových zpráv.

Na služby řešené outsourcingem bude provedeno výběrové řízení, které proběhne v souladu se zákonem č. 40/2004 Sb., o veřejných zakázkách. Na základě výsledků tohoto řízení bude vybrán subjekt nabízející nejvýhodnější a cenově nejatraktivnější služby.

2) **Zkušenosti realizačního týmu.** Jaký je stručný popis profesní zkušenosti osob a zkušeností s realizací podobně rozsáhlých nebo zaměřených akcí (kterým bude doloženo, že realizační tým akce je zárukou eliminace možných rizik úspěšného řešení akce)? (Možno přiložit i životopisy osob podílejících se na realizaci akce).

Žadatel má vytvořen realizační tým akce s jasným vymezením odpovědnosti jednotlivých členů týmu a má vytvořeny administrativní, technické a finanční podmínky pro realizaci akce. Při sestavování realizačního týmu se postupovalo s ohledem na princip rovných příležitostí. Akce bude po celou dobu realizace řízena zástupcem žadatele - manažerem akce. Odpovědným manažerem pro akci byl ustanoven Jan Šťastný.

**Tabulka 8.: Realizační tým**

Člen realizačního týmu	Profesní zkušenost
Jan Šťastný – hlavní manažer akce	- řízení provozu, - vedení a řízení pracovníků, - kontrolní činnost, - vedení obchodních jednání, - finanční řízení, - plánování, řízení CF, - propagační aktivity, - řízení a vedení projektů.
Ing. Kateřina Kadlecová - manažer pro oblast, pěší turistiky, cykloturistiky a hippoturistiky	- zajišťování a řízení ekonomického chodu společnosti, - personální řízení, - jednání s dodavateli, - plánování aktivit v oblasti propagace, - účetnictví.
Karel Smrčík - manažer pro oblast koupání a vodních sportů, rybolovu a výlovů rybníků	- propagační podpora společnosti, - řízení a zajišťování technické podpory organizace, - marketing, - strategické plánování, - účetnictví.
Zuzana Malechová - projektový manažer	- tvorba studií, plánů, strategií, - hodnocení efektivnosti projektů, - podnikové finance, - tvorba projektů.

Všichni účastníci realizačního týmu mají praktické zkušenosti s realizací projektů a byli zapojeni do realizace všech níže zmíněných referenčních projektů.

**3) Zkušenosti žadatele.** Jaké jsou reference žadatele o již úspěšně realizovaných akcích včetně popisu dosažených výsledků? Jaké má žadatel zkušenosti s externími způsoby financování (dotace z veřejných zdrojů, bankovní úvěry)?

- Název projektu: **Modernizace kuchyně**

Žadatel: Jan Šťastný, s.r.o.

Celková hodnota projektu: 800.000,- Kč

Část projektu realizovaná přímo žadatelem: 100 %

Datum (začátek / konec projektu): 15.06.2004 – 15.02. 2005

Zdroj financování: Vlastní

Kontakt na poskytovatele finančních prostředků: Českomoravská záruční a rozvojová banka a.s.

Popis projektu: S rozšířenými požadavky EU na stravovací služby bylo nutné technologicky zmodernizovat stávající provoz kuchyně. Jedná se zejména o nové technologické procesy podle vyhlášky č. 137/2004 Sb. Zároveň žadatel tímto krokem zvýšil kvalitu svých poskytovaných služeb, čímž podpořil zvýšení počtu turistů přijíždějících do jižních Čech.

Výsledky projektu: Zmodernizován provoz kuchyně.

- Název projektu: **Letní restaurace**

Žadatel: Jan Šťastný služby s.r.o.

Celková hodnota projektu: 2.500.000,- Kč

Část projektu realizovaná přímo žadatelem: 100 %

Datum (začátek / konec projektu): 1991 – 2004

Zdroj financování: Vlastní

Kontakt na poskytovatele finančních prostředků: Jan Šťastný, s.r.o.

Popis projektu: Postupná výstavba restaurace se stánkem rychlého občerstvení, suvenýrů a směnárny. S rozvojem novodobé turistiky a nutností řešit rekonstrukci nevyhovujících prostor určených pro stravování. Vznikla stavba lehké konstrukce letní restaurace v Třeboni s doplňkovými službami. I tímto krokem žadatel přispěl ke zvýšení kvality poskytovaných služeb v oblasti cestovního, čímž podpořil zvýšení počtu turistů přijíždějících do jižních Čech.

Výsledky projektu: Nová restaurace se stánkem rychlého občerstvení.

- Název projektu: **Hotel Adalbert – projektová příprava**

Žadatel: Jan Šťastný, s.r.o.

Celková hodnota projektu: 960.000,- Kč



Část projektu realizovaná přímo žadatelem: 54 %

Datum (začátek / konec projektu): červenec 2004 – říjen 2004

Zdroj financování: Jihočeský kraj (grant ve výši 442.000,- Kč) – 46 %

Kontakt na poskytovatele finančních prostředků: Jihočeský kraj, U Zimního stadionu 1982/2, 370 76 Č. Budějovice, zastoupený hejtmánem RNDr. Janem Zahradníkem

Popis projektu: Příprava podkladů a dokumentů pro předložení žádosti do SROP s cílem racionalizaci tří provozoven – vinárny, baru a restaurace v přízemí resp. ve sklepích, a současně dostavba patra s podkrovím, ve kterém by byly umístěny ubytovací kapacity doplňující zařízení (internet, fitness). Činnosti projektu spočívali v přípravě podkladů pro kompletaci žádosti do SROP. Zejména se jednalo o tyto podklady (Soulad s rozvojovou strategií, logický rámec projektu, podrobný rozpočet projektu, doklady o právní subjektivitě žadatele, projektová dokumentace, formuláře ISPROFIN a další podklady nutné k vypracování projektové žádosti).

Výsledky projektu: Zpracována žádost do programu SROP.

**4) *Partnerství v rámci realizace akce. Popis organizace partnera (právní subjektivita, základní informace o organizaci partnera). Jakým způsobem je zapojeném v rámci přípravy či realizace akce (finanční, materiální, poskytnutí odborných služeb?)***

Jako partner byla do akce zapojena Jihočeská centrála cestovního ruchu. Tato organizace byla vybrána do zapojení se do akce především proto, že má bohaté zkušenosti s propagací obdobných balíčků a aktivně se zapojuje do propagace většiny aktivit v rámci cestovního ruchu. Partner bude zapojen do přípravy akce (poskytnutí informací o již proběhlých šetřeních, analýzách a výzkumech návštěvnosti jihočeského regionu) i do realizace akce (spolupráce v rámci propagační kampaně, distribuce propagačních materiálů, poskytování informací o vývoji návštěvnosti dle průzkumů a šetření, připomínkování výstupů akce).

**Jihočeská centrála cestovního ruchu** je společností se sídlem na adrese nám. Přemysla Otakara II. 1, 370 92 České Budějovice. Jihočeská centrála cestovního ruchu byla založena 27.10.1994 a v současnosti je jedním z klíčových subjektů působících v oblasti cestovního ruchu. Jihočeský centrála cestovního ruchu je zájmovým sdružením právnických osob, jehož zakladateli jsou Jihočeský kraj, Jihočeská hospodářská komora a Svaz města a obcí Jihočeského kraje. Statutárním orgánem společnosti je předsednictvo, jehož členy jsou Ing. František Štangel - předseda, Mgr. Miloslav Poes - 1. místopředseda, JUDr. František

Mikeš - 2. místopředseda, Ing. František Lafata, Ing. Pavel Pavel, Ing. arch. Robin Schinko, Doc. RNDr. Miroslav Tetter CSc., RNDr. Jan Zahradník. V současné době jsou v JCCR zaměstnáni 3 pracovníci v čele s ředitelkou JCCR. Hlavním předmětem činnosti Jihočeské centrály cestovního ruchu je aktivně se účastnit na vytváření podmínek a nástrojů pro rozvoj cestovního ruchu a kultury na území Jihočeského kraje. Koncepce činnosti JCCR vychází především ze Strategie rozvoje cestovního ruchu. Mezi její činnosti patří například: podpora vybraných produktů vytvořených městy či podnikateli, informování o nich a pomoc s jejich distribucí, tvorba tématické okruhy vhodné pro tvorbu produktů, které pokrývají území Jihočeského kraje, komunikace a spolupráce s městy, mikroregiony, Krajským úřadem JK, s turistickými infocentry a podnikateli v oblasti ČR.

**Partner akce se zavázal k následujícímu:**

- spolupráce v rámci propagační kampaně akce, zejména poskytnutí potřebných informací k vytvoření obsahu propagačních a informačních materiálů a distribuce propagačních a informačních materiálů v oblasti své působnosti,
- distribuci propagačních materiálů,
- poskytování informací o vývoji návštěvnosti jihočeského regionu na základě prováděných šetření a analýz,
- připomínkování veškerých výstupů akce,
- další spolupráci k naplnění účelu partnerské smlouvy.

Partner je aktivně do akce zapojen a jeho role je akcí zásadní (podílí se odbornými službami). Partnerství je doloženo smlouvou .

#### 4.3.1.6. FINANČNÍ KRYTÍ, NÁKLADY AKCE

*1) Zajištění finančního krytí akce. Jakým způsobem je zajištěno finanční krytí nákladů (včetně neuznatelných) celé akce (případně 1. etapy akce) včetně popisu zdrojů financování?*

Finanční krytí nákladů akce bude zajištěno z vlastních zdrojů žadatele, a to jak ve fázi přípravné a realizační, tak i v období po skončení realizace akce. Žadatel má zajištěn dostatečný obnos finančních prostředků jak na předfinancování celé akce, tak i na spolufinancování akce.

Akce „Sportovně relaxační dovolená v jižních Čechách“ bude financována v rámci grantového schématu Jihočeského kraje GS na podporu regionálních a místních služeb cestovního ruchu v Jihočeském kraji pro podnikatelské subjekty, III. kolo výzvy – rok 2006 z těchto zdrojů a v této struktuře:

**Tabulka 9.: Struktura a zdroje**

Hodnota	Celkem	Veřejné zdroje celkem	ERDF	Kraj	Soukromé
v (%)	100	45,23	34,43	10,80	54,77
v (Kč)	710.112	321.184	244.492	76.692	388.928

2) *Náklady na realizaci.* Jak vypadá přehled nákladů na realizaci akce (ve struktuře investiční x neinvestiční, uznatelné x neuznatelné) včetně komentáře k jednotlivým nákladům, argumentace jejich nezbytnosti ve vztahu k aktivitám akce rozdělené do jednotlivých etap?

V rámci realizace akce budou vznikat náklady jak investiční (projektová dokumentace) tak i náklady neinvestiční.

**Tabulka 10.: Přehled nákladů**

Náklad	Jednotka	Počet	Jednotková cena (v Kč)	Kč celkem
Náklady na vozidlo – spotřeba PHM	Km	400,00	4,00	1.600,00
<b>Cestovné celkem</b>				<b>1.600,00</b>
Pronájem výstavní plochy na veletrhu	Ks	1,00	25.000,00	25.000,00
Pronájem plochy pro umístění směrových tabulí	Ks	4,00	12.000,00	48.000,00
Pronájem plochy pro umístění směrových šipek	Ks	28,00	600,00	16.800,00
<b>Pronájmy celkem</b>				<b>46.600,00</b>
Profesionální hosteska – veletrh – cest. ruchu	Osoba /den	3,00	6.000,00	18.000,00
<b>Ostatní náklady na konferenci celkem</b>				<b>18.000,00</b>
Překlady – brožura (Nj, Aj, Fj, Ij)	Normo-strana	24,00	280,00	6.720,00
Překlady – brožura (holandština)	Normo-strana	6,00	490,00	2.940,00

Překlady – webové stránky (Nj, Aj, Fj, Ij)	Normo- strana	40,00	280,00	11.200,00
Překlady – webové stránky (holandština)	Normo- strana	10,00	490,00	4.900,00
<b>Překlady celkem</b>				<b>25.760,00</b>
Výroba a umístění směrových šipek	Ks	28,00	1.400,00	39.200,00
Výroba a umístění směrových tabulí	Ks	4,00	13.000,00	52.000,00
<b>Náklady na publicitu celkem</b>				<b>91.200,00</b>
Propagační materiály - brožura	Ks	1.000,00	40,00	40.000,00
Propagační materiály- mapka	Ks	500,00	20,00	10.000,00
Propagační materiály – pohlednice	Ks	1.000,00	6,50	6.500,00
Propagační materiály – skládačka	Ks	500,00	20,00	10.000,00
Propagace v tisku	Měsíc	6,00	6.240,00	37.440,00
Propagace v rozhlase	Měsíc	3,00	39.104,00	117.312,00
Propagace v televizi	Měsíc	3,00	12.500,00	37.500,00
Propagace v telefonních seznamech	Ks	4,00	14.000,00	56.000,00
Propagace ve specializovaných časopisech	Měsíc	3,00	12.400,00	37.200,00
Tvorba a umístění tiskových zpráv v médiích	Měsíc	6,00	1.500,00	9.000,00
Tvorba internetové stránky	Počet	1,00	84.000,00	84.000,00
Správa a aktualizace internetové stránky	Měsíc	8,00	6.000,00	48.000,00
<b>Náklady na propagaci celkem</b>				<b>492.952,00</b>
<b>NEINVESTIČNÍ NÁKLADY CELKEM</b>				<b>676.112,00</b>
Projektová dokumentace	Ks	1,00	34.000,00	34.000,00

INVESTIČNÍ NÁKLADY CELKEM				34.000,00
<b>UZNATELNÉ NÁKLADY CELKEM</b>				<b>710.112,00</b>
DPH 19 %				134.921,00
<b>NEUZNATELNÉ NÁKLADY CELKEM</b>				<b>134.921,00</b>
CELKOVÉ NÁKLADY PROJEKTU				845.033,00

Ve fázi přípravné vznikne jediný náklad, a to náklad spojený s projektovou dokumentací. Ke vzniku nákladů spojených s realizací akce bude docházet až ve fázi realizační.

#### **Komentář k jednotlivým složkám nákladů:**

1) *Položka Cestovné celkem je tvořena:*

- Náklady na vozidlo – spotřeba PHM: cena 4,00 Kč za ujetý kilometr odpovídá průměrné spotřebě pohonných hmot. Počet km ujetých byla stanoven na 200 km z Třeboně do Brna (předpokládané místo konání veletrhu) a zpět (200 km). Celkový počet ujetých kilometrů je tedy 400 km.

Složka nákladů na vozidlo je nutná především k přepravě žadatele a hostesek na veletrh a zpět, zároveň vozidlo bude sloužit k přepravě všech nutných propagačních a prezentačních materiálů na akci cíleně zaměřené na marketing produktů zaměřených na přilákání zahraničních návštěvníků do regionu.

2) *Položka Pronájem celkem je tvořena:*

- Pronájmem výstavní plochy na veletrhu – na základě zkušeností žadatele a na základě cenové nabídky byla stanovena cena za pronájem výstavní ploch na:

registrační poplatek – 2.000,00 Kč

pronájem výstavní plochy – 3.000,00 Kč/m<sup>2</sup>

přibližná velikost výstavní plochy – 7,667 m<sup>2</sup>

Výsledná cena za pronájem výstavní plochy je tedy stanovena na 25.000,00 Kč.

- Pronájmem ploch pro umístění směrových tabulí - vychází z cen stanovených městem Třeboň. Tyto tabule budou umístěny na předem vytipovaných strategických místech u silnic a to směr Vídeň, Jindřichův Hradec, České Budějovice a Veselí nad Lužnicí)

Položka jednotlivých nákladů na pronájem je nutná především k efektivní propagaci akce cíleně zaměřené na přilákání zahraničních návštěvníků do regionu, na přilákání návštěvníků

s důrazem na návštěvnost regionu v mimosezónním období (informační šipky a tabule) a jako nutná součást efektivní cílené propagace.

3) *Položka Ostatní náklady na konferenci (veletrh) celkem je tvořena:*

- Profesionální hosteska (koordinátora) – veletrh cestovního ruchu, počet hostesek byl stanoven na 3 osoby. Celková cena byla stanovena na základě poskytnutého ceníku od dodavatele. Cena hodinové sazby byla dána požadavky na znalost min. 2 světových jazyků. Cena za tyto služby je stanovena na:

hodinová sazba: 200 Kč/hod.,

počet hodin: 10 hodin účast na veletrhu, 4 hodiny strávené cestou,

zapůjčení jednotného černého kostýmu pro hostesky: 200 Kč/den,

počet osob: 3 osoby.

Položka nákladů na konferenci (veletrh) je nutná především k efektivní propagaci akce cíleně zaměřené na přilákání zahraničních návštěvníků do regionu a jako nutná součást efektivní cílené propagace.

4) *Položka Překlady celkem je tvořena:*

- Překlady brožura (NJ, Aj, Fj, Aj) – cena za překlad 1 normostrany byla stanovena na základě nabídky od dodavatele. Celkem je kalkulováno s překladem 24 normostran textu.

- Překlady brožura (holandština) – cena za překlad 1 normostrany byla stanovena na základě nabídky od dodavatele. Celkem je kalkulováno s překladem 6 normostran textu.

- Překlady webové stránky (NJ, Aj, Fj, Aj) – cena za překlad 1 normostrany byla stanovena na základě nabídky od dodavatele. Celkem je kalkulováno s překladem 40 normostran textu.

- Překlady webové stránky (holandština) – cena za překlad 1 normostrany byla stanovena na základě nabídky od dodavatele. Celkem je kalkulováno s překladem 10 normostran textu.

Položka jednotlivých nákladů na překlady je nutná především k efektivní propagaci akce cíleně zaměřené na přilákání zahraničních návštěvníků do regionu a jako nutná součást efektivní cílené propagace.

5) *Položka Náklady na publicitu celkem je tvořena:*

- Výrobou a umístěním směrových šipek – na základě telefonické nabídky od dodavatelů byla stanovena průměrná cena výroby a instalace 1 směrové šipky na 1.400,00 Kč,

- Výrobou a umístěním směrových tabulí - na základě telefonické nabídky od dodavatelů byla stanovena průměrná cena výroby a instalace 1 směrové tabule na 13.000,00 Kč. Předpokládané rozměry směrové tabule jsou 2 m x 4 m.

Položka jednotlivých nákladů na publicitu je nutná především k efektivní propagaci akce cíleně zaměřené na přilákání zahraničních návštěvníků do regionu, na přilákání návštěvníků

s důrazem na návštěvnost regionu v mimosezónním období (informační šipky a tabule) a jako nutná součást efektivní cílené propagace.

6) *Položka Náklady na marketing celkem je tvořena:*

- Brožura – předtisková, grafická úprava, tisk – na základě cenové nabídky od dodavatele byla stanovena cena 1 ks na 40,00 Kč,
- Propagační materiály mapka - na základě cenové nabídky od dodavatele byla stanovena cena 1 ks na 20,00 Kč,
- Propagační materiály pohlednice - na základě cenové nabídky od dodavatele byla stanovena cena 1 ks na 6,50 Kč,
- Propagační materiály skládačka - na základě cenové nabídky od dodavatele byla stanovena cena 1 ks na 20,00 Kč,
- Propagace v tisku - na základě cenové nabídky od dodavatele byla stanovena cena propagace na 1 měsíc na 6.240,00 Kč,
- Propagace v rozhlase - na základě cenové nabídky od dodavatele byla stanovena cena propagace na 1 měsíc na 39.104,00 Kč, uvažuje se s umístěním několika rozhlasovými spoty vždy 1 týden v měsíci,
- Propagace v televizi - na základě cenové nabídky od dodavatele byla stanovena cena propagace na 1 měsíc na 12.500,00 Kč, uvažuje se s deseti 15 vteřinovými reklamními spoty,
- Propagace v telefonních seznamech - na základě telefonické nabídky od dodavatele a na základě velikostní varianty inzerce byla určena cena 14.000,00 Kč za inzerci ve zlatých stránkách. Inzerce bude umístěna do 4 regionů.
- Propagace ve specializovaných časopisech – na základě cenové nabídky specializovaného časopisu pro cestovní ruch COT Business byla cena propagace v tomto časopisu 12.400,00 Kč za plochu o rozměru ¼ .
- Tvorba a umístění tiskových zpráv v médiích – cena se odvíjí na základě cenových nabídek propagace (inzerce). Měsíčně byla na propagaci prostřednictvím tiskových zpráv vyčleněna částka ve výši 1.500,00 Kč.
- Tvorba internetové stránky – zahrnuje cenu dle cenové nabídky včetně vyhotovení dvou domén – cena byla stanovena s ohledem na požadavek vytvoření kvalitní webové stránky včetně 5 jazykových mutací. Cena na základě předložené cenové nabídky od dodavatele byla stanovena na 84.000,00 Kč, v níž jsou zahrnuty následující předpokládané aktivity:  
základní marketingová analýza – 2.600,00 Kč,  
vytvoření základního kreativního designu webdesignu – 18.500,00 Kč,  
nakódování validního kódu šablony webu – 5.900,00 Kč,

implementace textově-multimediálního obsahu do pěti základních stránek – 4.000,00 Kč,  
implementace textově-multimediálního obsahu do dalších stránek – počet stránek 5, (500 Kč/stránka) – 2.500,00, Kč,  
vytvoření loga – 15.000,00 Kč,  
redakční a publikační systém 16.900,00 Kč,  
grafické práce v rozsahu 8 hodin (1000 Kč/hod. práce grafika) – 8.000,00 Kč,  
programování v rozsahu 8 hodin (1000 Kč/hod. práce programátora) – 8.000,00 Kč,  
marketingové práce v rozsahu 2 hodin (1.200 Kč/hod. práce) – 2.600,00 Kč.  
- Správa a aktualizace internetové stránky – výsledná cena vychází z předpokládaného počtu hodin programátora a grafika ve výši přibližně 6 hodin 40 minut a dále je cena určena dle cenové nabídky dodavatele podle hodinové sazby grafika či programátora.

Jednotlivé položky Nákladů na marketing jsou důležité pro zajištění efektivní informační kampaně formou cílené inzerce, zároveň slouží k docílení vysokého efektu tím, že zahrnují a kombinují několik typů marketingových aktivit. Dále položky jednotlivých nákladů na marketing budou přispívat k přilákání zahraničních turistů (cizojazyčné webové stránky a brožury) i na zvýšení návštěvnosti regionu v mimosezónním období (webové stránky, prezentace v médiích, několik typů propagačních materiálů včetně různých způsobů distribuce např. veletrh).

7) *Položka Projektová dokumentace* – cena se odvíjí od smluvně stanovené ceny za zpracování kompletní projektové žádosti včetně kompletace příloh a od nákladů na zajištění a zpracování dalších potřebných materiálů.

Tato položka je nutná proto, aby byla eliminována rizika z možného neschválení projektové žádosti o poskytnutí finančních prostředků v rámci GS SROP.

Položky nákladů jsou doplněny cenovými nabídkami dodavatelů, které jsou umístěny v přílohách k projektové žádosti. Všechny činnosti, na které jsou výše stanovené náklady, budou zajištěny dodavately či subdodavately.

#### 4.3.1.7. HODNOCENÍ EFEKTIVITY A UDRŽITELNOSTI AKCE

*1) Efekty a přínosy realizace akce na cílovou skupinu. Jaké jsou efekty a přínosy realizace akce na cílovou skupinu (výsledky akce zvýšení přílivu návštěvníků do Jihočeského kraje apod.) včetně popisu systému monitoringu těchto kvalitativních změn u cílové skupiny?*

**Realizací akce dojde k následujícím efektům:**

- 1) zkvalitnění nabídky služeb cestovního ruchu



- v současné době v jižních Čechách chybí produkt, který by koncentroval různorodé především netypické sportovní aktivity do jednoho balíčku a tudíž ani nemůže docházet k systematické propagaci tohoto produktu. Začleněním tohoto balíčku do nabídky služeb cestovního ruchu dojde ke zkvalitnění těchto poskytovaných služeb cestovního ruchu v jižních Čechách,
- na základě dotazníkového šetření vyhodnoceného pracovníky Katedry cestovního ruchu Zemědělské fakulty Jihočeské univerzity v Českých Budějovicích ve spolupráci s RERA a.s. v roce 2002 mělo 17 % návštěvníků jižních Čech negativní zkušenost se špatnými službami (Profil návštěvníka jižních Čech, str. 11), což patřilo mezi druhé největší procento v rámci negativních odpovědí.
- konkrétní výsledek: vytvoření nového balíčku cestovního ruchu – 1,
- monitoring: vytvořená programová nabídka pobytů se zaměřením na hippoturistiku, rybolov a výlovy rybníků, koupání a vodní sporty, pěší turistiku a cykloturistiku včetně doplňkových služeb (ubytování, stravování) – dokladem budou nově vytvořené propagační materiály a nový internetový portál.

2) zvýšení přílivu návštěvníků do regionu z důvodu zkvalitnění marketingu v cestovním ruchu – zlepšením cílené propagace dojde ke zvýšení přílivu návštěvníků do regionu a to i těch návštěvníků náročnějších na sportovní vyžití (hippoturistika)

- dle dotazníkového šetření provedeného v roce 2005 Jihočeskou centrálou cestovního ruchu „Monitoring návštěvníků v turistických regionech České republiky“, str. 17 bylo zjištěno, že v turistickém regionu jižní Čechy hodnotí 19,5% respondentů nabídku programů pro volný čas jako spíše špatnou,
- konkrétní výsledek: zvýšení počtu přílivu turistů do jižních Čech v důsledku zlepšení nabídky programů pro volný čas o 6,2%,
- monitoring: výsledky studií šetření přílivu turistů do jižních Čech od Jihočeské centrály cestovního ruchu (partner akce).

3) zvýšení informovanosti potenciálních návštěvníků o jihočeském regionu prostřednictvím systematické propagace sportovně-rekreačních aktivit (hippoturistika, cykloturistika, koupání a vodní sporty, rybolov a výlovy rybníků, pěší turistika) bude docházet díky propagaci v médiích (rozhlas, tisk, televize), ve vícejazyčných informačních brožurách, skládačkách, na veletrhu a na nově vytvořené a pravidelně aktualizované interaktivní vícejazyčné internetové stránce

- konkrétní výsledek:

- návštěvnost internetové stránky – 30.000 návštěvníků v prvním roce provozu,
- zvýšení počtu osob informovaných o regionu jižních Čech účastí na veletrhu – 1.000 osob,
- oslovení minimálního počtu potenciálních návštěvníků jižních Čech ve výši – 1.000 osob.

- monitoring: počet poskytnutých propagačních materiálů, návštěvnost internetového portálu (dle umístěného počítadla návštěvníků internetové stránky).

Akce generuje řadu přínosů pro různé subjekty:

#### **Přínosy pro žadatele:**

- zvýšení příjmů žadatele v budoucnosti,
- rozšíření spolupráce s ostatními subjekty v cestovním ruchu.

#### **Přínosy pro cílové skupiny:**

- zvýšení informovanosti o možnostech aktivně stráveného pobytu v jižních Čechách,
- růst možnosti výběru turistických aktivit v průběhu pobytu a příležitosti k jejich kombinaci,
- příležitost k poznání regionu netradičním způsobem.

#### **Přínosy pro město:**

- zvýšení počtu návštěvníků města,
- podpora ekonomického rozvoje města,
- přínos z prodloužení turistické sezóny (rybolov, výlovy rybníků) a z prodloužení délky doby pobytu (podpora investic).

#### **Přínosy pro region:**

- rozšíření spolupráce mezi různými subjekty v oblasti cestovního ruchu,
- zvýšení počtu návštěvníků regionu,
- ekonomický rozvoj regionu,
- rozvoj malého a středního podnikání v důsledku zvýšení maloobchodního obratu a služeb spotřebovávaných turisty,
- zlepšení image Jihočeského kraje jako regionu propagující zdravý životní styl,
- větší propagace regionu a jeho silných stránek.

#### **Přínosy pro stát:**

- totožné s přínosy pro region.

**2) Monitorovací ukazatele.** *Definování monitorovacích ukazatelů (výstupy akce – počet nově vytvořených či rozšířených produktů cestovního ruchu apod.) včetně popisu dokladování splnění monitorovacího ukazatele.*

Z realizované akce „Sportovně relaxační dovolená v jižních Čechách“ budou vyplývat následující monitorovací ukazatele:

- 1) počet podpořených MSP: 1,
- 2) vytvořená partnerství: 1,
- 3) propagační a informační kampaň při medializaci jednotlivých regionů: 1,
- 4) vytvoření speciálních produktů cestovního ruchu v regionech: 1.

**3) Systém monitoringu akce.** *Popis systému monitoringu akce ve vztahu k plnění harmonogramu, výstupům a výsledkům realizace akce?*

Za monitoring bude plně odpovědný hlavní manažer akce Jan Šťastný.

Z důvodu dokladování splnění monitorovacích ukazatelů bude v rámci akce vedena podrobná evidence monitorovacích ukazatelů, bude sledováno, zda jsou naplňovány cíle akce, jak jsou zabezpečovány a realizovány jednotlivé aktivity dle stanoveného harmonogramu realizace akce. Na základě vyhodnocování jednotlivých předem stanovených časových úseků budou vedeny souhrnné informace o:

- plnění partnerské smlouvy s Jihočeskou centrálou cestovního ruchu,
- realizaci propagační a informační kampaně při medializaci jednotlivých regionů,
- vytvoření speciálních produktů (balíčků) cestovního ruchu v regionech (balíčků),
- počtu kusů vyhotovených a distribuovaných propagačních materiálů,
- vyhotovení informační brožury dostupné v pěti jazykových mutacích (angličtina, němčina, francouzština, italština, holandština),
- počtu vytvořených informačních portálů týkající se cestovního ruchu,
- vývoji návštěvnosti v jihočeském regionu.

Veškeré tyto údaje budou sledovány a elektronicky zaznamenávány hlavním manažerem akce ve spolupráci se členy realizačního týmu.

Pro získání zpětné vazby o kvalitě poskytovaných rad a informací z pohledu klientů bude proveden dotazníkový průzkum spokojenosti klientů příp. osobní pohovory s klienty.

Monitoring akce z hlediska dodržování harmonogramu a rozpočtu akce ve vztahu k poskytovateli finanční podpory ze SROP bude prováděn hlavním manažerem akce min. jednou za měsíc. Průběžné výsledky monitoringu budou diskutovány na schůzkách realizačního týmu akce, které se uskuteční minimálně jednou za dva měsíce. Výsledky tohoto monitoringu budou vedeny písemně v elektronické i tištěné podobě.

Monitoring a hodnocení výsledků akce bude rovněž realizováno ve spolupráci s partnerem akce Jihočeskou centrálou cestovního ruchu.

**4) Rizika akce.** *Definování možných rizik akce (před realizací, v průběhu realizace, v následujícím období) a jejich řešení.*

Možná rizika spojená s realizací akce jsou rozčleněna do několika fází:

#### **Rizika v přípravné fázi:**

1) Nesystematická spolupráce členů realizačního týmu mající za následek neefektivní řízení přípravy akce

- opatření proti riziku: vytyčení pravomocí a kompetencí členů realizačního týmu,
- pravděpodobnost výskytu rizika: 5%,
- následek: nežádoucí avšak neohrožující realizaci akce.

2) Nezajištění dostatečného množství finančních prostředků na předfinancování akce

- opatření proti riziku: stanovení přesných pravidel pro řízení cash flow a pro vyhodnocování likvidity, analýza možných dalších zdrojů získání finančních prostředků (analýza možností poskytnutí úvěru),
- pravděpodobnost výskytu rizika: 5 %,
- následek: nežádoucí.

3) Nezískání dotace ze SROP

- opatření proti riziku: přijmout a realizovat veškerá opatření v souladu s podmínkami daného programu pro získání požadované finanční podpory,
- pravděpodobnost výskytu rizika: 50%,
- následek: nežádoucí avšak neohrožující realizaci akce.

#### **Rizika ve fázi realizační:**

1) Nedůvěra turistů v nový produkt cestovního ruchu

- opatření proti riziku: provést systematickou, cílenou a komplexní propagační kampaň,
- pravděpodobnost výskytu rizika: 12%,
- následek: nežádoucí.

2) Nekvalitní provedení tisku a grafické úpravy propagačních materiálů od dodavatele, nekvalitní správa a aktualizace internetového portálu

- opatření proti riziku: písemná smlouva s dodavatelem o objednávkách poskytovaných služeb, řešení otázky provedení nekvalitního díla včetně sankčního ujednání,
- pravděpodobnost výskytu rizika: 10%,
- následek: nežádoucí avšak neohrožující realizaci akce.

3) Překročení rozpočtovaných nákladů,

- opatření proti riziku: systematické a pečlivé sledování nákladů akce, stanovení odpovědné osoby,
- pravděpodobnost výskytu rizika: 5%,
- následek: nežádoucí.

#### 4) Koncentrace poptávky jen do letních měsíců

- opatření proti riziku: propagace mimosezónních typů aktivit, které jsou součástí produktu,
- pravděpodobnost výskytu rizika: 7%,
- následek: nežádoucí.

### **Rizika v období po ukončení realizace akce:**

#### 1) Pokles poptávky

- opatření proti riziku: udržovací informační kampaň,
- pravděpodobnost výskytu rizika: 10%,
- následek: nežádoucí.

#### 2) Nedostatek finančních prostředků pro udržitelnost akce

- opatření proti riziku: systematické a pečlivé sledování cash flow, plánování nákladů a výnosů k zajištění udržitelnosti z finančních hlediska bude využito vlastních finančních zdrojů žadatele,
- pravděpodobnost výskytu rizika: 10%,
- následek: nežádoucí.

Díky přesné kvantifikaci těchto rizik má možnost přijmout v dostatečně dlouhém časovém intervalu potřebná opatření k zabránění jejich vzniku či jejich účelné eliminaci.

**2) *Aktivita po ukončení realizace akce.*** *Popis navazujících aktivit po ukončení realizace akce a jejich finančního personálního, technického zajištění (definování nákladů a jejich finančního krytí, personálního zajištění apod.).*

Po ukončení čerpání finanční podpory ze SROP zajistí žadatel udržitelnost všech efektů akce v souladu s podmínkami programu.

Pro zajištění udržitelnosti akce z finančního hlediska bude vypracována finanční analýza především analýza CF a analýza nákladů akce. K zajištění udržitelnosti z finančních hlediska bude využito vlastních finančních zdrojů žadatele.

Organizační zajištění akce po skončení finanční podpory ze SROP bude zajišťováno prostřednictvím členů realizačního.

Technické otázky realizace navazujících aktivit akce budou zajištěny v rámci běžné činnosti žadatele a provozu jeho společnosti.

## 5. Závěr

Rozvoj regionu z příspěvků fondů Evropské unie je v podmínkách dnešního podnikatelského klimatu velmi důležitý a velmi přínosný. Skutečné možnosti rozvoje regionu z fondů Evropské unie jsou velmi široké a v této práci je uvedeno rozdělení strukturálních fondů, jejich zaměření, cíle a priority.

Cílem bakalářské práce bylo zmapování situace v oblasti financování projektů ze Strukturálních fondů Evropské unie, co představují a k čemu přispívají.

Praktická část se zaměřila na charakteristiku společnosti, která se zabývá asistencí žadatelům při předkládání projektů do evropských a dalších fondů. Dále byla vytvořena typová žádost s cílem napomoci potencionálním žadatelům zvýšit úspěšnost při předkládání vlastních projektových žádostí.

Postup typové žádosti byl zmapován na konkrétním projektu „Sportovně relaxační dovolená v jižních Čechách“.

Je nutné si uvědomit, že zpracování kvalitního projektu zabere poměrně dlouhou dobu, proto je potřeba začít s tvorbou projektu s dostatečným časovým předstihem. Ale i samotný proces podávání žádostí o příspěvek z fondů Evropské unie je velmi složitá, náročná a dlouhodobá činnost.

Dalším důležitým aspektem je to, že samotné vypracování kvalitního projektu je složité svým procesem. Proto je samozřejmostí, že existují také specializované firmy, které se zabývají zpracováním projektů. Je nutné si uvědomit, že zpracování projektu od specializované firmy je nákladné a ne každý si tuto finanční zátěž může dovolit. A také ne u všech projektů je možno zahrnout náklady na zhotovení projektové dokumentace mezi přijatelné výdaje projektu.

Kvalitní příprava projektu zvyšuje naději úspěchu projektů a tím zlepšuje hospodářské výsledky firmy z dlouhodobého hlediska a v neposlední řadě snižuje podstatně nebezpečí takového neúspěchu projektu, který by vážně ohrozil finanční stabilitu firmy a případně její existenci. Při sestavování této žádosti musí firma objektivně zvážit svou situaci a své možnosti. V důsledku toho může zjistit možné odchytky a včas se tak vyvarovat možným komplikacím, které by mohly v budoucnu firmu ohrozit. Důležité je, aby vedení firem věnovalo zpracování projektů zaslouženou pozornost.

Práce je určena všem podnikatelům i všem ostatním zájemcům, kteří se snaží uspět na našem trhu, hledají nové možnosti financování a chtějí využít finančních prostředků Evropské unie a nebo se jen prostě seznámit, jak proces čerpání prostředků z Evropské unie funguje.

Přinejmenším poslouží jako určitý návod či vodítko při prvním seznámení se s programy podpory a při sestavování vlastních žádostí.

Věřím, že tato práce poslouží svému účelu, přispěje ke snadnější orientaci žadatelů, ke kvalitnějšímu zpracování projektových žádostí a projektových strategických záměrů vůbec a k vyššímu čerpání prostředků ze strukturálních fondů Evropské unie.

## 6. Summary

This Bachelor Thesis is plotting the sphere of EU structural funds, more specifically what they represent and contribute towards.

The Thesis compares two program periods, concretely 2004 to 2006 and 2007 to 2013.

The theoretical part focuses on the possibilities of drawing funds from the EU structural funds to intensify the economic and social solidarity, to reduce the different levels of development between the regions.

The practical part includes characteristic's of company G-PROJECT,s.r.o. This company focuses on assisting applicants during the period the project proposes to European and other funds. The work includes an application form, to help potential claimants increase their chances of success during the project application.

The procedure of type application is mapped on the concrete Project „Sport-relaxing holiday in South Bohemia „,

**Key words:** European Union, structural funds, allocations, program period, type applications



## 7. Použitá literatura

Boháčková, I., Hrabánková, M., Svatošová, L.: Regionální rozvoj z pozice strukturální politiky, České Budějovice: Jihočeská univerzita, 2005. ISBN 80-7040-749-2.

Ministerstvo práce a sociálních věcí ČR, odbor řízení pomoci z ESF: Příručka pro žadatele o finanční podporu grantových projektů, Praha: MPSV, 2005. ISBN 80-86878-10-4.

Ministerstvo pro místní rozvoj ČR: Průvodce fondy Evropské unie, Praha: MMR, 2004.

Novotníková, H.: Dotační receptář, Praha: LexisNexis CZ, 2005. ISBN 80-86920-03-8.

Odbor rámce podpory společenství MMR ČR: Fondy EU, glosář základních pojmů, Praha: MMR, 2005.

Vilamová, Š.: Čerpáme finanční zdroje Evropské unie, Praha: GRADA, 2005. ISBN 80-247-1194-X.

Wokoun, R.: Česká regionální politika v období vstupu do EU, Praha: Oeconomica, 2003. ISBN 80-245-0517-7.

<http://www.strukturalni-fondy.cz/> [20. ledna 2007]

<http://www.mmr.cz/index.php?show=001024> [20. ledna 2007]

<http://www.evropska-unie.cz/cz/> [1. listopadu 2006]

<http://www.rr-jihozapad.cz/index.html> [15. března 2007]

<http://www.euractiv.cz/strukturalni-politika> [14. února 2007]

[http://www.kraj-jihocesky.cz/index.php?par\[id\\_v\]=926&par\[lang\]=CS](http://www.kraj-jihocesky.cz/index.php?par[id_v]=926&par[lang]=CS) [14. února 2007]

## **8. Seznam příloh**

Příloha č. 1:	Rozpočet projektu
Příloha č. 2:	Soulad s rozvojovou strategií
Příloha č. 3:	Zkušenosti žadatele
Příloha č. 4:	Elektronická žádost ELZA
Příloha č. 5:	Čestné prohlášení žadatele
Příloha č. 6:	Žádost o poskytnutí finančního příspěvku Jihočeského kraje
Příloha č. 7:	Závazný příslib ke kofinancování akce

## Příloha č. 1

1. ROZPOČET PROJEKTU PRO SROP	Projekt celkem				1. etapa (podle počtu etap přidejte sloupce)		
	Výdaje	Měrná jednotka	Počet jednotek	Jednotková cena (v Kč)	Náklady (v Kč)	Počet jednotek	Jednotková cena (v Kč)
<b>1. Lidské zdroje (pracovní smlouvy) - mezisoučet</b>				<b>0,00</b>			<b>0,00</b>
1.1 Mzdové náklady - hrubá mzda	funkce v projektu			0,00			0,00
1.2 Odvody sociálního a zdravotního pojištění zaměstnavatele	funkce v projektu			0,00			0,00
<b>2. Cestovné - mezisoučet</b>				<b>1 600,00</b>			<b>0,00</b>
2.1 Cestovné (dle zákona č.119/92 Sb.)				0,00			0,00
2.2 Náklady na vozidlo (služební vůz) - spotřeba PHM	km	400,00	4,00	1 600,00			0,00
<b>3. Nákupy materiálu a zboží (obchodní smlouvy, faktury, paragony) - mezisoučet</b>				<b>0,00</b>			<b>0,00</b>
3.1 Nákup materiálu (spotřební, pomocný)	ks			0,00			0,00
3.2 Nákup zboží	ks			0,00			0,00
3.3 Nákup DHM	ks			0,00			0,00
3.4 Ostatní (specifikujte)				0,00			0,00
<b>4. Nákupy služeb (obchodní smlouvy, faktury, paragony) - mezisoučet</b>				<b>674 512,00</b>			<b>0,00</b>
4.1 Přepravné (tuzemsko a zahraničí, hromadná přeprava osob a zboží, atd.)				0,00			0,00
4.2 Leasing							
4.3 Pronájmy	akce						0,00
4.3.1 Pronájem výstavní plochy na veletrhu	ks	1,00	25 000,00	25 000,00			
4.3.2 Pronájem plochy pro umístění směrových tabulí	ks	4,00	1 200,00	4 800,00			
4.3.3 Pronájem plochy pro umístění směrových šipek	ks	28,00	600,00	16 800,00			
4.4 Služby související s provozem kanceláře (telefony, energie, aj. režie)	měsíc			0,00			0,00
4.5 Ubytování a stravné				0,00			0,00

4.6 Studie, publikace (tvorba, tisk, kopírování)	ks			0,00			0,00
4.7 Náklady na konference/semináře (honoráře, ostatní služby)							0,00
4.7.1 Profesionální hosteska - veletrh cestovního ruchu	osoba/den	3,00	6 000,00	18 000,00			
4.8 Překlady, tlumočení	normostrana						0,00
4.8.1 Překlady - brožura NJ, Aj, Fj, lj	normostrana	24,00	280,00	6 720,00			
4.8.2 Překlady - brožura holandština	normostrana	6,00	490,00	2 940,00			
4.8.3 Překlady - webové stránky - Aj, Nj, Fj. lj	normostrana	40,00	280,00	11 200,00			
4.8.4 Překlady - webové stránky - holandština	normostrana	10,00	490,00	4 900,00			
4.9 Náklady na audit, nezbytné posudky	ks			0,00			0,00
4.10 Náklady na publicitu (informační tabule, pamětní desky)	ks						0,00
4.10.1 Výroba a umístění směrových šipek	ks	28,00	1 400,00	39 200,00			
4.10.2 Výroba a umístění směrových tabulí	ks	4,00	13 000,00	52 000,00			
4.11 Náklady na výběrová řízení				0,00			0,00
4.12 Náklady na poradenství, expertní, konzultační a jiné služby				0,00			0,00
4.13 Právní služby				0,00			0,00
4.14 Finanční služby (bankovní úroky, poplatky, záruky atd.)	měsíc			0,00			0,00
4.15 Náklady na marketing							0,00
4.15.1 Propagační materiály - brožura	ks	1 000,00	40,00	40 000,00			
4.15.2 Propagační materiály - mapa	ks	500,00	20,00	10 000,00			
4.15.3 Propagační materiály - pohlednice	ks	1 000,00	6,50	6 500,00			
4.15.4 Propagační materiály - skládačka	ks	500,00	20,00	10 000,00			
4.15.5 Propagace v tisku	měsíc	6,00	6 240,00	37 440,00			
4.15.6 Propagace v rozhlasu	měsíc	3,00	39 104,00	117 312,00			
4.15.7 Propagace v televizi	měsíc	3,00	12 500,00	37 500,00			
4.15.8 Propagace v telefonních seznamech	počet	4,00	14 000,00	56 000,00			
4.15.9 Propagace ve specializovaných časopisech	měsíc	3,00	12 400,00	37 200,00			
4.15.10 Tvorba a umístění tiskových zpráv v médiích	měsíc	6,00	1 500,00	9 000,00			
4.15.11 Tvorba propagační internetové stránky	počet	1,00	84 000,00	84 000,00			
4.15.12 Správa a aktualizace internetové stránky	měsíc	8,00	6 000,00	48 000,00			
4.16 Odpisy vlastního hmotného a nehmotného majetku				0,00			0,00
4.17 Ostatní výše nespecifikované služby (specifikujte)				0,00			0,00

<b>5. Investiční náklady - mezisoučet</b>				<b>34 000,00</b>			<b>0,00</b>
5.1 Zabezpeční výstavby (inženýrská činnost)				0,00			0,00
5.2 Nákup pozemků (do 10% celk. uznatel. nákladů), nemovitostí				0,00			0,00
5.3 Projektová dokumentace do 5% celkových uznatelných nákladů projektu (projektová dokumentace stavby, dokumentace pro podání žádosti, EIA, studie proveditelnosti, CBA, podnikatelský plán)	ks	1,00	34 000,00	34 000,00			0,00
5.4 Stavební části stavby				0,00			0,00
5.5 Technologická zařízení (nákup technologických zařízení, strojů a zařízení vč. montáže - nové i použité zařízení)				0,00			0,00
5.6 Nákup nehmotného majetku ( patenty, know-how, licence)				0,00			0,00
5.6 Ostatní výše nespecifikované investiční náklady				0,00			0,00
<b>6. Jiné náklady - mezisoučet</b>				<b>0,00</b>			<b>0,00</b>
6.1. Náklady partnera (specifikujte)				0,00			0,00
6.2 Výdaje v naturáliích (pozemky, nemovitosti, stavební práce)				0,00			0,00
6.3 Ostatní ( nelze využít předchozích řádků - specifikujte )				0,00			0,00
6.4 DPH, kdy není nárok na odpočet na vstupu				0,00			0,00
<b>I. Uznatelné výdaje celkem</b>				<b>710 112,00</b>			<b>0,00</b>
<b>II. Neuznatelné výdaje celkem (např. bytová výstavba, sankce, nákup osobních vozů, kancelářské vybavení, DPH u plátců, výdaje na opravu u investičních projektů, příjmy)</b>	<i>Procento</i>	<i>19,00%</i>	<i>710 112,00</i>	<i>134 921,00</i>			<i>0,00</i>
<b>III. Celkové náklady projektu (I.+II.)</b>				<b>845 033,00</b>			<b>0,00</b>

## Příloha č. 2: Soulad s rozvojovou strategií

Název akce: Sportovně relaxační dovolená v jižních Čechách

Žadatel: Jan Šťastný, s.r.o.

<p>Název programu /koncepce/strategie Zpracovatel / číslo verze</p> <p>Schvalující subjekt</p>	<p>Strategie rozvoje cestovního ruchu v Jihočeském kraji Svaz měst a obcí Jihočeského kraje, Krajský úřad Jihočeského kraje, Česká centrála cestovního ruchu, ČSAD Jihotrans / 30.7.2002 Krajský úřad Jihočeského kraje</p>
<p>Priorita/strategický cíl</p>	<p>IV.5.1 Priorita 1: Organizace a regionální management cestovního ruchu Opatření 1.3 Podpora aktivit rozvíjejících regionální partnerství v oblasti cestovního ruchu IV.5.1 Priorita 5: Marketing, informační servis 3.2 SWOT ANALÝZA</p>
<p>Opatření</p>	<p>Opatření 1.3 Podpora aktivit rozvíjejících regionální partnerství v oblasti cestovního ruchu a) Podpora vytváření partnerských kooperačních sítí („networking“) mezi subjekty CR v regionu (např. pro přípravu a realizaci společných projektů) b) Podpora tvorby „package“ nabídek sestavovaných na základě spolupráce více subjektů Opatření 5.2 Podpora regionálních marketingových aktivit zaměřených na návštěvníky, tour-operátory a obyvatele regionu<sup>1</sup>. Marketing a PR cestovního ruchu zaměřený na jednotlivé cílové skupiny návštěvníků<sup>2</sup>.</p>
<p>Jakým způsobem projekt přispěje k dosažení zamýšlených aktivit?</p>	<p>Doporučené aktivity: tvorba nabídek zaměřených na cílové skupiny návštěvníků, tvorba tématických nabídek, tvorba nabídek na bázi spolupráce obcí, podnikatelů a neziskových organizací<sup>1</sup>. Marketing regionálních produktů pro cílové skupiny (milovníci přírody, kulturní a poznávací turisté, aktivní sportovci, rodiny s dětmi,...)<sup>2</sup> Projekt řeší přispěje k řešení slabých stránek uvedených ve SWOT analýze mezi které patří: sezónní přetíženost turistů v některých částech kraje, nedostatečná nabídka doplňkových služeb CR, nedostatečná nabídka produktů v CR, nedostatek regionálního partnerství<sup>3</sup>.</p>

Přínosy pro kraj/ mikroregion, obec (kvantitativní vyjádření)	
Anotace zdroje:	<sup>1</sup> Str.70, odstavec 2,3, <sup>2</sup> Str. 81, odstavec 4, <sup>3</sup> Str. 50.

Název programu /koncepce/strategie	Postup realizace a aktualizace Koncepce státní politiky cestovního ruchu v ČR do roku 2006
Schvalující subjekt / číslo verze	Ministerstvo pro místní rozvoj / listopad 2004
Priorita/strategický cíl	Vyhodnocení celkové analýzy cestovního ruchu v ČR (SWOT), Priorita 4 Rozvoj cestovního ruchu
Opatření	Opatření 4.1.2 Podpora regionálních a místních služeb cestovního ruchu <sup>1</sup>
Jakým způsobem projekt přispěje k dosažení zamýšlených aktivit?	Nízký podíl produktů šetrných forem turistiky (agroturistika, cykloturistika, pěší turistika, lázeňská turistika) na trhu cestovního ruchu <sup>2</sup> .
Přínosy pro kraj/ mikroregion, obec (kvantitativní vyjádření)	
Anotace zdroje:	<sup>1</sup> Str. 16, odstavec 4, <sup>2</sup> Str. 7.

Název programu /koncepce/strategie	Program rozvoje územního obvodu Jihočeského kraje
Schvalující subjekt / číslo verze	Regionální rozvojová agentura RERA a.s. / 30.11.2001
Priorita/strategický cíl	
Opatření	II.1.2 SWOT analýza kraje pro oblast Cestovní ruch, kultura a vnější vztahy II.1.3 SWOT analýza kraje pro oblast Podpora a rozvoj podnikání
Jakým způsobem projekt přispěje k dosažení zamýšlených aktivit?	Projekt přispěje k řešení slabých stránek a ohrožení SWOT analýzy mezi které patří: malá propagace Jihočeského kraje a jeho silných stránek, chybějící cílený regionální marketing. Dále především chybějící provázaná spolupráce mezi podnikateli navzájem a mezi podnikateli a obcemi, nedostatečná koordinace a malá komunikace všech subjektů při tvorbě kulturních programů a propagací regionu a místa <sup>1</sup> . Nedůvěra turistů, nedostatečná spolupráce jednotlivých subjektů cestovního ruchu v rámci Jihočeského regionu (velké území, správní celky), vedoucí k masové turistice soustředěné do několika málo turistických center <sup>2</sup> .

	Stagnace rozvoje kvality, rozsahu služeb a nabídky produktů v cestovním ruchu, nízká kvalita služeb v cestovním ruchu <sup>3</sup> .
Přínosy pro kraj/ mikroregion, obec (kvantitativní vyjádření)	
Anotace zdroje:	<sup>1</sup> Str. 124, <sup>2</sup> Str.125, <sup>3</sup> Str.125.



Příloha č. 3: Zkušenosti žadatele Jan Šťastný, s.r.o. s řízením projektů

1) **Název projektu: Modernizace kuchyně**

**Žadatel:** Jan Šťastný, s.r.o.

**Celková hodnota projektu:** 800.000,- Kč

**Část projektu realizovaná přímo žadatelem:** 100 %

**Datum (začátek / konec projektu):** 15.06.2004 – 15.02. 2005

**Zdroj financování:** Vlastní

**Kontakt na poskytovatele finančních prostředků:** Českomoravská záruční a rozvojová banka a.s.

**Popis projektu:** S rozšířenými požadavky EU na stravovací služby bylo nutné technologicky zmodernizovat stávající provoz kuchyně. Jedná se zejména o nové technologické procesy podle vyhlášky č. 137/2004 Sb. Zároveň žadatel tímto krokem zvýšil kvalitu svých poskytovaných služeb, čímž podpořil zvýšení počtu turistů přijíždějících do jižních Čech.

**Výsledky projektu:** Zmodernizován provoz kuchyně.

2) **Název projektu: Letní restaurace**

**Žadatel:** Jan Šťastný služby s.r.o.

**Celková hodnota projektu:** 2.500.000,- Kč

**Část projektu realizovaná přímo žadatelem:** 100 %

**Datum (začátek / konec projektu):** 1991 – 2004

**Zdroj financování:** Vlastní

**Kontakt na poskytovatele finančních prostředků:** Jan Šťastný, s.r.o.

**Popis projektu:** Postupná výstavba restaurace se stánkem rychlého občerstvení, suvenýrů a směnárny. S rozvojem novodobé turistiky a nutností řešit rekonstrukci nevyhovujících prostor určených pro stravování. Vznikla stavba lehké konstrukce letní restaurace v Třeboni s doplňkovými službami. I tímto krokem žadatel přispěl ke zvýšení kvality poskytovaných služeb v oblasti cestovního, čímž podpořil zvýšení počtu turistů přijíždějících do jižních Čech.

**Výsledky projektu:** Nová restaurace se stánkem rychlého občerstvení.

3) **Název projektu: Hotel Adalbert – projektová příprava**

**Žadatel:** Jan Šťastný, s.r.o.

**Celková hodnota projektu:** 960.000,- Kč

**Část projektu realizovaná přímo žadatelem:** 54 %

**Datum (začátek / konec projektu):** červenec 2004 – říjen 2004

**Zdroj financování:** Jihočeský kraj (grant ve výši 442.000,- Kč) – 46 %

**Kontakt na poskytovatele finančních prostředků:** Jihočeský kraj, U Zimního stadionu 1982/2, 370 76 Č. Budějovice, zastoupený hejtmanem RNDr. Janem Zahradníkem

**Popis projektu:** Příprava podkladů a dokumentů pro předložení žádosti do SROP s cílem racionalizaci tří provozoven – vinárny, baru a restaurace v přízemí resp. ve sklepích, a současně dostavba patra s podkrovím, ve kterém by byly umístěny ubytovací kapacity doplňující zařízení (internet, fitness). Činnosti projektu spočívali v přípravě podkladů pro kompletaci žádosti do SROP. Zejména se jednalo o tyto podklady (Soulad s rozvojovou strategií, logický rámec projektu, podrobný rozpočet projektu, doklady o právní subjektivitě žadatele, projektová dokumentace, formuláře ISPROFIN a další podklady nutné k vypracování projektové žádosti).

**Výsledky projektu:** Zpracována žádost do programu SROP.