

JIHOČESKÁ UNIVERZITA V ČESKÝCH
BUDĚJOVICÍCH

Ekonomická fakulta

BAKALÁŘSKÁ PRÁCE

2009

Tomáš Karbulka

Jihočeská univerzita v Českých
Budějovicích

Ekonomická fakulta
Katedra obchodu a cestovního ruchu

Studijní program: B 6208 Ekonomika a management

Studijní obor: Obchodní podnikání

Formy regionální kooperace z pohledu podpory produkce

Vedoucí bakalářské práce:

Ing. Kamil Pícha, Ph.D.

Autor:

Tomáš Karbulka

2009

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE
(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Tomáš KARBULKA**
Studijní program: **B6208 Ekonomika a management**
Studijní obor: **Obchodní podnikání**

Název tématu: **Formy regionální kooperace z pohledu podpory produkce**

Z á s a d y p r o v y p r a c o v á n í :

Cíl práce:

Analýza vybrané formy regionální kooperace a vymezení jejího potenciálu v oblasti podpory místní produkce. Práce je zahrnuta do řešení výzkumného záměru ZF JU MSM 600766 5806.

Metodický postup:

1. Studium teoretických východisek
2. Příprava a realizace výzkumu
3. Zhodnocení výsledků
4. Závěry a doporučení

Rámcová osnova:

1. Úvod. 2. Literární rešerše. 3. Cíle a metodika. 4. Analýza a syntéza poznatků z vlastního zkoumání. 5. Závěr. 6. Seznam literatury. 7. Přílohy.

Rozsah grafických prací: **dle potřeby**
Rozsah pracovní zprávy: **30 - 40 stran**
Forma zpracování bakalářské práce: **tištěná**

Seznam odborné literatury:

- Čepelka, O.: Místní partnerství a rozvoj venkova: (příprava na iniciativu LEADER), Liberec: Omega, 2004.
Disman, M.: Jak se vyrábí sociologická znalost. Praha: Karolinum, 2005.
Kotler, P., Keller, K.L.: Marketing Management. Praha: Grada Publishing 2007.
Kozel, R. Moderní marketingový výzkum. Praha: Grada, 2006.
Národní strategický plán rozvoje venkova České republiky na období 2007 - 2013. Praha: Ministerstvo zemědělství ČR, 2006.
Pravidla programu Leader ČR. Praha: Ministerstvo zemědělství ČR, 2007.
Program rozvoje venkova ČR na období 2007 - 2013. Praha: Ministerstvo zemědělství ČR, VÚZE, 2007.

Vedoucí bakalářské práce: **Ing. Kamil Pícha, Ph.D.**
Katedra obchodu a cestovního ruchu

Datum zadání bakalářské práce: **15. března 2008**
Termín odevzdání bakalářské práce: **15. dubna 2009**

L.S.

prof. Ing. Magdalena Hrabánková, CSc.
děkanka

doc. Ing. Marie Hesková, CSc.
vedoucí katedry

V Českých Budějovicích dne 26. března 2008

Prohlášení:

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci na téma „Formy regionální kooperace z pohledu podpory produkce“ vypracoval samostatně na základě vlastních zjištění a použil jsem prameny, které uvádím v přehledu literatury.

Prohlašuji, že v souladu s § 47b zákona č. 111/1998 Sb. v platném znění souhlasím se zveřejněním své bakalářské práce, a to v nezkrácené podobě elektronickou cestou ve veřejně přístupné části STAG provozované Jihočeskou univerzitou v Českých Budějovicích na jejích internetových stránkách.

V Českých Budějovicích dne 6.dubna 2009

.....
Tomáš Karbulka

Poděkování:

Velmi děkuji Ing. Kamilu Píchovi, Ph.D. za odbornou pomoc a rady při zpracování bakalářské práce.

Obsah

1 Úvod	7
2 Literární rešerše	8
2.1 Spolupráce obcí	8
2.1.1 Význam a důvody spolupráce obcí	8
2.1.2 Spolupráce mezi obcemi na regionální úrovni	8
2.1.3 Spolupráce obcí se subjekty v území	9
2.2 Mikroregiony	9
2.3 Místní akční skupiny	9
2.4 Charakteristiky programu LEADER	11
2.4.1 Podstata programu LEADER	11
2.4.2 LEADER v ČR	12
2.4.3 Cíle programu LEADER	13
2.4.4 Efekty programu LEADER	14
2.5 Program rozvoje venkova na období 2007 - 2013	14
2.6 Marketingový výzkum	17
2.6.1 Sekundární údaje	18
2.6.2 Primární údaje	18
2.6.2.1 Pozorování	19
2.6.2.2 Dotazování	19
2.6.2.3 Experiment	19
2.7 Sociologický výzkum	20
2.7.1 Funkce sociologie	20
2.7.2 Sociální vztahy	20
2.7.3 Sociální a sociálně psychické jevy	21
2.7.4 Kvalitativní a kvantitativní výzkum	21
3 Cíle a metodika	23
3.1 Cíle	23
3.2 Hypotézy	23
3.3 Metodika	23

4	Analýza a syntéza poznatků z vlastního zkoumání	25
4.1	Strukturovaný rozhovor	25
4.2	Dotazníkové šetření	43
4.2.1	Dotazník pro podnikatele	43
4.2.2	Dotazník pro členy místní akční skupiny	47
5	Závěr	51
6	Seznam literatury	55
7	Přílohy	57

1 Úvod

Většina podnikatelů se začíná zajímat o možnosti čerpání dotací a dalších forem podpory v dosažení jejich podnikatelských záměrů, většině však zatím chybí potřebné znalosti o této problematice. Čerpání dotací z programu Leader je přitom jedním z významných způsobů podpory podnikání na venkově a místní akční skupiny jsou ideálním zdrojem informací v této problematice.

Hlavním cílem této bakalářské práce je analýza místní akční skupiny a vymezení jejího potenciálu v oblasti podpory místní produkce. Konkrétně půjde o Místní akční skupinu Hlubocko - Lišovsko o.p.s. Výsledkem bude zjištění, jestli podnikatelé mají zájem spolupracovat při naplňování svého podnikatelského záměru, jestli jsou dostatečně informováni o možnosti spolupráce s místní akční skupinou, popřípadě zda již spolupracují a jakou konkrétní podporu ve svém podnikání obdrželi. Dále zjistíme, kteří podnikatelé mají z činnosti místní akční skupiny prospěch, s jakými problémy se místní akční skupina potýká, jestli akční skupina propaguje svoji činnost a jakým způsobem podporuje podnikání.

Účelem bakalářské práce pak bude vyzdvihnout důležitost činnosti místních akčních skupin, poukázat na specifika a problematiky těchto skupin a přispět tak k jejich komplexní analýze, která může pomoci k identifikaci a řešení nedostatků a překážek, kterým musí místní akční skupiny a podnikatelé působící na území těchto skupin čelit.

2 Literární rešerše

2.1 Spolupráce obcí

2.1.1 Význam a důvody spolupráce obcí

Důvody pro spolupráci nejrůznějších subjektů mají podle GALVASOVÉ, I. (2007) základ v existenci „synergického efektu“, tedy faktu, že společně lze dosáhnout významnějšího výstupu, než kdyby každý subjekt usiloval o dosažení cíle sám. Spolupráci lze obecně považovat za součinnost určitého množství subjektů při dosahování určitého společného cíle. Spolupráce je významný prvek fungování veřejné správy a nezbytný prvek rozvoje regionů. Z hlediska zúčastněných partnerů, jimiž mohou být složky státní správy, jednotky samosprávy, neziskové organizace (bez ohledu na jejich charakter), podnikatelský sektor či občané.

Pro obce je efektivní spolupráce klíčovým faktorem jejich rozvoje. Umožňuje jim realizovat rozhodující rozvojové záměry na svěřeném území, připravovat a uskutečňovat rozvojové projekty, které by samostatně pro jednotlivé obce byly prakticky nedosažitelné, umožňuje jim tímto způsobem snížit problémy plynoucí z jejich případné malé populační velikosti či nevýhodné územní odlehlosti.

2.1.2 Spolupráce mezi obcemi na regionální úrovni

Základní a nejtypičtější formou spolupráce obcí v ČR, přímo uvedenou v zákoně o obcích, jsou dobrovolné svazky obcí. Obvykle vznikají pro územně ucelenou oblast, vymezenou přirozenými přírodními, technickými nebo historickými hranicemi a dalšími důležitými pojíciími prvky. Vyskytují se však i svazky sdružené bez principu územní celistvosti a zaměřující se např. na rozvoj určitých společných záměrů.

2.1.3 Spolupráce obcí se subjekty v území

Rozvinutí principu partnerství, spočívajícího ve funkční spolupráci různých subjektů v území, umožňují podle GALVASOVÉ, I. (2007) místní akční skupiny.

2.2 Mikroregiony

Z podnětu Programu obnovy venkova a programu SAPARD započala ve druhé polovině 90.let dobrovolná spolupráce obcí k řešení společných problémů v rámci tzv. mikroregionů. Mikroregion je územní celek, který je tvořen soustavou venkovských obcí s horní hranicí počtu obyvatel 2000–5000, jež jsou charakterizovány vzájemnými interakcemi danými hierarchizovanou správní a funkční strukturou a vzájemnými osobními vztahy jeho obyvatel. Mikroregiony jsou vymezeny přírodními, geografickými, historickými souvislostmi a sociálně-ekonomickými vztahy v území. Až následně dostávají mikroregiony formální právní podobu (ŠKRABAL, I., NUNVÁŘOVÁ, S., NOVÁK, J., TŘEBÍCKÝ, V. 2006).

Od roku 2004 pak vznikají nové typy mikroregionů (tzv. leaderovské) z podnětu programů typu LEADER. Jejich území vymezuje působnost místní akční skupiny.

2.3 Místní akční skupiny (MAS)

MAS jsou většinou neziskové organizace: 80 % jsou občanská sdružení, téměř 20 % obecně prospěšné společnosti, zbytek pak zájmová sdružení právnických osob. V ČR musí mít MAS právní subjektivitu, zatímco v jiných zemích se uznává též neformální partnerství, které si teprve samo vytváří svoji servisní organizaci. MAS mívají i několik desítek členů, v jejich vedení stojí nejčastěji 9-12členné předsednictvo.

První MAS byly zakládány po roce 2001, většina však v letech 2004-6 pod vlivem rostoucí příležitosti finančních příspěvků pro venkovské území pomocí programů typu LEADER.

Za klíčovou úlohu MAS se podle ČEPELKY, O. (2006) považuje mobilizace rozvojového potenciálu území, na němž MAS působí. Proto je MAS koncipováno jako místní mezisektorové partnerství zástupců veřejné správy, neziskového sektoru a podnikatelského sektoru, příp. i dalších subjektů (školy, banky, rozvojové agentury, úřady práce, správy CHKO aj.), které mohou přispět ke zvýšení lidských, finančních, informačních a dalších zdrojů pro práci MAS a tedy pro rozvoj území. V orgánech MAS, které přijímají rozhodnutí, musí být minimálně 50 % soukromých subjektů a zástupci veřejné správy by měli být v menšině.

Doporučuje se, aby partnerství vznikala konzultacemi místní komunity, volených orgánů a podnikatelského sektoru a byla založena na co nejplnějším konsensu. Mělo by se to dít na základě uvážení, které téma může být v dalších šesti letech úspěšně rozvinuto a jaký mechanismus zaručí nejvyšší efekt relativně malých dotací EU. Jakmile jsou vytvořeny tyto struktury, mohou projekty žádat o financování.

Místní akční skupiny musí předložit strategii rozvoje venkova dané oblasti s ohledem na její přírodní a kulturní dědictví, posilování ekonomických podmínek a rozvoj potenciálu místní komunity. Členské země pak po konzultaci s Evropskou komisí vyberou nejlepší strategii.

Úkolem těchto skupin je navrhnout rozvojové strategie a nést poté odpovědnost za jejich implementaci.

Základní požadavky na MAS (ČEPELKA, O. 2001):

- Musí mít vyvážené a reprezentativní složení partnerů, vybraných z rozličných socio-ekonomických sektorů.
- Na rozhodovací úrovni skupiny nesmí být více než 50 % partnerství tvořeno ze zástupců státní správy.
- Členové MAS musí prokázat, že jsou schopni vyvinout a implementovat rozvojovou strategii pro danou oblast.
- Relevance a účinnost partnerství se hodnotí především podle jasnosti a průhlednosti rozložení úkolů a odpovědností mezi členy partnerství. Musí být zaručena schopnost členů provádět svěřené úkoly.
- Všichni členové MAS musí mít v dané oblasti své sídlo.

2.4 Charakteristiky programu LEADER

2.4.1 Podstata programu LEADER

Program LEADER je jednou z iniciativ Evropské unie financovaných ze strukturálních fondů. Jeho cílem je motivovat a podporovat místní subjekty tak, aby uvažovaly o dlouhodobých perspektivách svého regionu. K nejdůležitějším prvkům programu patří integrované strategie rozvoje a důraz na spolupráci. Příprava a realizace je založena na partnerství místních subjektů ze všech sektorů.

Cílem programu LEADER+ je podporovat obyvatele venkovských oblastí v tom, aby se vzájemnou spoluprací realizovanou na bázi partnerství vypořádali s novými problémy, kterým venkovské oblasti v souvislosti se změnami v zemědělství v důsledku reformy Společné zemědělské politiky, s rostoucími nároky spotřebitelů na kvalitu zboží, s rostoucím povědomím o problematice životního prostředí, se stále těsnější integrací světové ekonomiky a v souvislosti s rychlým šířením a využíváním nových technologií čelí. Hlavním cílem programu LEADER+ je, aby se představitelé venkovských oblastí

zamýšleli nad dlouhodobým potenciálem svých oblastí, a současně podporovat zavádění nových integrovaných, vysoce kvalitních a originálních strategií pro trvale udržitelný rozvoj venkova (LEADER+).

Hlavní charakteristiky (ČEPELKA, O. 2001):

- místní partnerství a z něj vytvořená skupina pro místní akce, popř. řídicí výbor
- rozvojová strategie (územně integrovaná, tématicky jednotná a mezisektorová)
- decentralizované rozhodování o financování a řízení dílčích projektů jednotlivých místních žadatelů
- přístup „zdola nahoru“ - zapojení partnerů a veřejnosti
- inovativnost strategie (nebo alespoň novost projektů v daném území, nikoliv činnosti opakované z minulosti)

2.4.2 LEADER v ČR

LEADER přinesl do ČR převratnou změnu - zatímco dosud byla příprava dotačních programů výhradně věcí veřejné správy, všechny příspěvky poskytovaly přímo orgány veřejné správy a s žádostmi přicházeli většinou jednotliví, vzájemně izolovaní žadatelé. Podle principů Leaderu konkrétní program pro místní příjemce příspěvků připravují sama místní mezisektorová partnerství, která také peníze rozdělují. Aby tedy mohla být MAS úspěšná, musí nejdříve vzniknout toto partnerství a její členové se musí shodnout na tom, jak věcně zaměří rozvojovou strategii, která je jádrem žádosti o financování dílčích projektů místních žadatelů, kteří k tomu budou osloveni veřejnou výzvou.

V ČR lze Leader chápat jako velmi dynamicky se rozvíjející hnutí na podporu venkovských regionů. Z institucionálního hlediska má dvě podoby: LEADER+ je jedním z neinvestičních opatření operačního programu Rozvoj venkova a multifunkční zemědělství, za který odpovídá Ministerstvo zemědělství. LEADER ČR je každoročním tuzemským programem ministerstva pro malé investice ve venkovském území (Čepelka, O. 2006).

2.4.3 Cíle programu LEADER

Program LEADER ČR je určen na jedné straně venkovským mikroregionům a jejich organizačním strukturám, které vytvářejí společné rozvojové strategie a záměry, a na druhé straně místním subjektům, které realizují konkrétní projekty (Pravidla, 2007).

LEADER+ obsahuje tři tématické proudy – cílové aktivity (ČEPELKA, O. 2001):

1. realizaci integrovaných rozvojových strategií místních akčních skupin

- Zvýšení kvality života ve venkovských oblastech.
- Co nejlepší využití místních přírodních a kulturních zdrojů.
- Zhodnocení místní produkce zejména usnadněním přístupu na trh společnými akcemi malých výrobců.
- Využití know-how a nových technologií pro zajištění konkurenceschopnosti místních výrobků a služeb.

2. Spolupráce mezi venkovskými oblastmi

- Podpora společným aktivitám včetně mezinárodní spolupráce.

3. vytváření sítí venkovských oblastí s propojením na ostatní země EU

- Identifikace a analýza informací, které mohou být přeneseny do jiných zemí.
- Oživení sítě.
- Organizace a výměna zkušeností ve prospěch znevýhodněných území.
- Odborná pomoc s přípravou na vstup a mezinárodní spolupráce.

2.4.4 Efekty programu LEADER

Co přináší LEADER venkovskému regionu (ČEPELKA, O. 2006)?

- zlepšení spolupráce aktivních subjektů v obcích, překonání izolovanosti, integrovaný rozvoj venkova
- posílení místní demokracie
- větší zapojení soukromého kapitálu do rozvoje obcí
- decentralizaci ve využití finančních prostředků, o kterém více rozhodují sami místní obyvatelé (zástupci obcí, neziskových organizací a podnikatelů)
- lepší využití konkrétních specifík venkovských regionů, oslabení centralizovaného, administrativního a paušálního přístupu k regionu

Pro lepší efekt uplatnění metody LEADER v příštím období by bylo třeba především (ČEPELKA, O. 2006):

- zjednodušit nepřiměřené formální požadavky na projektové žádosti a na monitoring realizace strategií,
- zajistit plné zálohové financování přijatých projektů,
- přihlídnout k nabytým zkušenostem uživatelů systému, tj. českých MAS, z průzkumu jejich potřeb, očekávání a podmínek práce.

2.5 Program rozvoje venkova na období 2007 - 2013

Přestože iniciativa LEADER+ Evropského společenství nebyla v letech 2000 - 2006 pro Českou republiku přístupná, začala se, vzhledem k důležitosti uplatňování tohoto principu v rozvoji venkova, Česká republika na aplikaci tohoto přístupu v dalším období (2007 - 2013) připravovat s předstihem, a již v průběhu uplynulých let vytvářela pro mikroregiony a postupně vznikající místní akční skupiny finanční i organizační

podmínky pro rozvoj jejich činnosti a osvojování si potřebných schopností (Program, 2001).

Národní strategický plán rozvoje venkova ČR (NSPRV) vychází z hlavních strategických priorit EU pro léta 2007–2013 s důrazem na zvyšování ekonomického růstu, vytváření nových pracovních příležitostí a udržitelný ekonomický rozvoj.

Strategická východiska rozvoje venkova

Národní strategický plán rozvoje venkova České republiky na období 2007 - 2013 je kompatibilní se základními národními strategickými dokumenty (zejména se Strategií regionálního rozvoje ČR, Strategií udržitelného rozvoje ČR, se Státní politikou životního prostředí ČR 2004 - 2010 a s Národním lesnickým programem). Strategické cíle vycházející z agrárních strategií a koncepcí ČR jsou plně v souladu s cíli NSPRV.

V uplynulých letech byly v ČR realizovány programy pro rozvoj zemědělství a venkova spolufinancované z EU. Byly to zejména SAPARD (2000 - 2004), OP Rozvoj venkova a multifunkční zemědělství (2004 - 2006) a Horizontální plán rozvoje venkova (2004 - 2006). Přístup k rozvoji venkova na bázi iniciativy LEADER byl v minulých letech podporován prostřednictvím Programu obnovy venkova, předvstupního programu SAPARD, Programu LEADER ČR a podopatření LEADER+ v OP Rozvoj venkova a multifunkční zemědělství. NSPRV na tyto programy plynule navazuje. Hodnocení úspěšnosti výše uvedených nástrojů a nabyté zkušenosti byly využity při tvorbě NSPRV na léta 2007 - 2013.

Národní strategický plán rozvoje venkova České republiky, jako členského státu Evropské unie, je jedním ze základních dokumentů, tvořících „evropskou“ soustavu dokumentů strategického řízení a programování na léta 2007 - 2013.

Česká republika chce realizací Národního strategického plánu rozvoje venkova (Národní, 2006) dosáhnout, aby se deklarovaná strategická vize podoby českého venkova k roku 2013 stala skutečností. K tomu si stanovuje globální cíl, jehož naplnění

má tři dimenze. Dimenzi prosperující ekonomiky (konkurenceschopného hospodaření), dimenzi kvalitního životního prostředí a dimenzi dobrého pracovního uplatnění obyvatel venkova .

Programovací období 2000 - 2006, které bylo podle ŠKVRNOVÉ, J. (2006) charakteristické tím, že jsme měli šanci vyzkoušet si, jaké to je žádat o finanční pomoc Evropskou unii v rámci předvstupních fondů (SAPARD, ISPA, PHARE) a od roku 2004 i v rámci „opravdových“ strukturálních fondů EU. Zkušenost to byla cenná, ale ne vždy stoprocentně pozitivní. Jednoznačně pozitivní, pomineme-li faktický přísun peněz, byla zkušenost pramenící z poznání, na jakém principu fungují procesy, které jsou spojeny s žádáním a posléze i čerpáním finančních prostředků z EU fondů. Zkušenost to nebyla pouze pro žadatele, kteří se o podporu ucházeli, ale rovněž pro implementační subjekty, které poskytování a čerpání finančních prostředků administrovaly a řídily. Ze strany příjemců dotací či žadatelů o ně byla negativně vnímána zejména složitost a roztržitost informací, jejich zásadní nedostatek, celkově nepružné a administrativně, organizačně i finančně náročné procesy, nejasné a často se měnící podmínky a zásady jednotlivých programů, jakož i málo přátelské procesy finančních toků.

Z těchto zkušeností a z provedených střednědobých zhodnocení současných operačních programů čerpají zpracovatelé nových operačních programů pro realizaci programového období 2007 - 2013 tak, aby alokované finanční prostředky byli vyčerpány nejen co nejefektivněji, včas a v maximálním objemu, ale aby jejich zacílení znamenalo pro Českou republiku všeobecný pokrok, spočívající v ekonomickém rozvoji, růstu a zaměstnanosti.

PRV provádí strategii rozvoje venkova prostřednictvím souboru opatření rozdělených do skupin podle os I - IV, s tím že budoucí politika rozvoje venkova v období 2007 – 2013 je zaměřena na tyto klíčové oblasti (Program rozvoje venkova ČR 2006):

- osa I – zlepšení konkurenceschopnosti zemědělství a lesnictví s cílem přispět k vytvoření silného a dynamického zemědělsko-potravinářského odvětví prostřednictvím přenosu znalostí a inovací a investic do fyzického a lidského kapitálu,
- osa II - zlepšování životního prostředí a krajiny s cílem posílit biologickou rozmanitost, zachovat systémy zemědělství a lesnictví s vysokou přírodní hodnotou, včetně zaměření na ochranu vody a zmírňování negativních vlivů změn klimatu,
- osa III - kvalita života ve venkovských oblastech a diverzifikace hospodářství venkova s cílem tvorby pracovních příležitostí, zabezpečení podmínek růstu a kvality života a podpory vzdělávání a vytváření místních partnerství,
- osa IV - Leader s cílem přispět k realizaci priorit os I , II a především osy III, zlepšit řízení a mobilizovat přirozený vnitřní rozvojový potenciál venkovských oblastí s důrazem na vytváření a rozvíjení místních partnerství venkovských subjektů.

2.6 Marketingový výzkum

Marketingový výzkum podle ZBOŘILA, K. (1998) spočívá ve specifikaci, shromažďování, analýze a interpretaci informací, které slouží jako podklad pro rozhodování v procesu marketingového řízení.

Na rozdíl od průzkumu trhu, který chápeme především jako jednorázovou záležitost, zjišťující zvolenou výzkumnou technikou aktuální situaci na trhu a poskytující zadavatelům především základní popis této situace, je podle FORETA, M., STÁVKOVÉ, J. (2003) marketingový výzkum dlouhodobější prací, kombinující hned několik výzkumných postupů, uplatňující náročnější postupy statistického zpracování, porovnávající a vyhodnocující výsledky získané z různých zdrojů a docházející k hlubším poznatkům a souvislostem.

Podle zdrojů dělíme informace především na sekundární a primární.

2.6.1 Sekundární údaje

Nemá smysl „znovu objevovat Ameriku“, a proto můžeme ušetřit značné množství peněžních prostředků v případě, že víme, kde příslušné sekundární informace hledat.

Sekundární zdroje jsou podle KOZLA, R. (2006) zpravidla jednoduše dostupné veřejné zdroje informací. Obvykle slouží k jinému primárnímu účelu. Sekundární zdroje informací bývají k dispozici rychleji a bývají méně nákladné než primární zdroje údajů.

Sekundární údaje se používají především proto, že mohou (MOZGA, J., VÍTEK, M. 2001):

- omezit požadavky na primární výzkum
- sloužit jako náhrada primárního výzkumu
- být použity jako metoda sama o sobě
- být použity při akvizičních studiích

2.6.2 Primární údaje

Primární informace jsou podle ZBOŘILA, K. (1998) původní údaje, které musí být teprve shromážděny pro specifický účel. Jsou získávány prostřednictvím našeho vlastního výzkumu a slouží výhradně nebo především potřebám tohoto výzkumu.

K jejich sběru většinou využijeme jednu ze tří metod - pozorování, dotazování nebo experiment.

2.6.2.1 Pozorování

Pozorování jako metoda sběru informací spočívá podle ZBOŘILA, K. (1994) v záměrném, cílevědomém a plánovitém sledování smyslově vnímatelných skutečností (jevů nebo procesů), aniž by pozorovatel do pozorovaných skutečností nějak zasahoval.

2.6.2.2 Dotazování

V marketingovém výzkumu podle SVOBODOVÉ, H., MYNÁŘOVÉ, L., KAČERA, R. (1997) zaujímá metoda dotazování jedno z rozhodujících míst, je považována za nejtypičtější metodu marketingového výzkumu a je velmi často využívána. Dotazování je založeno na verbální komunikaci s jednotlivými zkoumanými osobami - tzv. respondenty. Jeho cílem je zobrazení rozdílů v mínění respondentů. Získáme tak informace o reálných faktech.

Typy dotazování jsou osobní, písemné, telefonické a elektronické.

Podle KOZLA, R. (2006) závisí výběr vhodného typu dotazování na různých faktorech, především na charakteru a rozsahu zjišťovaných informací, skupině respondentů, časových a finančních limitech, kvalifikaci tazatele atd. V praxi se většinou jednotlivé typy navzájem kombinují.

2.6.2.3 Experiment

Podle KOZLA, R. (2006) při experimentu provozujeme zpravidla testování, při kterém se pozoruje a vyhodnocuje chování a vztahy v uměle vytvořených podmínkách, kdy jsou dopředu nastaveny parametry, podle kterých následně experiment probíhá.

2.7 Sociologický výzkum

Sociologie je podle NOVÉHO, I. a SURYNKA, A. (2002) věda o mezilidských vztazích, které existují dlouhodobě a dosahují relativně stabilních forem svého utváření a průběhu. Sociologie je v tomto smyslu věda o principech sdružování a zespolečňování lidí. Alternativní vymezení sociologie může být následující: sociologie je věda o sociálních skupinách a organizacích, které mají v moderní společnosti z hlediska praktických potřeb člověka zásadní význam. Sociologie se zabývá principy utváření a fungování těchto útvarů.

2.7.1 Funkce sociologie (NOVÝ, I. a SURYNEK, A. 2002)

Pokud jde o společenské funkce, které má sociologie vůči společnosti plnit, rozlišujeme zejména funkci poznávací, sociotechnickou a humanizační.

Poznávací funkce

Tato funkce spočívá ve snaze o odhalení podstaty, podmíněnosti a příčinných vazeb a souvislostí jednotlivých sociálních jevů a procesů, s cílem stanovení vývojových tendencí a jejich zákonitostí.

Sociotechnická funkce

Funkce poznávací se do určité míry prolíná s funkcí sociotechnickou. Sociotechnická funkce znamená realizaci poznání v praxi. Zejména výsledky sociologických empirických výzkumů vyúsťují do návrhů sociotechnických opatření na řešení existujících problémů, potíží a nedostatků.

2.7.2 Sociální vztahy

Těžištěm zájmu sociologie jsou podle NOVÉHO, I. (1997) vztahy mezi lidmi, tzn. sociální vztahy, které zapojují jedince do nejrůznějších nadindividuálních sociálních útvarů.

Člověk ve společnosti jedná nikoli jen na základě bezprostřední reakce na podněty, ale v důsledku záměrného poznání a zhodnocení situace. Reaguje tak zejména na svůj vlastní myšlenkový svět a na to, jak se mu okolní svět jeví, méně již na jeho skutečnou podobu. Proto se můžeme setkat s nejrůznějším chováním lidí, a to i v opakovaných situacích. I přesto nacházíme v jejich chování mnoho společných rysů, které nejsou náhodné. To společné, co způsobuje, že různí lidé se chovají obdobně, dává představu o společně sdíleném základu chování lidí.

2.7.3 Sociální a sociálně psychické jevy

Z obecně metodologických důvodů a také z logiky sociologického a sociálně psychologického výzkumu je podle SURYNKA, A., KOMÁRKOVÉ, R. a KAŠPAROVÉ, E. (2001) třeba nejdříve zodpovědět otázku, co je předmětem výzkumu. Metodologie každého výzkumu musí vycházet z povahy zkoumaných jevů a nástroje pro získávání informací ve zkoumané realitě musí této povaze odpovídat. Proto i sociologický a sociálně psychologický výzkum by měl ve své metodologii vycházet z povahy předmětných jevů, z jejich projevu a utváření.

2.7.4 Kvalitativní a kvantitativní výzkum (SURYNEK, A., KOMÁRKOVÁ, R., KAŠPAROVÁ, E. 2001)

Míra složitosti sociálních a sociálně psychických jevů a obtíže spojené s jejich poznáním jsou významné faktory, které určují, zda bude realizován výzkum kvantitativní nebo kvalitativní. Určení však není přímé, neplatí, že složitý sociální a sociálně psychický jev vyžaduje např. kvalitativní výzkum. Zda bude realizován výzkum kvalitativní nebo kvantitativní, je nakonec stanoveno především cílem výzkumu, ve kterém je složitost nebo jednoduchost jevu zdůrazněna.

Výzkum kvantitativní, se kterým se zpravidla spojuje obecná představa sociologického a sociálně psychologického výzkumu, lze realizovat tehdy, jde-li o jevy relativně

jednoduché a do určité míry poznané. Jednoduché v tom smyslu, že nejsou skryty smyslovému poznávání, mají jednoznačný výraz, je možné se jich zmocnit prostřednictvím používaných nástrojů zajištění hromadných dat.

Výzkum kvalitativní je, pokud jde o jeho zaměření, doplňkem výzkumu kvantitativního (neboli ve smyslu podřízené části). Tím má být vyjádřeno, že sledovaná problematika má dvě vzájemně se doplňující části, tj. obsah a jeho jednotlivé kvantifikovatelné charakteristiky. Úkolem kvalitativního výzkumu je odhalovat neznámé skutečnosti o sociálních a sociálně psychických jevech, odhalovat jejich obsah, a to především:

- existenci těchto jevů a jejich strukturu,
- jejich vlastnosti a funkce,
- faktory, které sociální a sociálně psychické jevy ovlivňují nebo s nimi jinak souvisejí.

Podle DISMANA, M. (2008) je zřejmé, že v sociálních vědách prakticky nikdy nebudeme pracovat s úplně popsáním přirozeným systémem, a tudíž budeme vždy vystaveni zkreslení. Nutnost pracovat s redukováným popisem reality je ještě zdůrazněna následujícím faktem, že redukce informace v sociologickém výzkumu probíhá na několika úrovních:

- redukce počtu pozorovaných proměnných,
- redukce počtu analyzovaných vztahů mezi nimi,
- redukce populace na vzorek a
- redukce časového kontinua na popis jednoho nebo několika málo časových bodů.

3. Cíle a metodika

3.1 Cíle

Hlavním cílem práce je analýza místní akční skupiny a vymezení jejího potenciálu v oblasti podpory místní produkce. Konkrétně půjde o Místní akční skupinu Hlubocko - Lišovsko o.p.s. Výsledkem bude zjištění jestli podnikatelé chtějí spolupracovat při naplňování svého podnikatelského záměru, jestli ví o možnosti spolupráce s místní akční skupinou, popřípadě jestli už spolupracují nebo co od případné spolupráce očekávají. Dále zjistím informace o aktivitách, způsobech podpory a plánech Místní akční skupině Hlubocko - Lišovsko o.p.s.

Informace, které shromáždím budou dále zahrnuty do řešení výzkumného záměru ZF JU MSM 600766 5806.

3.2 Hypotézy

Po stanovení cílů mohu stanovit hypotézy, které po provedení výzkumů potvrdím či vyvrátím.

- místní akční skupina podporuje místní produkci
- místní akční skupina má i nadále zájem podporovat místní produkci
- místní producenti ví o činnostech místní akční skupiny
- místní producenti jsou s podporou spokojeni

3.3 Metodika

V praktické části jsem se zabýval sběrem a analýzou primárních dat. Data jsem získal od představitelů Místní akční skupiny Hlubocko - Lišovsko o.p.s. a od podnikatelů působících na území Místní akční skupiny Hlubocko - Lišovsko o.p.s. Od představitele místní akční skupiny jsem získal data provedením strukturovaného rozhovoru. Od

podnikatelů jsem získal primární data dotazováním. Po sestavení dotazníku jsem vyhledal na internetu e-mailové adresy některých podnikatelů a dotazníky jim rozeslal. Návratnost dotazníků rozeslaných elektronickou poštou však byla velmi malá, proto jsem vyhledal na internetu sídla a telefonní čísla firem a sbíral jsem primární data osobním a telefonickým dotazováním. Osobní dotazování v sídlech firem bylo velmi časově náročné, proto jsem většinu vyplněných dotazníků získal telefonickým dotazováním. Informace získané z vyplněných dotazníků jsem zpracoval pomocí základních statistických metod (absolutní a relativní četnosti) a znázornil jsem je do tabulek.

4. Analýza a syntéza poznatků z vlastního zkoumání

4.1 Strukturovaný rozhovor s manažerkou Místní akční skupiny Hlubocko - Lišovsko o.p.s.

4.1.1 Charakteristika MAS

a. Vznik MAS (kdy, jak, proč)

Místní akční skupina Hlubocko - Lišovsko o.p.s. byla zapsána do rejstříku obecně prospěšných společností dne 13. prosince 2004. Jejími zakladateli jsou svazek obcí Budějovicko – sever, svazek obcí Lišovsko, Okresní agrární komora České Budějovice, BESI a.s., G-PROJECT, s.r.o., Lesy Hluboká nad Vltavou a.s., STEINBAUER LECHNER s.r.o. a občanské sdružení Jihočeská růže. Zástupci těchto organizací působí ve správní a dozorčí radě MAS. Společnost se zřizuje za účelem vytvoření integrované územní strategie rozvoje venkova pilotního charakteru.

Založení iniciovaly tři osoby: předseda svazku obcí Budějovicko – sever Václav Fučík, ředitel poradenské agentury G-PROJECT, s.r.o. JUDr. Jan Šmidmayer a předseda představenstva Regionální agrární komory Jihočeského kraje Ing. Pavel Dlouhý, který též působí jako místostarosta v Hluboké nad Vltavou. Každý z těchto tří iniciátorů následně oslovil další subjekty tak, aby vznikla 9-členná správní rada a 3-členná rada dozorčí. Nechtěli jsme v první fázi vytvořit organizaci s několika desítkami zakladatelů, neboť naší strategií je organický růst. MAS je otevřená novým členům, jejich zástupci se stávají členy programového výboru.

b. Sídlo

Sídlo společnosti: Masarykova 1, 373 41 Hluboká nad Vltavou.

c. Organizační struktura, orgány, hlavní představitelé

Správní radu společnosti tvoří tyto členové:

Ing. Pavel Dlouhý

JUDr. Jan Šmidmayer

Ing. Václav Chmel

Václav Fučík

Ing. Miloš Balák

Ing. Pavel Kašpárek

Vít Steinbauer

Josef Šafář

Předseda správní rady je Ing. Pavel Dlouhý a 1. místopředseda správní rady je JUDr. Jan Šmidmayer.

Dozorčí radu společnosti tvoří tyto členové:

Ing. Vladislav Ludvík

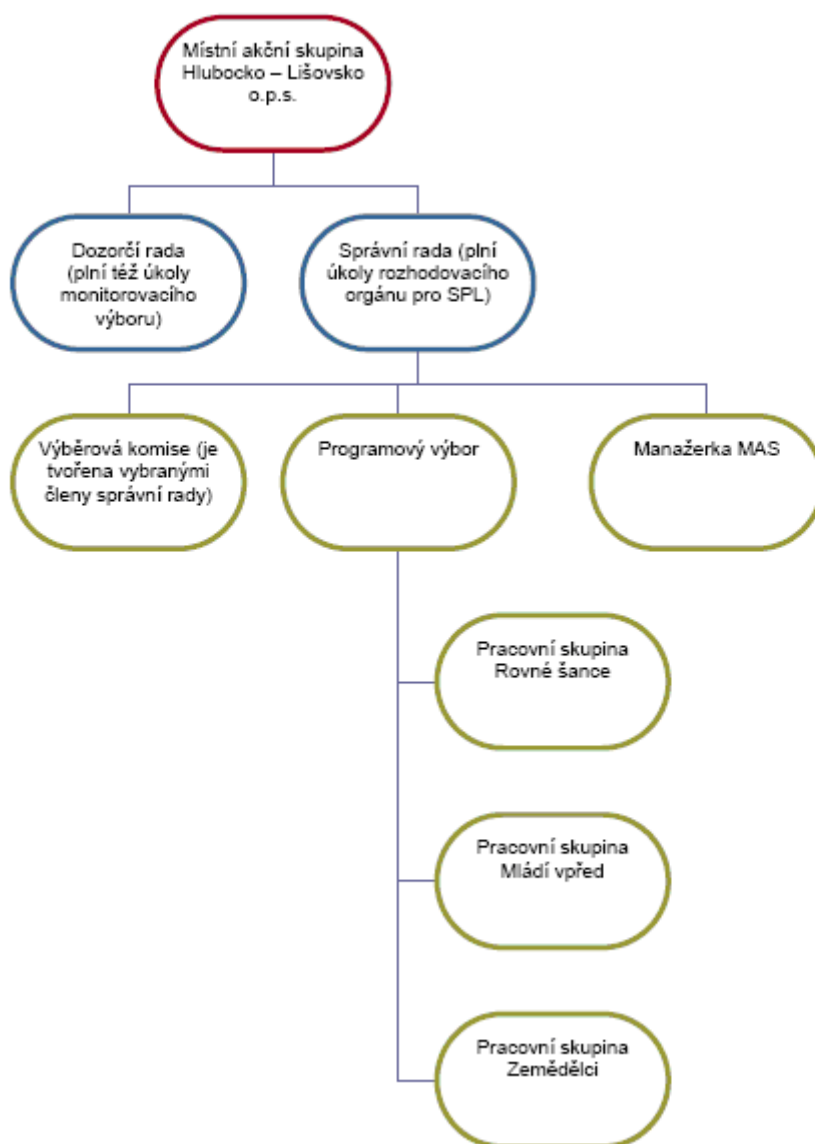
Ing. Ivo Melíšek

Josef Matouš

Dalšími orgány společnosti jsou zejména programový výbor a výběrová komise.

Programový výbor navrhuje strategii včetně jednotlivých opatření a aktivit. Programový výbor je zodpovědný za vypracování strategie a její pravidelnou aktualizaci. Dále připravuje výzvy v rámci Strategického plánu Leader.

Úkolem výběrové komise je výběr projektů v rámci strategie. Výběrová komise je minimálně z 50 % tvořena zástupci soukromého sektoru.



d. Členské obce a jejich stručná charakteristika

Místní akční skupina Hlubocko – Lišovsko o.p.s. sdružuje obce a podnikatele z Adamova, Borku, Hluboké nad Vltavou, Hosína, Hrdějovic, Hůr, Hvozdce, Chotýčan, Jivna, Libína, Libníče, Lišova, Rudolfova, Ševětína, Štěpánovic, Úsilného, Vitína a Zvíkova.

Adamov

Katastrální výměra: 103,09 ha

Počet obyvatel: 520

Počet obyvatel v produktivním věku: 394

Hustota osídlení: 504,4 obyvatel/km²

Borek

Katastrální výměra: 193,65 ha

Počet obyvatel: 1153

Počet obyvatel v produktivním věku: 876

Hustota osídlení: 595,4 obyvatel/km²

Hluboká nad Vltavou

Katastrální výměra: 9111,98 ha

Počet obyvatel: 4625

Počet obyvatel v produktivním věku: 3284

Hustota osídlení: 50,8 obyvatel/km²

Hosín

Katastrální výměra: 3097,35 ha

Počet obyvatel: 666

Počet obyvatel v produktivním věku: 460

Hustota osídlení: 21,5 obyvatel/km²

Hrdějovice

Katastrální výměra: 882,32 ha

Počet obyvatel: 1557

Počet obyvatel v produktivním věku: 1148

Hustota osídlení: 176,5 obyvatel/km²

Hůry

Katastrální výměra: 534,28 ha

Počet obyvatel: 444

Počet obyvatel v produktivním věku: 322

Hustota osídlení: 83,1 obyvatel/km²

Hvozdec

Katastrální výměra: 238,3 ha

Počet obyvatel: 76

Počet obyvatel v produktivním věku: 50

Hustota osídlení: 31,9 obyvatel/km²

Chotýčany

Katastrální výměra: 519,27 ha

Počet obyvatel: 216

Počet obyvatel v produktivním věku: 138

Hustota osídlení: 41,6 obyvatel/km²

Jívno

Katastrální výměra: 628,64 ha

Počet obyvatel: 189

Počet obyvatel v produktivním věku: 135

Hustota osídlení: 30,1 obyvatel/km²

Libín

Katastrální výměra: 2118,98 ha

Počet obyvatel: 302

Počet obyvatel v produktivním věku: 218

Hustota osídlení: 14,3 obyvatel/km²

Libnič

Katastrální výměra: 103,09 ha

Počet obyvatel: 520

Počet obyvatel v produktivním věku: 394

Hustota osídlení: 504,4 obyvatel/km²

Lišov

Katastrální výměra: 685,3 ha

Počet obyvatel: 368

Počet obyvatel v produktivním věku: 256

Hustota osídlení: 53,7 obyvatel/km²

Rudolfov

Katastrální výměra: 319,89 ha

Počet obyvatel: 2385

Počet obyvatel v produktivním věku: 1727

Hustota osídlení: 745,6 obyvatel/km²

Ševětín

Katastrální výměra: 811,22 ha

Počet obyvatel: 1303

Počet obyvatel v produktivním věku: 922

Hustota osídlení: 160,6 obyvatel/km²

Štěpánovice

Katastrální výměra: 1461,23 ha

Počet obyvatel: 633

Počet obyvatel v produktivním věku: 432

Hustota osídlení: 43,3 obyvatel/km²

Úsilné

Katastrální výměra: 306,56 ha

Počet obyvatel: 328

Počet obyvatel v produktivním věku: 251

Hustota osídlení: 107 obyvatel/km²

Vitín

Katastrální výměra: 761,5 ha

Počet obyvatel: 257

Počet obyvatel v produktivním věku: 186

Hustota osídlení: 33,8 obyvatel/km²

Zvíkov

Katastrální výměra: 964,17 ha

Počet obyvatel: 268

Počet obyvatel v produktivním věku: 183

Hustota osídlení: 27,8 obyvatel/km²

e. Poloha MAS a její silné a slabé stránky

Území MAS se rozprostírá na severovýchod od Českých Budějovic. Jde o kraj lesů a rybníků. Mezi lesní plochy patří především dvě historické obory u Hluboké nad Vltavou (Stará obora a Poněšická obora) a dále Mojský les u Borku a Velechvínské polesí u Ševětína. V Hluboké nad Vltavou sídlí lesní správa Lesů ČR s.p. a též významná lesnická společnost Lesy Hluboká nad Vltavou a.s. Druhým stěžejním tématem je rybářství. Zejména v okolí Hluboké nad Vltavou se nachází několik desítek rybníků (včetně třetího největšího českého rybníka Bezdrev), které obhospodařuje místní rybářství. Každý podzim se koná výlov. Význam „vody“ ještě zdůrazňuje řeka Vltava, která protéká celým územím regionu. Dalším klíčovým tématem našeho regionu je zemědělství. Strategií naší MAS je podpora všech tradičních odvětvích (lesnictví,

rybářství, zemědělství), ovšem s důrazem na nové možnosti a nové trendy. Klíčovým tématem budoucnosti pro náš region je cestovní ruch.

Shodné či styčné charakteristiky území

Styčnými charakteristikami je moderní, inovativní přístup k tradičním odvětvím jako rybářství, zemědělství či lesnictví. Ostatně i proto mezi zakladatele naší MAS patří subjekty z této oblasti – Lesy Hluboká nad Vltavou a.s. či Okresní agrární komora České Budějovice. S dalšími (Rybářství Hluboká nad Vltavou a.s.) spolupracujeme na bázi partnerství (např. projekt Jihočeské rybářské slavnosti). Klíčovým tématem budoucnosti je v našem regionu cestovní ruch. V regionu se nachází státní zámek Hluboká nad Vltavou, který ročně navštíví téměř 300 000 návštěvníků. Dále jediná jihočeská zoologická zahrada, jedna z nejnavštěvovanějších českých galerií (Alšova jihočeská galerie), několik desítek hotelů, cyklistických tras a další atraktivita. Pracujeme též na větším využití hornické historie regionu (těžba stříbra v Rudolfově a okolí). Dalším určujícím faktorem je historie regionu, který se nachází na území tehdejšího dominia Schwarzenberků. Do dnešních dnů se dochovalo mnoho památek, z nichž nejvýznamnějším je zámek Hluboká nad Vltavou, lovecký zámeček Ohrada, kostel v Hluboké nad Vltavou, kostel v Hosíně či Dvůr Vondrov. Schwarzenberkové též formovali místní krajinu, výsledkem je nejen zámecký park, ale též areál Podskalské louky (dnešní golfové hřiště), rybníky, louky a lesy.

Specifika zkoumaného území

Zvláštěností je silná turistická destinace Hluboká nad Vltavou, kde žije čtvrtina obyvatel MAS, ovšem každoročně toto město navštíví cca 500 000 návštěvníků. Naším cílem je využít tohoto potenciálu a diverzifikovat zájem turistů i do okolních obcí. K tomu chceme využít evropských fondů. V březnu 2008 jsme odevzdali žádost o dotaci na velký marketingový projekt. Dotace byla získána a projekt se již realizuje. Tento projekt se soustředí na dvě témata: propagace mimosezónních aktivit a propagace atraktivit, o kterých se dnes mnoho neví (hornická tradice, lidová architektura, méně známé cyklotrasy, dřevařská a nábytkářská tradice, krajčářství atd.). Specifikem je též blízkost krajského města České Budějovice, který je přirozeným centrem celého kraje. Region

Hlubocko – Lišovsko je ideální turistickou destinací budoucnosti. Nabízí nejen památky, sportoviště, ubytování a stravovací kapacity, ale též krásnou přírodu, lesy, cyklostezky a cyklotrasy. Marketingovou značkou je zdejší zámek (MAS ho má ve znaku). Naším úkolem je zapojit do turismu a s ním souvisejících služeb všechny obce a v nich působící subjekty, aby výsledkem byla synergie všech subjektů. Proto chceme oživit tradice, včetně těch, které pomalu umírají. Již dnes ožívujeme zapadlou tradici vinobraní (MAS je partnerem Jihočeských slavností vína v Hluboké nad Vltavou, proběhly již tři ročníky), podporujeme tradici rybářství (MAS organizuje Jihočeské rybářské slavnosti).

Silné stránky

1. Vysoký počet památek a atraktivit cestovního ruchu
2. Dobrá kvalita životního prostředí
3. Blízkost Českých Budějovic
4. Železnice a silnice I. třídy procházející obvodem
5. Možnost čerpat dotace z programů EU (včetně LEADER)
6. Relativně kvalitní nabídka sportovišť v Hluboké nad Vltavou, v menších obcích horší stav
7. Hluboká nad Vltavou jako destinace cestovního ruchu
8. Vysoká zaměstnanost

Slabé stránky

1. Nejednotná a nedostatečná propagace obcí v rámci svazku obcí a MAS
2. Základní infrastruktura zejména menších obcí
3. Absence služeb pro občany v menších obcích (prodejny, restaurace, aktivity volného času)
4. Koncentrace turistů pouze do letních měsíců
5. Nedostatečná kapacita ubytovacích zařízení
6. Nízká úroveň jazykových znalostí občanů
7. Absence vysokého školství v obvodu
8. Relativně významné rozdíly v kvalitě života v jednotlivých obcích

f. Rozloha území

Rozloha území naší MAS je 320,92 km².

g. Obyvatelstvo – věková struktura, zaměstnanost....

K 31.12.2008 žilo na území naší MAS 20 275 obyvatel. Z toho bylo 14670 obyvatel v produktivním věku.

Hustota osídlení v Místní akční skupině Hlubocko - Lišovsko o.p.s. byla k 31.12.2008 63,18 obyvatel/km².

K 31.12.2007 byla nezaměstnanost v naší MAS 3,1%.

h. Členské subjekty MAS

Subjekty zastupující **soukromý** sektor:

Název subjektu	FO/ PO	Sídlo/adresa trvalého bydliště	Zástupce subjektu pro MAS	Oblast působení	Postavení a funkce v MAS
1. Okresní agrární komora České Budějovice	PO	Rudolfovská 80, 370 01 České Budějovice	Ing. Pavel Dlouhý	Jiná	předseda správní rady
2. G-PROJECT, s.r.o.	PO	náměstí Přemysla Otakara II. 117/32, 370 01 České Budějovice	JUDr. Jan Šmidmayer Ing. Martina Kučerová	Ekonomická	1. místopředseda správní rady člen programového výboru
3. Lesy Hluboká nad Vltavou a.s.	PO	Lesní 691, 373 41 Hluboká nad Vltavou	Ing. Miloš Balák Ing. Ivo Melíšek	Životní prostředí	člen správní rady člen dozorčí rady člen programového výboru
4. STEINBAUER LECHNER s.r.o.	PO	Sosní 824, 373 73 Štěpánovice	Ing. Vít Steinbauer	Ekonomická	člen správní rady
5. Občanské sdružení Jihočeská růže	PO	Kostelec 17, 373 41 Hluboká nad Vltavou	V současné době nemají zástupce	Sociální	člen správní rady
6. Ekologos, o.p.s.	PO	náměstí Přemysla Otakara II. 117/32, 370 01 České Budějovice	V současné době nemají zástupce	Kulturní	předseda programového výboru
7. AGRIPROD CZ a.s.	PO	Vondrov 762, 373 41 Hluboká nad Vltavou	Lenka Havlová	Ekonomická	místopředseda programového výboru
8. Mgr. Zdeněk Píkl	FO	28. října 6, 373 41 Hluboká nad Vltavou	Mgr. Zdeněk Píkl	Kulturní	člen programového výboru

Název subjektu	FO/ PO	Sídlo/adresa trvalého bydliště	Zástupce subjektu pro MAS	Oblast působení	Postavení a funkce v MAS
9. Krizové centrum pro děti a rodinu v Jihočeském kraji	PO	Nerudova 53, 370 04 České Budějovice	Mgr. Martina Ramešová	Sociální	smluvní partner
10. Městská charita České Budějovice	PO	Boženy Němcové 740/53, 370 10 České Budějovice	Mgr. Alois Ambrož	Sociální	smluvní partner
11. Regionální agrární komora Jihočeského kraje	PO	Rudolfovská 80, 370 01 České Budějovice	Ing. Hana Hricová	Jiné	smluvní partner
12. Rybářství Hluboká a.s.	PO	Tylova 681, 373 41 Hluboká nad Vltavou	Zdeňka Chmelová	Ekonomické	smluvní partner
13. Základní škola Hluboká nad Vltavou	PO	Karla Čapka 378, 373 41 Hluboká nad Vltavou	Mgr. Milena Thalerová	Sociální	smluvní partner
14. Jihočeská daňová s.r.o.	PO	Mánesova 856, 373 41 Hluboká nad Vltavou	Dagmar Žípková	Ekonomické	smluvní účetní
15. KOOPRODUKT a.s.	PO	nám. Míru 140, 373 72 Lišov	Ing. Zdeněk Vyskočil	Ekonomické	člen programového výboru

Subjekty zastupující veřejný sektor:

Název subjektu	Sídlo	Zástupce subjektu pro MAS	Oblast působení	Postavení a funkce vMAS
1. Svazek obcí Lišovsko	5. května 139, 373 72 Lišov	Ing. Václav Chmel Ing. Štěpán Bláha Josef Šafář	Jiná	místopředseda správní rady předseda dozorčí rady
2. Svazek obcí Budějovicko - Sever	Pražská 66, 370 10 Borek	Ing. Pavel Kašpárek Václav Fučík Josef Matouš	Jiná	člen správní rady člen správní rady člen dozorčí rady
3. Město Hluboká nad Vltavou	Masarykova 36, 373 41 Hluboká nad Vltavou	Mgr. Lucie Jozová	Jiná	člen programového výboru
4. Obec Ševětín	náměstí Šimona Lomnického 24, 373 63 Ševětín	Mgr. Jitka Lidralová	Jiná	člen programového výboru
5. Město Lišov	5. května 139, 373 72 Lišov	Ing. Josef Urban	Jiná	člen programového výboru
6. Obec Libníč	Libníč 1, 373 71 Libníč	Bc. David Šafář	Jiná	člen programového výboru

i. Strategický plán MAS, cíle

Naší hlavní příležitostí je využití venkovského prostoru pro další rozvoj cestovního ruchu, a to zejména jeho měkkých forem. Již dnes se v regionu nacházejí centra agroturistiky a hippoturistiky (např. dějiště tradičních parkurových závodů Dvůr Vondrov), rozsáhlá infrastruktura pro cyklisty (včetně atraktivní cyklostezky Hluboká nad Vltavou – České Budějovice), lesy či rybníky. Tato fakta jsou již podrobně zkoumána v rámci Analýzy území Integrované rozvojové strategie území a také ve strategiích obou mikroregionů, případně ve strategických plánech jednotlivých měst

(mj. Hluboká nad Vltavou). Z tohoto důvodu se v rámci implementace SPL, který chápeme jako jeden ze zdrojů činnosti naší MAS, chceme soustředit na tato témata:

1. Podpora cestovního ruchu (PRV III. 1. 3)
2. Obnova a rozvoj vesnic (PRV III. 2. 1. 1)
3. Ochrana a rozvoj kulturního dědictví venkova (PRV III. 2. 2)

Cílů a priorit hodláme dosahovat iniciací zájmu veřejnosti a podnikatelů, a to formou finanční podpory, kterou budeme rozdělovat. V dalších letech – s ohledem na předpokládaný ekonomický růst – se podpory omezí. Zahájené projekty by ale neměly skončit. V Hluboké nad Vltavou byla v průběhu 90. let 20. století investována více jak 1 mld. korun do rozvoje cestovního ruchu a atraktivní infrastruktury (mezinárodní gymnázium, venkovní bazén, sportoviště, zimní stadión, kino, cyklostezky, jezdecký areál Vondrov, hotely, restaurace atd.). Drtivá většina těchto investic pocházela ze soukromých zdrojů. V některých případech byla dotace prvotním impulzem a uhradila pouze zlomek nákladů. Byla ale oním jazýčkem na vahách, který způsobil, že se projekt rozběhl. Chceme klást důraz na to, abychom šli irskou a nikoli řeckou cestou. Aby výsledky byly patrné i za několik let. A aby sloužily jako inspirace pro ty, kteří své projekty zatím jen zvažují. Hlubokou nad Vltavou by tak mělo následovat dalších 17 obcí regionu. A k tomu by jim mohl sloužit program Leader.

Jak už z naší vize vyplývá, chceme se soustředit na menší projekty, které budou v souladu s historickými tradicemi, venkovským charakterem regionu. Budeme klást důraz na ekologické aspekty cestovního ruchu, tak jak jsme se k tomu zavázali ve všech našich strategických dokumentech.

j. Majetek MAS

Naše místní akční skupina vlastní pouze nezbytný majetek pro poskytování obecně prospěšných služeb jako například notebook.

4.1.2 Program rozvoje venkova ČR na období 2007 – 2013

Z tohoto programu je financován projekt Strategický plán Leader. Integrovaná rozvojová strategie území Místní akční skupiny Hlubocko – Lišovsko o.p.s. (dále též „strategie“) je dokumentem koncipovaným na nové programovací období Evropské unie v letech 2007 – 2013. Je sestavována paralelně s přípravou dokumentů na úrovni Evropské unie, České republiky (Národní rozvojový plán) i Jihočeského kraje (Program rozvoje územního obvodu), resp. regionu soudržnosti Jihozápad, který sdružuje kraj Jihočeský s krajem Plzeňským (Regionální operační program). To je výhodou, ale i nevýhodou. Výhoda spočívá v tom, že k 1. lednu 2007, kdy se počíná nové období čerpání dotací z fondů Evropské unie, bude mít místní akční skupina odpovídající strategii, která zaštití obecní i další projekty. Nevýhoda spočívá v tom, že výše uvedené dokumenty jsou dnes v pracovních verzích a pravděpodobně v následujících měsících doznají ještě podstatných změn. Na to zpracovatel této strategie reaguje doporučením, aby tato strategie byla aktualizována zejména na úrovni priorit a opatření, v dalších letech zejména na úrovni opatření a aktivit (projektů). Zde je vhodné vymezit klíčové pojmy strategie:

- vize: definuje obecné cíle, kterých chceme dosáhnout v dlouhodobém horizontu,
- priorita: rozpracovává vizi do specifických oblastí, které zejména přispějí k jejímu naplnění,
- opatření: jde o rozpracování priorit na několik cílených zásahů,
- aktivita: jde o projekty, které naplní jednotlivá opatření.

4.1.3 Jaký má dopad činnost MAS na rozvoj regionu?

Doufám, že pozitivní. Realizujeme především činnosti, které přivádějí návštěvníky do oblasti (např. rybářské slavnosti, distribuujeme propagační materiály apod.) a rozdělujeme finanční prostředky mezi žadatele v území prostřednictvím projektu Strategický plán Leader.

4.1.4 V čem vidíte příležitost a ohrožení MAS?

Příležitosti

1. Využití venkovského prostoru k cestovnímu ruchu
2. Koordinovaná sociální politika (komunitní plán)
3. Koordinovaná politika cestovního ruchu (společné weby, informační centra, propagace)
4. Větší využívání dotací
5. Využití alternativních zdrojů energie (transformace zemědělských subjektů)
6. Společné projekty zastřešené MAS
6. Splavnění Vltavy
7. Lázně a univerzita v Hluboké nad Vltavou
8. Dálnice D3 a železniční koridor
9. Partnerství samospráv a podnikatelů
10. Obnovení historických tradic

Hrozby

1. Necitelně zbudovaná dálnice D3
2. Stárnutí populace
3. Nezájem kandidovat do obecních zastupitelstev v menších obcích
4. Vysoká míra závislosti MAS na programu LEADER
5. Nezájem občanů o věci veřejné
6. Jaderná elektrárna Temelín (nové bloky, úložiště odpadu, problémový provoz)
7. Povodně a jiné živelné katastrofy
8. Politické klima a globální ekonomické prostředí
9. Spalovna odpadu Mydlovary

4.1.5 Máte zájem o další členské obce?

MAS je obecně prospěšná společnost, která není založena na základě členství. Je možné rozšiřovat její působnost na území obce, o čemž rozhoduje správní rada. Za správní radu nemohu rozhodovat. Aktivně se nesnažíme rozšiřovat na nová území, protože téměř všechny okolní obce patří pod jiné MAS, čímž bychom přetahovali obce z jedné MAS do druhé. Mezi MAS dochází ke spolupráci a ne ke konkurenci.

4.1.6 Propagujete svoji činnost na veřejnosti?

Ano: A jakým způsobem? Je tato propagace účinná?

Ne: Proč?

MAS má zpracovávánu Komunikační strategii, kterou dále aktualizuje a doplňuje si další novináře do své databáze. Spolupracuje též s redaktory obecních a městských zpravodajů (zejména Hlubocký a Lišovský zpravodaj). Pravidelně rovněž vycházejí Listy regionu, a to před výzvou k předkládání projektů. Dále aktualizujeme naši internetovou stránku www.mashl.cz a pracujeme na tom, aby ve vyhledávacích patřila na nejvyšší pozici. Organizujeme Jihočeské rybářské slavnosti a partnersky se podílíme na Jihočeských slavnostech vína, tedy akcích, která přitahují širokou pozornost a je při nich příležitost získat nové zájemce o spolupráci a informace.

4.1.7 Podporujete místní producenty? Členy, nečleny? A jakým způsobem?

Finančně

V rámci výzev MAS mohou žádat o dotaci všechny subjekty z území splňující podmínky na žadatele bez ohledu, zda jsou zapojeny do činnosti MAS nebo nejsou.

Podpora zakládání podniku, vzniku podnikatelské činnosti

Podpora prostřednictvím poskytování informací o možnostech čerpání dotací.

Podpora uplatnění podniků a jejich produkce na trhu, podpora kooperace podnikatelských subjektů

Poskytováním informací a kontaktů.

4.1.8 Podporujete jiné místní podnikatelské subjekty (poskytovatele služeb apod.)?

Mají možnost přímého čerpání dotací z MAS v oblasti cestovního ruchu. Jinak také konzultace a poskytování kontaktů.

4.1.9 Kterí podnikatelé jsou členy sdružení?

Nejsme sdružení, ale obecně prospěšná společnost.

Na předešlých stránkách jsou uvedeni podnikatelé, kteří jsou zakladatelé MAS a také podnikatelé, kteří jsou členy orgánů MAS, případně spolupracují na projektech.

4.1.10 Kterí podnikatelé, jaké podnikatelské činnosti by mohly mít z činnosti sdružení prospěch?

Z činnosti MAS mají prospěch všichni podnikatelé na našem území, a to buď přímo (získali dotaci) nebo nepřímo (z opravené cesty, nové kanalizace, více turistů apod.).

4.1.11 Jak jste spokojeni s dosavadní činností MAS, naplňováním stanovených cílů?

Jsem spokojena s činností MAS, která je aktivní, realizuje několik aktivit (projektů) najednou a neupíná se pouze na jednu činnost.

4.1.12 S jakými problémy se setkáváte při snaze o naplnění stanovených cílů MAS?

Především s byrokracií a zdlouhavými administrativními postupy.

4.2 Dotazníkové šetření

Pro účely marketingového výzkumu zaměřeného na zkoumání podnikatelů působících na území Místní akční skupiny Hlubocko - Lišovsko o.p.s. byly sestaveny dva dotazníky. Jeden dotazník je určený pro členy místní akční skupiny. Druhý dotazník je určený pro ostatní podnikatele působící na území místní akční skupiny. V dotaznících jsou otázky otevřené i uzavřené. V obou dotaznících jsou otázky týkající se charakteristiky podniku - název, sídlo, předmět podnikání, forma podnikání a počet zaměstnanců. Respondenti byli osloveni telefonicky, elektronickou poštou a v několika případech osobně. Při hodnocení získaných dat jsem použil základní statistické metody jako jsou četnosti a výsledky jsem znázornil pomocí tabulek.

4.2.1 Dotazník pro podnikatele

Dotazník pro podnikatele působící na území Místní akční skupiny Hlubocko - Lišovsko o.p.s. je o 9 otázkách. Otázky se týkají spolupráce mezi podnikateli navzájem, spolupráce mezi podnikateli a místními akčními skupinami a povědomí o místních akčních skupinách mezi podnikateli. Celkem jsem získal 38 vyplněných dotazníků.

Podnikatelé, kteří dotazníky vyplňovali zaměstnávají od žádného do 60 zaměstnanců. Na podnikatele připadá průměrně 10 zaměstnanců.

Otázka č. 1 - Spolupracujete s jinými podnikatelskými subjekty nebo sdruženími při naplňování vašeho podnikatelského záměru?

Na tuto otázku odpověděla naprostá většina, tj. 89%, respondentů, že spolupracují s jinými podnikatelskými subjekty nebo sdruženími při naplňování svého podnikatelského záměru.

Tabulka 1 (n=38)

	Relativní četnost (%)
ano	89
ne	11

Pramen: Vlastní výzkum

Otázka č. 2 - Jakou formu má tato spolupráce?

Druhá otázka dotazníku navazuje na první otázku a odpovídali na ní ti respondenti, kteří na první otázku odpověděli kladně. Odpovědi jsem rozdělil do tří skupin na formu horizontální, vertikální a horizontální a vertikální. Nejrozšířenější formou spolupráce je spolupráce na vertikální úrovni. Na této úrovni spolupracuje celkem 85% respondentů. Na horizontální úrovni spolupracuje 56 % dotázaných podnikatelů.

Tabulka 2 (n=34)

	Relativní četnost (%)
horizontální	15
vertikální	44
horizontální i vertikální	41

Pramen: Vlastní výzkum

Otázka č. 3 - Měli byste zájem o takovou spolupráci?

Na tuto otázku odpovídali respondenti, kteří odpověděli záporně na první otázku. Tito respondenti byli pouze čtyři a všichni shodně odpověděli, že by neměli zájem o takovou spolupráci. Na podotázku proč by o takovou spolupráci neměli zájem odpověděli, že k naplnění jejich podnikatelského záměru spolupracovat s nikým nepotřebují.

Otázka č. 4 - Víte o existenci místních akčních skupin (MAS)?

V tomto bodě dotazníku převážná většina dotázaných podnikatelů ve vybrané oblasti, tj. 87 %, odpověděla, že neví o existenci místních akčních skupin. Pouze 13% respondentů odpovědělo, že o existenci místních akčních skupin má povědomí. O existenci místní akční skupiny ví většinou podnikatelé, kteří zaměstnávají větší počet zaměstnanců, a kteří mají sídlo v Hluboké nad Vltavou.

Tabulka 3 (n=38)

	Relativní četnost (%)
ano	13
ne	87

Pramen: Vlastní výzkum

Otázka č. 5 - Znáte místní akční skupinu působící v místě vašeho podnikání?

Všichni respondenti, kteří ví o existenci místních akčních skupin až na jednoho, znají místní akční skupinu působící v místě jejich podnikání i její název.

Tabulka 4 (n=38)

	Relativní četnost (%)
ano	11
ne	89

Pramen: Vlastní výzkum

Otázka č. 6 - Pokud ne, chtěl byste o ní získat nějaké informace?

Na tuto otázku odpovídali respondenti, kteří neznali místní akční skupinu působící v místě jejich podnikání. 57 % z nich by o ní rádo získalo nějaké informace.

Tabulka 5 (n=35)

	Relativní četnost (%)
ano	57
ne	43

Pramen: Vlastní výzkum

Otázka č. 7 - Přemýšlíte o členství v místní akční skupině?

Naprostá většina respondentů, tj. 92 %, nepřemýšlí o členství v místní akční skupině.

Tabulka 6 (n=38)

	Relativní četnost (%)
ano	8
ne	92

Pramen: Vlastní výzkum

Otázka č. 8 - Co očekáváte od případného členství?

Jeden respondent by očekával rozšíření kontaktů na dodavatele a odběratele, druhý by přivítal pomoc při zpracování žádosti o finanční podporu a očekávání třetího zahrnuje jak pomoc při zpracování žádosti o finanční podporu, tak rozšíření kontaktů na dodavatele a odběratele, ale i informace o programech podpory podnikání.

Otázka č. 9 - Proč nemáte zájem o členství v MAS?

Podnikatelé nemají zájem o členství v místní akční skupině převážně proto, že neznají její činnost. Nemalé množství respondentů také odpovědělo, že pro ně členství nemá žádný přínos.

Tabulka 7 (n=35)

	Relativní četnost (%)
neznám její činnost	43
nemá pro mne přínos	23
jiné	34

Pramen: Vlastní výzkum

4.2.2 Dotazník pro členy místní akční skupiny

Dotazník pro členy Místní akční skupiny Hlubočko - Lišovsko o.p.s. je o 7 otázkách. Otázky se týkají informací ohledně vstupu do místní akční skupiny (kdy a jak vstoupili, důvody, které ke vstupu vedly), podpory, kterou díky členství v místní akční skupině získali a dalších informací. Získal jsem 8 vyplněných dotazníků od 8 členů místní akční skupiny z celkových 10 členských podnikatelských subjektů. Podnikatelé, kteří dotazníky vyplňovali zaměstnávají od žádného do 254 zaměstnanců. Průměrný počet zaměstnanců na jednoho podnikatele je 57.

Otázka č. 1 - Kdy jste do MAS vstoupili?

V této otázce byli 2 možnosti odpovědi. První možnost odpovědi, jsem zakládajícím členem, označili respondenti, kteří vstoupili do místní akční skupiny hned při jejím založení a druhou možnost odpovědi, vstoupil(a) jsem později, označili respondenti, kteří vstoupili do místní akční skupiny již založené.

Tabulka 8 (n=8)

	Relativní četnost (%)
jsem zakládajícím členem	62
vstoupil(a) jsem později	38

Pramen: Vlastní výzkum

Otázka č. 2 - Jak jste se o MAS dozvěděli?

V této otázce jsem se ptal, jak se podnikatelé o místní akční skupině dozvěděli. Všichni dotázaní podnikatelé byli do místní akční skupiny pozváni. 62% podnikatelů byla pozvána do zakládajícího týmu a 38% podnikatelů byla pozvána později do již existující místní akční skupiny.

Tabulka 9 (n=8)

	Relativní četnost (%)
pozvání do zakládajícího týmu	62
pozvání do již vzniklé MAS	38

Pramen: Vlastní výzkum

Otázka č. 3 - Měli jste povědomí o místních akčních skupinách před vznikem té vaší?

V této otázce jsem se ptal, jestli měli podnikatelé povědomí o místních akčních skupinách před vznikem Místní akční skupiny Hlubočko - Lišovsko o.p.s. Většina podnikatelů odpověděla, že toto povědomí měla.

Tabulka 10 (n=8)

	Relativní četnost (%)
ano	62
ne	38

Pramen: Vlastní výzkum

Otázka č. 4 - Z jakého důvodu jste vstoupili do MAS?

Jeden podnikatel odpověděl, že vstoupil kvůli pomoci při zpracování žádosti o finanční podporu, druhý a třetí kvůli prezentaci své společnosti, další dva podnikatelé vstoupili, protože místní akční skupina organizuje kulturní a společenské akce. Další dva podnikatelé vstoupili, protože se jejich podnikání týká zemědělství a venkova a jeden podnikatel odpověděl, že vstoupil, protože chtěl členství v místní akční skupině zkusit.

Otázka č. 5 - Jakou konkrétní podporu jste ve svém podnikání obdrželi?

Většina podnikatelů odpověděla, že žádnou konkrétní podporu ve svém podnikání neobdržela. Jeden podnikatel odpověděl, že získal pomoc při zpracování žádosti o finanční podporu a jeden podnikatel odpověděl, že je pro něj podpora v podnikání, kterou obdržel od místní akční skupiny, prezentace na veřejnosti.

Tabulka 11 (n=8)

	Relativní četnost (%)
žádnou	75
prezentace	12,5
pomoc při zpracování žádosti o finanční podporu	12,5

Pramen: Vlastní výzkum

Otázka č. 6 - Naplnilo členství v MAS vaše očekávání?

Na tuto otázku odpovědělo 63% dotázaných respondentů, že členství v Místní akční skupině Hlubocko - Lišovsko o.p.s. naplnilo jejich očekávání a 37% respondentů odpovědělo že členství jejich očekávání nenaplnilo. Na otázku proč členství v místní akční skupině nenaplnilo vaše očekávání odpověděl jeden respondent, že se činnosti

Místní akční skupiny Hlubocko - Lišovsko o.p.s. teprve rozbíhají a druzí dva tuto odpověď nechtěli komentovat.

Tabulka 12 (n=8)

	Relativní četnost (%)
ano	63
ne	37

Pramen: Vlastní výzkum

Otázka č. 7) Zastáváte v MAS nějakou konkrétní funkci?

Z odpovědí respondentů na tuto otázku vyplývá, že většina členů Místní akční skupiny Hlubocko - Lišovsko o.p.s. zastává nějakou konkrétní funkci v místní akční skupině. Na otázku jakou konkrétní funkci zastávají odpověděli 3 respondenti, že zastávají funkci člena správní rady a další 3 respondenti, že zastávají funkci člena programového výboru.

Tabulka 13 (n=8)

	Relativní četnost (%)
ano	75
ne	25

Pramen: Vlastní výzkum

5. Závěr

Hlavním cílem této práce byla analýza místní akční skupiny a vymezení jejího potenciálu v oblasti podpory místní produkce. Konkrétně šlo o Místní akční skupinu Hlubocko - Lišovsko o.p.s. Informace od podnikatelů byly získány dotazováním a od představitelů místní akční skupiny strukturovaným rozhovorem.

V rozhovoru s manažerkou Místní akční skupiny Hlubocko - Lišovsko o.p.s. jsem se dozvěděl, že z činnosti místních akčních skupin mají prospěch všichni podnikatelé na území. Největším problémem, se kterým se při naplňování cílů místních akčních skupin setkávají je pak byrokracie a zdlouhavé administrativní postupy. Místní akční skupina propaguje svoji činnost na veřejnosti a má pozitivní dopad na rozvoj regionu. Místní akční skupina přivádí nové návštěvníky do regionu a prostřednictvím projektu Strategický plán Leader rozděluje finanční prostředky mezi žadatele.

Dotazníkové šetření provedené u podnikatelů působících na území Místní akční skupiny Hlubocko - Lišovsko o.p.s. prokázalo, že naprostá většina podnikatelů spolupracuje s jinými podnikatelskými subjekty nebo sdruženími. Pouze 13 % podnikatelů ví o existenci místních akčních skupin, a nadpoloviční většina podnikatelů, kteří o existenci těchto skupin neví, o nich chtějí získat nějaké informace. Naprostá většina podnikatelů nemá zájem o členství v místní akční skupině a jako důvod uvádějí, že neznají její činnost, nebo že pro ně nemá přínos.

V dotazníkovém šetření provedeném u členů Místní akční skupiny Hlubocko - Lišovsko o.p.s. jsem zjistil, že nadpoloviční většina členů místní akční skupiny jsou zakládajícími členy a o místní akční skupině se dozvěděli pozváním do zakládajícího týmu. Zbylí členové byli pozváni později do již existující místní skupiny. 62 % členů místní akční skupiny mělo povědomí o těchto skupinách před vznikem Místní akční skupiny Hlubocko - Lišovsko o.p.s. Většina členů skupiny neobdržela žádnou konkrétní podporu v jejich podnikání a je spokojeno s členstvím v místní akční skupině.

Po studiu sekundárních dat jsem stanovil hypotézy, které jsem na základě získaných dat vyhodnotil.

Hypotéza „Místní akční skupina podporuje produkci“ byla na základě údajů získaných od podnikatelů podnikajících na území místní akční skupiny a od manažerky Místní akční skupinu Hlubocko - Lišovsko o.p.s. potvrzena.

Stejně tak byla na základě údajů získaných od manažerky Místní akční skupiny Hlubocko - Lišovsko o.p.s. potvrzena hypotéza „Místní akční skupina má i nadále zájem podporovat produkci“.

Další hypotézou bylo, že místní producenti ví o existenci místní akční skupiny. Tato hypotéza byla na základě získaných dat od místních podnikatelů zamítnuta. Pouze 13 % dotázaných podnikatelů věděla o existenci místních akčních skupin.

Hypotéza, že místní producenti jsou s podporou spokojeni, se potvrdila. Že je s podporou spokojeno, odpovědělo 63 % dotázaných členů místní akční skupiny.

Návrhy a doporučení

Z primárního výzkumu vyplynulo, že téměř 90 % podnikatelů působících na území skupiny neví o existenci místní akční skupiny, a že by většina podnikatelů chtěla získat informace o místní akční skupině. Proto navrhuji, aby místní akční skupina Hlubocko - Lišovsko o.p.s. propagovala více svoji činnost a to především v menších obcích, protože výzkum ukázal, že právě tam je povědomí o místní akční skupině téměř nulové. Ve větších obcích a především v Hluboké nad Vltavou je informovanost o místní akční skupině dostatečná díky akcím jako jsou například Jihočeské rybářské slavnosti nebo Jihočeských slavností vína. Jako způsob propagace navrhuji zvolit reklamu v místním tisku a oslovit jednotlivé firmy prostřednictvím elektronické pošty.

Summary

The main aim of this thesis was the analysis of a local action group and definition of its potential in the field of local production support. This namely concerned Local action group Hlubocko - Lišovsko. Information from entrepreneurs was gained by questioning and by structured interview with a local action group representative.

When interviewing the local action group manager, I found out that all entrepreneurs in the given area profit from the activities of local action group, that the biggest problems the local action groups encounter when fulfilling their goals is bureaucracy and tedious administrative procedures. The local action group promotes its activities in public and has positive impact on regional development. The local action group brings new visitors to the region and it also distributes funds among applicants via the Leader Strategic Plan project.

A questionnaire survey performed with entrepreneurs active in the territory covered by the local action group showed that absolute majority of entrepreneurs cooperate with other entrepreneurial subjects or associations. Only 13 % of entrepreneurs are aware that the local action group exists and majority of entrepreneurs who do not know about these groups want to obtain some information about them. Absolute majority of entrepreneurs are not interested in membership in the local action group, the most frequently stated reasons being that they do not know about its activity or that it has no benefit for them.

I found out in the questionnaire survey performed with local action group members that majority of local action group members are the founding members who had found out about the local action group by having been invited into the founding team. The remaining members were invited later to the already existing local action group. 62% of the local action group members had been aware of local action group before the founding of the local action group and majority of members of the group have not

received any particular support in their business. Majority of group members are satisfied with membership in the local action group.

6. Seznam literatury

- ČEPELKA, O. LEADER v Česku [online]. [cit. 15. 11. 2008]. Dostupný z:
<<http://leader.tima-liberec.cz/leader--mas/leader-v-cesku---uvodni-informace.aspx>>
- ČEPELKA, O. *Místní partnerství a rozvoj venkova: (příprava na iniciativu LEADER)*. 1. vydání, Liberec: Omega, 2004. 109 s. ISBN 80-902376-5-7
- ČEPELKA, O. *Iniciativa Evropské unie LEADER pro rozvoj venkova*. 1. vydání, Praha: MMR, 2001. 116 s.
- DISMAN, M. *Jak se vyrábí sociologická znalost*. 3. vydání, Praha: Karolinum, 2008. 374 s. ISBN 978-80-246-0139-7
- FORET, M., STÁVKOVÁ, J. *Marketingový výzkum Jak poznávat své zákazníky*. 1. vydání, Praha: Grada, 2003. 160 s. ISBN 80-247-0385-8
- GALVASOVÁ, I. a kol. *Spolupráce obcí jako faktor rozvoje*. 1. vydání, Brno: Georgetown, 2007. 140 s. ISBN 80-251-20-9
- KOZEL, R. *Moderní marketingový výzkum*. 1. vydání, Praha: Grada, 2006. 280 s. ISBN 80-247-0966-X
- LEADER+ [online]. [cit. 3. 12. 2008]. Dostupný z:
<http://www.leaderplus.cz/cz/article.asp?article_id=6&lang_id=1>
- MOZGA, J., VÍTEK, M. *Marketingový výzkum*. 1. vydání, Hradec Králové: Gaudeamus, 2001. 218 s. ISBN 80-7041-471-5
- Národní strategický plán rozvoje venkova České republiky na období 2007 - 2013. Praha: Ministerstvo zemědělství ČR, 2006.
- Pravidla programu Leader ČR. Praha: Ministerstvo zemědělství ČR, 2007.
- Program rozvoje venkova ČR na období 2007 - 2013. Praha: Ministerstvo zemědělství ČR, VÚZE, 2007.
- Program rozvoje venkova ČR na období 2007 – 2013 [online]. [cit. 8. 12. 2008]. Dostupný z:<<http://www.mze.cz/Index.aspx?ids=2523&ch=72&typ=1&val=37902>>

- NOVÝ, I. Sociologie pro ekonomy. 1. vydání, Praha: Grada, 1997. 168 s. ISBN 80-7169-433-9
- NOVÝ, I., SURYNEK, A. Sociologie pro ekonomy a manažery. 1. vydání, Praha: Grada, 2002. 192 s. ISBN 80-247-0384-X
- SVOBODOVÁ, H., MYNÁŘOVÁ, L., KAČER, R. Marketingový výzkum. 1. vydání, Ostrava, 1997. 58 s. ISBN 80-7078-226-9
- SURYNEK, A., KOMÁRKOVÁ, R., KAŠPAROVÁ, E. Základy sociologického výzkumu. 1. vydání, Praha: Management Press, 2001. 164 s. ISBN 80-7261-038-4
- ŠKRABAL, I., NUNVÁŘOVÁ, S., NOVÁK, J., TŘEBÍCKÝ, V. *Metodika zavádění managementu rozvoje mikroregionů*. 1. vydání, Přerov, 2006. 184 s. ISBN 80-86902-39-0
- ŠKVRNOVÁ, J. a kol. *Regionální projekt a peníze z EU*. Ekonom, 2006, č. 43, s. 94. ISSN 1210-0714
- ZBOŘIL, K. Marketingový výzkum. 1. vydání, Praha, 1994. 106 s. ISBN 80-7079-389-9
- ZBOŘIL, K. Marketingový výzkum Metodologie a aplikace. 1. vydání, Praha, 1998. 171 s. ISBN 80-7079-394-5

7. Přílohy

Příloha 1

ZAKLÁDACÍ SMLOUVA
OBECNĚ PROSPĚŠNÉ SPOLEČNOSTI
Místní akční skupina Hlubocko – Lišovsko o.p.s.

Zakladatelé:

1. Svazek obcí Budějovicko – Sever, se sídlem Pražská 66, 373 67 Borek, identifikační číslo 705 08 780, jehož jménem jedná Václav Fučík (dále jen „první zakladatel“),
2. Svazek obcí Lišovsko, se sídlem 5. května 139, 373 72 Lišov, identifikační číslo 708 83 271, jehož jménem jedná Ing. Vladislav Ludvík (dále jen „druhý zakladatel“),
3. Okresní agrární komora České Budějovice, se sídlem Rudolfovska 80, 370 21 České Budějovice, identifikační číslo 490 60 783, jejímž jménem jedná Ing. Pavel Dlouhý (dále jen „třetí zakladatel“),
4. G-PROJECT, s.r.o., se sídlem Karla Čapka 378, 373 41 Hluboká nad Vltavou, identifikační číslo 260 64 928, jehož jménem jedná JUDr. Jan Šmidmayer (dále jen „čtvrtý zakladatel“),
5. BESI a.s., se sídlem Luční 713, 373 72 Lišov, identifikační číslo 006 65 240, jehož jménem jedná Ing. Jaromír Vávra, CSc. (dále jen „pátý zakladatel“),

6. Lesy Hluboká nad Vltavou a.s., Lesní 691, 373 41 Hluboká nad Vltavou, identifikační číslo 251 89 859, jejichž jménem jedná Ing. Ivo Melíšek (dále jen „šestý zakladatel“),

7. STEINBAUER LECHNER s.r.o., se sídlem Sosní 824, 373 73 Štěpánovice, identifikační číslo 472 39 042, jehož jménem jedná Ing. Antonín Steinbauer (dále jen „sedmý zakladatel“),

8. Občanské sdružení Jihočeská růže, se sídlem Kostelec 17, 373 41 Hluboká nad Vltavou, identifikační číslo 708 78 358, jehož jménem jedná Mgr. Ladislava Vítovcová (dále jen „osmý zakladatel“).

uzavřeli dnešního dne tuto

zakládací smlouvu obecně prospěšné společnosti (dále jen „společnost“):

I.

Název společnosti

Název společnosti: Místní akční skupina Hlubocko – Lišovsko o.p.s. (dále jen „MAS“)

II.

Sídlo společnosti

Sídlo společnosti: Pražská 66, 373 67 Borek.

III.

Druh poskytovaných obecně prospěšných služeb

1. Společnost se zřizuje za účelem vytvoření integrované územní strategie rozvoje venkova pilotního charakteru (dále jen „strategie“).

2. V rámci vytvořené strategie bude MAS podporovat rozvojové projekty zejména v následujících oblastech:

- a) péče o kulturní a hospodářský rozvoj oblasti,
- b) rozvoj trvale udržitelných forem cestovního ruchu,
- c) projekty evropské spolupráce,
- d) ochrana životní prostředí,
- e) meziregionální a mezinárodní spolupráce,
- f) rozvoj multifunkčního zemědělství,
- g) podpora malého a středního podnikání.

3. Dále se společnost zřizuje za účelem:

- a) vypisování výzev pro předkládání projektů,
- b) hodnocení předložených projektů dle předem schválených a zveřejněných kritérií,
- c) výběr projektů pro přidělení dotace z programu LEADER, jakož i dalších programů,
- d) evidence a monitorování realizace projektů,
- e) vyhledávání dalších finančních zdrojů pro rozvoj oblasti,
- f) zřízení a provoz organizační struktury, která bude zajišťovat výše uvedené služby.

IV.

Podmínky poskytování obecně prospěšných služeb

Služby uvedené v čl. III budou poskytovány všem zájemcům za stejných podmínek.

V.

Doba trvání společnosti

Společnost se zakládá na dobu neurčitou.

VI.

Správní rada společnosti

1. Správní radu společnosti tvoří tyto členové:

Ing. Antonín Steinbauer

Ing. Jaromír Vávra, CSc.

Ing. Miloslav Hroch

Ing. Miloš Balák

Ing. Pavel Dlouhý

Ing. Václav Chmel

JUDr. Jan Šmidmayer

Mgr. Ladislava Vítovcová

Václav Fučík

2. První zakladatel jmenuje dva členy správní rady společnosti. Druhý, třetí, čtvrtý, pátý, šestý, sedmý a osmý zakladatel jmenuje jednoho člena správní rady společnosti.

3. Členové správní rady volí ze svého středu předsedu, který svolává a řídí jednání správní rady. Členové správní rady ze svého středu volí prvního místopředsedu, který vykonává úkoly předsedy v době jeho nepřítomnosti. Členové správní rady ze svého středu volí místopředsedu, který vykonává úkoly předsedy v době jeho nepřítomnosti, pokud není přítomen první místopředseda.

4. Správní rada zasedá nejméně dvakrát ročně.
5. Správní rada je usnášeníschopná, je-li přítomna nadpoloviční většina jejích členů. K rozhodnutí je třeba souhlasu většiny přítomných členů. Při rovnosti hlasů rozhoduje hlas předsedy správní rady.
6. Správní rada je statutárním orgánem společnosti. Jménem správní rady jedná její předseda a v jeho nepřítomnosti první místopředseda nebo místopředseda.

VII. Dozorčí rada

1. Dozorčí radu společnosti tvoří tyto členové:

Ing. Vladislav Ludvík

Ing. Ivo Melíšek

Josef Matouš

2. První, druhý a šestý zakladatel jmenují každý po jednom členu dozorčí rady společnosti.
3. Členové dozorčí rady volí ze svého středu předsedu, který svolává a řídí jednání dozorčí rady.
4. Dozorčí rada je usnášeníschopná, je-li přítomna nadpoloviční většina jejích členů. K rozhodnutí je třeba souhlasu většiny přítomných členů. Při rovnosti hlasů rozhoduje hlas předsedy dozorčí rady.
5. Dozorčí rada je kontrolním orgánem společnosti. Jménem dozorčí rady jedná její předseda.

VIII.

Další orgány společnosti

1. Dalšími orgány společnosti jsou zejména programový výbor a výběrová komise.
2. Správní rada může zřizovat další orgány společnosti.

VIII.

Ředitel

1. Ředitele společnosti jmenuje a odvolává správní rada.
2. Ředitel jedná samostatně za společnost a to v rozsahu pověření správní radou obsaženého ve statutu společnosti s výjimkou případů, kdy podle zákona nebo statutu dává souhlas či jedná pouze správní rada.

IX.

Hodnota a označení majetkových vkladů zakladatelů

1. První, druhý, třetí, čtvrtý, pátý a sedmý zakladatel se zavazují vložit do společnosti peněžitý vklad ve výši 3.000,- Kč.
2. Šestý zakladatel se zavazuje vložit do společnosti peněžitý vklad ve výši 6.000,- Kč.
3. Osmý zakladatel nemá povinnost vložit do společnosti peněžitý vklad.

X.
Výroční zpráva

Výroční zprávy o činnosti a hospodaření společnosti budou zveřejňovány na internetové adrese společnosti a rovněž budou distribuovány zejména všem zakladatelům, členům správní rady, dozorčí rady a všem partnerům a přispěvatelům společnosti.

XI.
Zmocnění

Zakladatelé zmocňují JUDr. Jana Šmidmayera k podání návrhu na zápis společnosti do rejstříku obecně prospěšných společností a k jednání za společnost do jejího vzniku.

Příloha 2

DOTAZNÍK pro podnikatele

Toto dotazníkové šetření probíhá v rámci výzkumu Jihočeské univerzity v Českých Budějovicích. Je zaměřeno na analýzu potenciálu místních akčních skupin v oblasti podpory místního podnikání a místní produkce. Všechny Vámi uvedené informace budou zpracovány anonymně a nebudou jednotlivě uveřejněny.

1. Spolupracujete s jinými podnikatelskými subjekty nebo sdruženími při naplňování vašeho podnikatelského záměru?

a) ano – pokračujte otázkou 2

b) ne – pokračujte otázkou 3

2. Jakou formu má tato spolupráce? (pokračujte otázkou 4)

.....
.....

3. Měli byste zájem o takovou spolupráci?

a) ano – o jakou konkrétně?

.....
.....

b) ne – z jakého důvodu?

.....
.....

4. Víte o existenci místních akčních skupin (MAS)?

a) ano

b) ne

5. Znáte místní akční skupinu působící v místě vašeho podnikání?

a) ano - jak se jmenuje?..... (pokračujte otázkou 7)

b) ne

6. Pokud ne, chtěl byste o ní získat nějaké informace?

a) ano

b) ne

7. Přemýšlíte o členství v místní akční skupině?

a) ano

b) ne (pokračujte otázkou 9)

8. Co očekáváte od případného členství?

- a) pomoc při zpracování žádosti o finanční podporu
- b) informace o programech podpory podnikání
- c) rozšíření kontaktů na dodavatele a odběratele
- d) vzdělávací kurzy a programy
- e) jiné

9. Proč nemáte zájem o členství v MAS?

- a) neznám její činnost
- b) nemá pro mne přínos
- c) jiné

Informace o podnikatelském subjektu:

Název:

Sídlo:

Předmět

podnikání:

.....

Forma podnikání:

Počet zaměstnanců:

Příloha 3

DOTAZNÍK pro podnikatele – členy místních akčních skupin

Toto dotazníkové šetření probíhá v rámci výzkumu Jihočeské univerzity v Českých Budějovicích. Je zaměřeno na analýzu potenciálu místních akčních skupin v oblasti

podpory místního podnikání a místní produkce. Všechny Vámi uvedené informace budou zpracovány anonymně a nebudou jednotlivě uveřejněny.

1. Kdy jste do MAS vstoupili?

- a) jsem zakládajícím členem
- b) vstoupil(a) jsem později - datum vstupu:

2. Jak jste se o MAS dozvěděli?

- a) pozvání do zakládajícího týmu
- b) informace v tisku
- c) místní zpravodaj
- d) vývěska místního úřadu
- e) jiné, uveďte.....

3. Měli jste povědomí o místních akčních skupinách před vznikem té vaší?

- a) ano
- b) ne

4. Z jakého důvodu jste vstoupili do MAS?

- a) pomoc při zpracování žádosti o finanční podporu
- b) informace o programech podpory podnikání
- c) rozšíření kontaktů na dodavatele a odběratele
- d) vzdělávací kurzy a programy
- e) jiné, uveďte.....

5. Jakou konkrétní podporu jste ve svém podnikání obdrželi?

- a) pomoc při zpracování žádosti o finanční podporu
- b) informace o programech podpory podnikání
- c) rozšíření kontaktů na dodavatele a odběratele
- d) vzdělávací kurzy a programy
- e) jiné
- f) žádnou

6. Naplnilo členství v MAS vaše očekávání?

a) ano

b) ne – proč?

.....
.....
.....

7. Zastáváte v MAS nějakou konkrétní funkci?

a) ano – jakou?

b) ne

Informace o podnikatelském subjektu:

Název:.....

Sídlo:.....

Předmět

podnikání:.....

.....

Forma podnikání:.....

Počet zaměstnanců:.....