



Ekonomická
fakulta
Faculty
of Economics

Jihočeská univerzita
v Českých Budějovicích
University of South Bohemia
in České Budějovice

Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích
Fakulta ekonomická
Katedra strukturální politiky EU a rozvoje venkova

Bakalářská práce

Význam zavedení regionální značky pro MAS

Vypracoval: Kateřina Kuldová
Vedoucí práce: Ing. Petra Pártlová, Ph. D.

České Budějovice Rok 2015

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Kateřina KULDOVÁ**
Osobní číslo: **E12342**
Studijní program: **B6202 Hospodářská politika a správa**
Studijní obor: **Strukturální politika EU pro veřejnou správu**
Název tématu: **Význam zavedení regionální značky pro MAS**
Zadávající katedra: **Katedra strukturální politiky EU a rozvoje venkova**

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

Cíl práce:

Cílem práce je vytvoření přehledu doposud existujících regionálních značek na území Místní akční skupiny, přehled ostatních značek (národních/nadnárodních), které mají vztah k vymezenému regionu a ovlivňují tak danou problematiku. Dále prostřednictvím dotazníkového šetření zmapovat zájem místních ekonomických subjektů o regionální značení a získat tak názor potencionálních aktérů na tuto problematiku. Ve spolupráci se zástupcem Asociace regionálních značek, o.s. teoreticky zhodnotit možnosti vzniku vhodného systému regionálního značení, včetně navržení způsobu certifikace a dále návrhu odpovídající certifikační komise.

Metodika práce:

1. Studium odborné literatury a sepsání literární rešerše vztahující se k dotčené problematice.
2. V rámci bakalářské práce bude využito několik metodik zahrnujících zejména zpracování dat dostupných na webu (veřejně dostupná data státních organizací), dále budou informace a data sbírána formou konzultací a pohovorů a formou dotazníkového šetření.
3. Praktická část práce bude zaměřena na zhodnocení regionální značky v regionu Lišov a Hluboká nad Vltavou. Dále navržení možností zlepšení a inovace propagace regionální značky, aby se více dostala do povědomí lidí.
4. Výsledkem práce bude zhodnocení významu zavedení regionální značky pro řešený region.

Rámcová osnova:

1. Úvod, 2. Literární přehled, 3. Cíle a metodika, 4. Analytická část, 5. Návrhy a doporučení, 6. Diskuze, 7. Závěr, 8. Resumé, 9. Přehled použité literatury, Přílohy

Rozsah grafických prací: dle potřeby

Rozsah pracovní zprávy: 40-50 stran

Forma zpracování bakalářské práce: tištěná

Seznam odborné literatury:

1. Adamčík, S. (2000). Regionální politika a management regionů, obcí a měst. Ostrava: Ekonomická fakulta Vysoké školy báňské-Technické univerzity Ostrava.
2. Armstrong, H. & Taylor, J. (2000). Regional economics and policy. Malden, Mass.: Blackwell.
3. Čadlova, K. et al. (2011). Regionální značení napříč Evropou, Asociace regionálních značek o.s. Praha.
4. Dočkal, V. (2006) Regionální politika EU a naplňování principu partnerství: Případové studie České republiky, Německa, Francie a Slovinska. Brno: Mezinárodní politologický ústav.
5. Rumpel, P. (2011). Regionální marketing v rozvoji rurálních periferních regionů : certifikovaná metodika. Ostravská univerzita, Ostrava.
6. Stejskal, J. & Kovárník, J. (2009). Regionální politika a její nástroje. Praha: Portál.
7. Wokoun, R. (2003). Česká regionální politika v období vstupu do Evropské unie. Praha: Oeconomica.

Vedoucí bakalářské práce: Ing. Petra Pártlová, Ph.D.

Katedra strukturální politiky EU a rozvoje venkova

Datum zadání bakalářské práce: 30. listopadu 2013

Termín odevzdání bakalářské práce: 30. dubna 2015

doc. Ing. Ladislav Rolínek, Ph.D.
děkan

JIHOČESKÁ UNIVERZITA
V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH
EKONOMICKÁ FAKULTA
STUDENTŮ 13 (25)
370 05 České Budějovice

doc. Ing. Eva Cudlínová, CSc.
vedoucí katedry

V Českých Budějovicích dne 26. března 2014

Prohlášení

Prohlašuji, že svoji bakalářskou práci jsem vypracovala samostatně pouze s použitím pramenů a literatury uvedených v seznamu citované literatury.

Prohlašuji, že v souladu s § 47 zákona č. 111/1998 Sb. v platném znění souhlasím se zveřejněním své bakalářské práce, a to - v nezkrácené podobě/v úpravě vzniklé vypuštěním vyznačených částí archivovaných Ekonomickou fakultou - elektronickou cestou ve veřejně přístupné části databáze STAG provozované Jihočeskou univerzitou v Českých Budějovicích na jejích internetových stránkách, a to se zachováním mého autorského práva k odevzdanému textu této kvalifikační práce. Souhlasím dále s tím, aby toutéž elektronickou cestou byly v souladu s uvedeným ustanovením zákona č. 111/1998 Sb. zveřejněny posudky školitele a oponentů práce i záznam o průběhu a výsledku obhajoby kvalifikační práce. Rovněž souhlasím s porovnáním textu mé kvalifikační práce s databází kvalifikačních prací Theses.cz provozovanou Národním registrem vysokoškolských kvalifikačních prací a systémem na odhalování plagiátů.

V Českých Budějovicích 17. 4. 2015

.....

Kateřina Kuldová

Poděkování

Ráda bych poděkovala Ing. Petře Pártlové, Ph. D. za odborné vedení bakalářské práce, ochotu a vstřícnost.

Obsah

1. Úvod.....	3
2. Regionální politika.....	4
2. 1 Historie regionální politiky	4
2. 2 Definice regionální politiky	4
2. 3 Cíle a nástroje regionální politiky	5
2. 4 Principy regionální politiky	6
3. Regionální politika Evropské unie.....	9
3. 1 Vývoj regionální politiky EU.....	9
3. 1. 1 Změny v regionální politice EU pro období 2014 – 2020.....	10
3. 2 Strukturální fondy	11
3. 3 Cíle regionální politiky v období 2000 - 2006	12
3. 4 Cíle regionální politiky v období 2007 – 2013	13
4. Regionální politika České republiky.....	15
4. 1 Vývoj české regionální politiky	15
4. 2 Programové dokumenty v období 2007 – 2013.....	16
5. Společná zemědělská politika EU.....	18
5. 1 Financování SZP	18
5. 2 SZP pro období 2015 – 2020	20
6. Místní akční skupina	21
6. 1 Charakteristika místních akčních skupin	21
6. 2 Metoda LEADER.....	22
6. 2. 1 LEADER ČR.....	23
6. 3 Fiche.....	23
6. 4 Jiné možnosti regionální spolupráce obcí	24
6. 4. 1 Místní Agenda 21	24
6. 4. 2 Partnerství veřejného a soukromého sektoru	25
6. 4. 3 Zájmové sdružení právnických osob.....	25
7. Regionální značky.....	26
7. 1 Regionální značení v Evropě	26
7. 2 Regionální značení v České republice	27
7. 2. 2 Případová studie – rozvoj a aplikace značky ŠUMAVA originální produkt	27

1. Úvod

Tato bakalářská práce je zaměřena na regionální politiku a politiku venkova a možnosti jejího využívání. Konkrétně se jedná o problematiku místních akčních skupin, které napomáhají rozvoji regionů, potažmo konkrétním obcím, které jsou jejich součástí.

Další, neméně důležitou problematikou, na kterou se tato bakalářská práce zaměřuje je regionální značení a důsledky jeho zavedení na určitém území. V posledních několika letech se stává stále více a více moderní podporovat místní výrobce a pěstitele. Lidé se více zajímají o to, co jedí. Chtějí vědět, z jakých surovin se skládá konkrétní výrobek. K zorientování jim mohou napomoci právě regionální značky. Ty zaručují kvalitu, jistotu, že jsou výrobky z místních produktů. Navíc jejich výroba nijak neohrožuje životní prostředí.

V teoretické části je bakalářská práce zaměřena na regionální politiku, a to jak na českou, tak i na evropskou. Jelikož se již rozběhlo nové programovací období 2014 – 2020, zahrnuje práce i toto období, které přináší mnoho změn. Téma, které je také důležitou součástí této problematiky, je společná zemědělská politika EU. Tato politika je považována za jednu z nejkontroverznějších. Na společnou zemědělskou politiku volně navazují místní akční skupiny, které právě tuto politiku provozují v praxi. Tato část práce je zakončena regionálními značkami. Konkrétně se zabývá značkami nejen u nás, ale i v Evropě. Pro příklad je zde uvedena případová studie zavedení regionální značky Šumava originální produkt.

Praktická část představuje místní akční skupinu Hlubocko – Lišovsko, které byla vybrána pro analýzu dopadu zavedení regionální značky. Tato místní akční skupina se nachází v Jihočeském kraji. Její součástí je 20 obcí, které se nacházejí ve 2 mikroregionech: Mikroregionu Budějovicko – sever a Mikroregionu Lišovsko. Jsou zde také popsány hlavní dokumenty této obecně prospěšné společnosti nejen na nové plánovací období. Jedná se zejména o Integrovanou strategii území pro programové období 2014 – 2020, Strategii komunitně vedeného místního rozvoje a o Strategický plán Leader.

Pomocí dvou dotazníků byly zjištěny názory ekonomických subjektů na tuto problematiku. Dotazníky byly rozeslány respondentům ve vybrané místní akční skupině. Jejich poznatky byly mnou zhodnoceny a posouzeny. Závěr bakalářské práce se týká navržení řešení, které by mohlo vést ke zlepšení ve všech směrech (např. propagace regionální značek).

2. Regionální politika

Regionální politika prochází neustálým vývojem. Z tradičního pojetí se posouvá do jiných rovin. První rovina zahrnuje cíl regionální politiky. Původní cíl byl zaměřen na to, aby se všechny regiony vyvíjely harmonicky. Byl však nahrazen cílem, který se zaměřuje na snižování regionálních rozdílů, aby každý region měl stejné podmínky a možnosti. Projekty, které jsou financovány, by se měly zabývat nejen problémy regionu, ale také vést k růstu. Druhá rovina má za cíl dosáhnout změny u znevýhodněných regionů. Slabé regiony by měly pro ekonomické subjekty získat nové hospodářské příležitosti od silných regionů. (Stejskal & Kovárník, 2009)

Důvodem existence regionální politiky jsou přetrvávající regionální rozdíly. Ty zásadně ovlivňují hospodářskou prosperitu regionů. To, že existují regionální rozdíly v ekonomické prosperitě, není dostatečný důvod k existenci regionální politiky. Je důležité vědět, proč je žádoucí a jaké z ní mohou plynout výhody. Jejím cílem je plnit stanovené cíle národní politiky. Proto je důležitou součástí hospodářské politiky, a to jak té širší, tak i komplexnější. (Armstrong & Taylor, 2000)

2. 1 Historie regionální politiky

Ve třicátých letech dvacátého století, v době velké hospodářské krize, byla Velká Británie nucena vyřešit problémy, které vznikaly právě v důsledku této krize. Způsobovala totiž velké rozdíly mezi jednotlivými regiony. Jednalo se zpravidla o regiony zaměřené na průmyslová odvětví. Velká Británie byla donucena přijmout opatření v podobě „Zákona o speciálních územích“, který definoval postižené regiony a postupy, jak těmto regionům pomoci. Právě do této doby jsou datovány počátky regionální politiky. (Wokoun, 2003)

V následujících letech se pak právě ve Velké Británii regionální politika rozvíjela (např. o sektor služeb) a byla zde i prováděna v praxi. (Wokoun, 2003)

Po druhé světové válce se regionální politikou začali zabývat také Itálie a Francie. V ostatních zemích západní Evropy začala působit na přelomu padesátých a šedesátých let. (Wokoun, 2003)

2. 2 Definice regionální politiky

Je známo mnoho definic regionální politiky. Podle Stejskala a Kovárníka (str.14, 2009) jsou to např. tyto:

„Soubor cílů, opatření a nástrojů vedoucích ke snižování příliš velkých rozdílů v socioekonomické úrovni jednotlivých regionů.“

„Regionální politika představuje všechny veřejné přímé i nepřímé intervence státu, regionu, obcí a měst vedoucí k lepšímu prostorovému rozdělení ekonomických i mimoekonomických činností. Lze v ní vidět snahu korigovat určité prostorové důsledky volné tržní ekonomiky ve smyslu dosažení dvou vzájemně závislých cílů, jimiž je ekonomický růst a zlepšení sociálního rozdělení.“

„Regionální politika představuje soubor intervencí, zaměřených podle konkrétní situace státu a jeho regionů a podle očekávaných vývojových tendencí na podporu opatření vedoucích k růstu ekonomických aktivit a lepšímu územnímu rozložení v území a k rozvoji infrastruktury. Základní podmínkou je jasné definování priorit a koncentrace prostředků na tyto priority. Jejím významným cílem je konvergence regionů v rámci určitého územního celku a klíčovým znakem je její selektivnost, to znamená diferenciaci zaměření intervencí na podporu vybraných problémových regionů, které výrazně zaostávají ve svém rozvoji za průměrem v míře, která je společensky uznána za nežádoucí.“

2. 3 Cíle a nástroje regionální politiky

Mezi cíle regionální politiky řadíme podle Novotné (str. 40, 2007):

- *„vytvoření podmínek pro postupné snížení nebo alespoň ke zmírnění nadměrných rozdílů ve vývoji jednotlivých regionů,“*
- *„zvýšení konkurenceschopnosti regionální a národní ekonomiky v mezinárodním měřítku.“*

Jako jednotlivé cíle můžeme dále uvést podporování podnikatelské činnosti, zkvalitnění technické infrastruktury, podporování bytové výstavby a zlepšení ekologické situace v daném regionu. (Wokoun, 2003)

S cíli regionální politiky souvisejí její nástroje. Jejich úkolem je přivést do regionu novou podnikatelskou činnost a s tím související kapitál, dosáhnout neměnného osídlení obyvatelstvem a využívání vlastních zdrojů k rozvoji. Podle Wokouna (2003) se člení na:

- a) makroekonomické nástroje;
- b) mikroekonomické nástroje;

c) ostatní nástroje.

Makroekonomické nástroje nebývají obvykle v souladu s národohospodářskými cíli, a proto je jejich využití omezené. Zahrnujeme mezi ně fiskální politiku (nižší sazba daní, podpory v nezaměstnanosti, rekvalifikace), monetární politiku (poskytování úvěrů) a protekcionismus (limity na dovoz, cla). (Novotná, 2007)

Mikroekonomické nástroje se snaží působit na chování ekonomických subjektů a ovlivnit tak jejich lokalizační rozhodování. Podle zaměření je můžeme rozdělit na realokaci pracovních sil (přilákání obyvatel do regionu pomocí pracovních příležitostí) a realokaci kapitálu (podpora zavedení firem). (Novotná, 2007)

Ostatní nástroje zahrnují administrativní a institucionální nástroje. (Novotná, 2007)

2. 4 Principy regionální politiky

Princip koncentrace

Zaměřuje se na regiony, které se již delší dobu potýkají s nižší ekonomickou výkonností a životní úrovní. Na tyto regiony jsou zaměřeny finanční prostředky a snaha pomoci jim rozvíjet region. (Žítek, 2002)

Princip programování

Podpora je prováděna pomocí projektů, které jsou spojené s programy a ty jsou naplánovány na přesně stanovenou dobu, s přesně stanovenými podmínkami a aktivitami. Tento princip vychází z koncepčního přístupu. (Žítek, 2002)

Princip partnerství

Jednotlivé orgány, které zajišťují dílčí kroky pomoci regionům, spolu musejí spolupracovat, a to jak na horizontální, tak na vertikální úrovni. (Žítek, 2002)

Princip subsidiarity

Postižené regiony ví nejlépe, co je pro ně nejlepší. Proto by návrhy na zlepšení kvality životní úrovně a ekonomické výkonnosti měly vycházet přímo od nich. Vyšší institucionální úroveň by do řešení problémů měla zasahovat jen v případech, kdy není jiná možnost. (Žítek, 2002)

Princip doplňkovosti

K podpoře regionu slouží státní finanční prostředky pouze jako doplněk a netvoří tak celkové zdroje. (Žítek, 2002)

Princip monitorování a vyhodnocování

Projekt je po celou dobu sledován, a to jak z finančního hlediska, tak z věcného. Nakonec je celý projekt vyhodnocen z hlediska přínosů a dopadů. Významnost tohoto principu je neustále zvyšována. (Wokoun, 2003)

Princip solidarity

Pomocí příspěvků do společného rozpočtu od hospodářsky vyspělejších států jsou financovány méně vyspělé státy. (Stejskal & Kovárník, 2009)

Na webových stránkách Profaktum (Plánovací období EU 2014 – 2020, © 2008-2014) pro programové období 2014 – 2020 jsou definovány tyto čtyři základní principy:

- **Princip strategického zaměření a propojování**
- **Princip podpory fungujícího trhu**
- **Princip podpory kvalitních projektů**
- **Princip snadnější přípravy a realizace projektů, které mají zajistit účinné a efektivní využívání všech fondů EU**

3. Regionální politika Evropské unie

V Evropské unii je regionální politika velmi důležitou oblastí. Jejím cílem je snížit rozdíly mezi regiony jednotlivých zemí Evropské unie. Je založena na dvou principech. Na solidaritě a soudržnosti. Solidarita je založena na tom, že pokud nějaký region členské země nedosahuje průměru EU v oblasti hospodářské nebo sociální úrovně, mají občané tohoto regionu nárok na pomoc. Snižování těchto disparit je výhodné pro všechny strany, z čehož vyplývá princip soudržnosti. (Stejskal & Kovárník, 2009)

Podle Wokouna (2003) jsou v EU stanoveny 3 úrovně, na kterých je regionální politika realizována, a sice:

- nadnárodní,
- národní,
- regionální.

Regionální politika EU bývá někdy označována jako politika hospodářské a sociální soudržnosti (HSS), kohezní nebo také strukturální politika. (Žitek & Klímová, 2008)

3. 1 Vývoj regionální politiky EU

Vývoj regionální politiky je rozdělen do 6 etap. První etapa (1958 -1973) se zaměřovala hlavně na odstraňování bariér v obchodu. Regionální politika probíhala v individuální rovině a nebyla řízena na nadnárodní úrovni. Orgány regionální politiky ještě nebyly zřízeny. (Stejskal & Kovárník, 2009)

V druhé etapě (1974 – 1985) se vlivem rozšíření Evropských společenství zvětšily disparity členskými státy a jejich regiony. Tlakem Velké Británie, jejíž regiony jsou vnitřně velmi rozdílné, na vznik společné regionální politiky, byl založen v 1975 tzv. Evropský fond regionálního rozvoje (ERDF). (Stejskal & Kovárník, 2009)

Ve třetí etapě (1986 – 1993) byl podepsán tzv. Akt o jednotné Evropě, kterým vznikl jednotný vnitřní trh. Regionální programy byly plánovány na středně dlouhé období. Nově přistoupivší Portugalsko a Španělsko byly velkými příjemci pomoci. Důsledkem toho vyvstala nutnost najít efektivnější způsoby realizace integračních rozdílů. Dále byl odstraněn problém s nízkou mírou koordinací se zemědělskou a sociální politikou, přijetím rozhodnutí o integraci. (Stejskal & Kovárník, 2009)

Čtvrté období (1994 – 1995), kdy přistoupilo Finsko a Švédsko, bylo navíc rozšířeno o jeden cíl oproti předchozímu období, kdy bylo cílů pouze šest. Podle Stejskala & Kovárníka (str. 38-39, 2009) to byly tyto cíle:

- „podpora rozvoje a strukturálních změn zaostávajících regionů,“
- „přeměna regionů nebo jejich částí vážně ohrožených hospodářským úpadkem,“
- „boj s dlouhodobou nezaměstnaností a podpora integrace mladých a osob vyřazených z trhu práce do pracovního procesu, podpora adaptace pracovníků na hospodářské změny a změny ve výrobě,“
- „podpora rozvoje venkovských regionů,“
- „urychlení strukturálních změn v zemědělství reformou společné zemědělské politiky a podporou modernizace a restrukturalizace rybolovu,“
- „umožnění rozvoje a strukturálních změn venkovských regionů,“
- „rozvoj a strukturální změny regionů se značně nízkým zalidněním.“

Schválené dokumenty Evropa 2000+ a Principy rozvojové politiky evropského prostoru měly 2 cíle, tj. soudržnost v oblast hospodářské a sociální a dokončení vnitřního trhu. (Stejskal & Kovárník, 2009)

Pátá etapa (2000 – 2006), kdy přistoupila Česká republika a k tomu ještě dalších 9 zemí, byla zaměřena na vyšší efektivnost při využívání finančních prostředků. Místo 6 cílů zde byly pouze tři. Finanční prostředky byly přesně vymezeny pro stávající členy a kandidátské země. (Stejskal & Kovárník, 2009)

Poslední, šestá etapa (2007 – 2013), je ovlivněna obnovením tzv. Lisabonské agendy a důležitá z důvodu čerpání finanční prostředků pro nové členské země. (Stejskal & Kovárník, 2009)

3. 1. 1 Změny v regionální politice EU pro období 2014 – 2020

Regionální politika pro nové období 2014 - 2020 je primární investiční nástroj Evropské unie k tomu, aby dosahovala cílů stanovených strategií Evropa 2020 (např. vytváření pracovních míst, nastartování růstu, vyřešení otázky energetické závislosti). Pro toto období jsou dány 2 cíle. První se zaměřuje na investice vedoucí k růstu a konkurenceschopnosti a finance budou poskytovány z Fondu soudržnosti, ERDF a ESF. Druhý cíl, který se týká evropské územní spolupráce, byl již ustanoven v předchozím programovacím období. Také přibyla třetí kategorie tzv. přechodných regionů, které jsou v tomto

období nově podporovány. (Euroskop.cz. Regionální politika 2014 – 2020, © 2005 - 2015)

Další změnou je zavedení předběžných podmínek. Region může čerpat ze strukturálních fondů za podmínek, ke kterým se řadí přijetí tzv. strategie „inteligentní specializace“¹, která rozpoznává specifické přednosti a potenciál regionů, dopravní strategie atd. Dále je zavedena tzv. výkonnostní rezerva. V roce 2019 budou alokované prostředky (6 %) přerozděleny jednotlivým členským státům. Ty ale musí splnit předem stanovené cíle, které vymezila Evropská komise a členské státy. Aby byly realizovány kvalitní projekty, bude se v tomto období klást velký důraz na plnění stanovených indikátorů. Znovu se také obnoví pravidlo n+3. Toto pravidlo znamená, že prostředky, které byly poskytnuty členskému státu pro toto období, se musí reálně vyčerpat nejpozději do roku 2017. Toto pravidlo již v České republice platilo a to v letech 2007 – 2010. Na něj pak navázalo pravidlo n+2. Další novinky v tomto období: k zvětšení koordinace a omezení přesahu se zavádí společná strategie, zjednodušují se a sblížují pravidla mezi fondy pro způsobilost výdajů, regionální politika se více zaměřuje na městské projekty a propojila se s ekonomickým stavem členského státu. To znamená, že může Evropská komise zastavit poskytování finančních prostředků v případě, že bude členský stát opakovaně a závažně porušovat ekonomická doporučení. (Euroskop.cz. Změny v regionální politice po 2014, © 2005 - 2015)

3. 2 Strukturální fondy

Strukturální fondy byly zřízeny jako doplňkový zdroj k národním zdrojům pro čerpání finanční pomoci. Společně s Kohezním fondem existují ještě další strukturální fondy. (Stejskal & Kovárník, 2009)

Strukturální fondy se zaměřují například na podporu vytváření nových pracovních příležitostí, pomoc malým firmám s rozvojem, na hospodářskou infrastrukturu, výzkum, vývoj a inovace, zdravotnictví, vzdělávání, osobní služby, na zkvalitnění zpracování a prodej zemědělských a rybných výrobků, modernizaci vybavení atd. (Novotná, 2007)

¹ „Smart Specialization neboli inteligentní specializace. Smart specializaci lze jednoduše vysvětlit jako strategický přístup k ekonomickému rozvoji regionu v oblasti výzkumu a inovací. Představuje proces identifikování příležitostí a pozitivních stránek regionu, který může profitovat ze specializace v konkrétní oblasti vědy či technologie. Koncept inteligentní specializace doporučuje regionům, respektive státům, vytvořit obsah a vzhled jejich inovační strategie tak, aby byl maximalizován dopad regionální politiky společně s ostatními politikami EU.“ (Regionální rada regionu soudržnosti Moravskoslezsko. Smart Specialisation – co to je?, © 2007 - 2013)

Evropský fond regionálního rozvoje – ERDF

Jeho úkolem je snižování regionálních disparit a životní úrovně v rámci regionů. Jeho finanční prostředky představují až polovinu všech výdajů, a tím se řadí mezi nejdůležitější strukturální fondy. Zřízen byl v roce 1975. (Wokoun, 2003)

Evropský sociální fond – ESF

Funguje již od roku 1957 a je zaměřen na podporu zaměstnanosti, podnikání, lidské zdroje a rovné příležitosti jak pro muže, tak i pro ženy, čímž pomáhá zlepšit konkurenceschopnost a prosperitu regionu. (Wokoun, 2003)

Fond soudržnosti - CF

Podepsáním Maastrichtské smlouvy v roce 1993 vznikl Fond soudržnosti. Jeho úkolem bylo pomoci zemím připravit se na vstup do společné hospodářské a měnové unie. Žitek a Klímová (2008) uvádějí, že fond poskytuje finanční prostředky pouze těm zemím, které splňují následující podmínky:

- nepřekračuje-li jejich hrubý národní důchod 90 % průměr EU,
- a uskutečňují-li program “hospodářské konvergence”.

Dříve se mezi strukturální fondy řadily ještě Evropský zemědělský podpůrný a garanční fond – EAGGF a Finanční nástroj pro podporu rybolovu – FIGF. Od roku 2007 však působí na podporu společné zemědělské politiky. (Žitek & Klímová, 2008)

3. 3 Cíle regionální politiky v období 2000 - 2006

Cíl 1: Podpora rozvoje zaostávajících regionů

Regiony, které měly HDP na obyvatele nižší než 75 % průměru Evropské unie, byly podporovány z tohoto cíle. Jednalo se zejména o regiony, které měly problémy s vysokou nezaměstnaností, malými investicemi a měly nedostatečnou infrastrukturu atd. (Stejskal & Kovárník, 2009)

Cíl 2: Podpora oblastí potýkajících se s restrukturalizací

Je zaměřen na oblasti, které mají strukturální potíže a nespádají pod cíl 1. Evropský fond regionálního rozvoje, Evropský sociální fond a Finanční nástroje pro podporu rybolovu financovaly tento cíl. (Stejskal & Kovárník, 2009)

Cíl 3: Podpora politiky zaměstnanosti a vzdělávání

Prostředky byly využívány na podporu oblasti lidských zdrojů, například školení zaměstnanců, nezaměstnanost atd. Do tohoto cíle spadaly regiony, kterých se netýkal cíl 1. (Stejskal & Kovárník, 2009)

Iniciativy Společenství

Strukturální fondy ještě financovaly částí svých prostředků samostatné Iniciativy Společenství. Wokoun (str. 39, 2003) uvádí tyto iniciativy:

Interreg – „podpora přeshraniční, nadnárodní a meziregionální spolupráce za účelem harmonického, vyváženého a udržitelného rozvoje Společenství jako celku“

URBAN – „podpora hospodářské a sociální regenerace měst a příměstských oblastí procházejících krizovým obdobím“

Leader + - „rozvoj venkovských oblastí“

EQUAL – „nadnárodní spolupráce zaměřená na boj proti všem formám diskriminace a nerovnosti na trhu práce“

3. 4 Cíle regionální politiky v období 2007 – 2013

V novém období se regionální politika EU zaměřila na zvyšování konkurenceschopnosti, na inovace a znalosti v hospodářství. (Stejskal & Kovárník, 2009)

Cíl 1: Konvergence

Pokud má region HDP na obyvatele nižší než 75 % průměru EU, má nárok na finanční pomoc z Evropského fondu regionálního rozvoje a z Evropského sociálního fondu. Tyto prostředky můžou v ČR čerpat všechny regiony vyjma Prahy. Kohezní fond naopak poskytuje své prostředky státům, které mají HDP na obyvatele nižší než 90 % EU. Tento cíl je zaměřen na urychlení konvergence a zlepšení podmínek pro růst a zaměstnanost, na oblasti dlouhodobě znevýhodněné. (Stejskal & Kovárník, 2009)

Cíl 2: Regionální konkurenceschopnost a zaměstnanost

Tento cíl se pokouší předpovídat vývoj hospodářství a sociální změny, aby mohl zvyšovat konkurenceschopnost, zaměstnanost a atraktivitu regionů. Pod tento cíl spadají regiony, které nepatří pod cíl 1, z ČR sem spadá hlavní město Praha. Regiony jsou podpo-

rovány z Evropského sociálního fondu a z Evropského fondu regionálního rozvoje. (Stejskal & Kovárník, 2009)

Cíl 3: Evropská územní spolupráce

Pomoc je realizována prostřednictvím přeshraniční a meziregionálních programů. Ty jsou zaměřeny na problémy územní rozděleného národními hranicemi. Finance jsou poskytovány z Evropského fondu regionálního rozvoje. (Stejskal & Kovárník, 2009)

4. Regionální politika České republiky

4. 1 Vývoj české regionální politiky

Polistopadový vývoj v české společnosti se promítl na začátku devadesátých let i v regionální politice, která začala se nejednoznačně utvářet. K projednání zásad regionální politiky pro koordinační činnosti státu v této sféře došlo v roce 1990 a koncem téhož roku došlo k projednání dokumentu „Zásady zákona ČNR o regionální politice“. Tento dokument se zaměřoval na podporu rozvoje, ale nijak nezasahoval do pravomocí obcí a jiných orgánů. Protože se v letech 1991 – 1992 ještě výrazněji zvětšila hospodářská diferenciaci v České republice, bylo nutné pokračovat v hospodářské pomoci zůstávajícím regionům a ještě ji rozšířit. V roce 1992 začala fungovat podpora malého a středního podnikání. V důsledku hledání optimální koncepce regionální politiky byly v roce 1992 přijaty „Zásady regionální politiky vlády ČR“, které navazovaly na zákon o státní podpoře malého a středního podnikání. Přednostně byla regionální politika zaměřena na podporu podnikatelských aktivit. (Wokoun, 2003)

V období 1993 – 1995 byla regionální politika na okraji zájmů vlády. Zaměřovala se prakticky jen na podporu malých a středních firem prostřednictvím měkkých úvěrů. V tomto období také vznikl program REGION, který měl za cíl pomocí výhodnějších podmínek zvýšit přitažlivost malého a středního podnikání v hospodářsky problémových regionech a docílit tak vzniku nových pracovních míst. 1. 2. 1995 vstoupila v platnost „Dohoda o přidružení České republiky k Evropské Unii“. Ta vymezovala otázky ohledně regionální politiky a regionálního rozvoje. Od tohoto roku se začala česká regionální politika systematicky a postupně připravovat na vstup do EU, což mělo za následek změnu přístupu vlády k této politice. (Wokoun, 2003)

V roce 1996 bylo zřízeno Ministerstvo pro místní rozvoj České republiky a také vzniklo 14 krajů, které se později staly střední regionální úrovní pro českou regionální politiku. Rok 1998 se stal významným pro chápání důležitosti české regionální politiky. Vláda ČR totiž přijala usnesení Zásady regionální politiky. Tyto zásady stanovily obecná pravidla pro provádění české regionální politiky a cíl přiblížit ji komunitární regionální politice. Dále měla být regionální politika prováděna na dvou úrovních, a sice republikové a regionální. Také stanovily pouze dva typy podporovaných regionů: strukturálně postižené regiony a hospodářsky slabé regiony. Zásady sehrály pouze přípravnou roli k přijetí zákona o podpoře regionálního rozvoje. K přijetí zásadních zákonů a usnesení

vlády došlo v roce 2000. Jedním z nich byl již zmiňovaný zákon o podpoře regionálního rozvoje. (Wokoun, 2003)

Česká republika realizuje regionální politiku v kontextu evropské politiky soudržnosti. Hlavní cíle a směry regionální politiky ČR se odvíjejí od Strategie udržitelného rozvoje ČR, Strategie hospodářského růstu ČR a z Národního programu reforem. Cíle a směry jsou v interakci s hlavními cíli resortních a krajských strategií a programů a jsou v souladu s prioritami EU. Strategie regionálního rozvoje ČR upravuje národní specifika regionálních potřeb a struktur České republiky. (Stejskal & Kovárník, 2009)

Stejskal & Kovárník (2009) uvádějí tyto dokumenty, které mají regionální význam:

- Strategie rozvoje České republiky, Národní rozvojový plán, Národní strategický referenční rámec, Rámec podpory společenství, Společný regionální operační program;
- Strategie rozvoje kraje, Program rozvoje kraje, Regionální operační program, Regionální inovační strategie;
- Program rozvoje regionu (strategický plán).

4. 2 Programové dokumenty v období 2007 – 2013

Národní rozvojový plán a Národní strategický referenční rámec – Tyto dokumenty jsou základními dokumenty na národní úrovni a zastřešují tři cíle politiky soudržnosti a to cíl Konvergence, Regionální konkurenceschopnosti a zaměstnanosti, Evropské územní spolupráce. Dále udávají hlavní oblasti zaměření strukturálních fondů a stanovují počet operačních programů. V národním rozvojovém plánu jsou stanoveny tyto prioritní osy, a to posilování konkurenceschopnosti české ekonomiky, rozvoj moderní a konkurenceschopné společnosti, životní prostředí a dostupnost, vyvážený a harmonický rozvoj území ČR. (Stejskal & Kovárník, 2009)

Stejskal & Kovárník (2009) uvádějí, že dvacet čtyři operačních programů, z původních pěti, bylo rozděleno do pěti následujících skupin:

- **Regionální operační programy** – se zaměřují na modernizaci infrastruktury, na zlepšení prostředí pro malé a střední podniky, zvýšení podílu cestovního ruchu a zlepšení životních podmínek obyvatel měst a venkova;

- **Integrovaný operační program** – je zaměřen na rozvoj veřejných služeb, rozvoj vědy, inovací a cestovního ruchu, na vybrané části urbánní problematiky;
- **Sektorové operační programy** – s výjimkou Prahy jsou zaměřeny na celou republiku, ale respektují i regionální rozměr a jejich počet se zvýšil na sedm programů z původních čtyř (Podnikání a inovace, Výzkum, vývoj a inovace, Zaměstnanost, Vzdělání, Životní prostředí, Doprava, Technická pomoc);
- **Operační programy přeshraniční spolupráce** – jejich cílem je podpora hospodářské a sociální integrace příhraničních území prostřednictvím odstraňování bariér a podpory jejich rozvoje
- **Operační program Praha** – jeho snahou je zvýšit konkurenceschopnost Prahy odstraněním bariér rozvoje, zlepšením městského prostředí a dostupnosti dopravních a telekomunikačních bariér, rozvinout její inovační potenciál

5. Společná zemědělská politika EU

Společná zemědělská politika (SZP) patří mezi nejkontroverznější politiky Evropské unie. Její vznik vedl ke zvýšení objemu produkce potravin, což vedlo k tomu, že se Evropská unie stala předním světovým exportérem. Dalším jejím přínosem bylo, že zapříčinila stabilizaci ekonomiky venkova v jednotlivých členských státech, došlo také k rozvoji v sektoru zemědělství a zajištění životní úrovně obyvatel pracujících v zemědělství. Naopak nepříznivě se podepsala na vývoji rozpočtu Evropské unie, který tato politika velmi zatěžuje a je jeho významnou položkou. SZP vedla k rozšíření chovatelských a pěstitelských postupů, jež nezohledňují moderní koncepce produkce potravin. Navíc Evropská unie musela potraviny, které vyrobila a chtěla je vyvézt na světový trh, dotovat díky vysokým výrobním nákladům. Všechna tato negativa přispěla k tomu, že postupně docházelo k reformě SZP. Původní cíl, kterým byla podpora produkce potravin, se změnil na cíl produkovat takové potraviny, které budou vysoce kvalitní a zároveň nebudou devastovat zemědělskou půdu a přispějí k rozvoji venkova. (Fiala & Pitrová, 2009)

Ministerstvo zemědělství (Vznik, vývoj a reformy Společné zemědělské politiky, © 2009 - 2014) uvádí konkrétní cíle SZP:

- **zvýšit produktivitu zemědělství** technickým rozvojem, optimálním využitím výrobních faktorů
- **zajistit adekvátní životní úrovně zemědělcům** zvyšováním jejich výdělků
- **stabilizovat trhy**
- **zásobovat pravidelně zemědělskými výrobky**
- **zajistit cenu, která je přijatelná pro spotřebitele.**

5. 1 Financování SZP

Do roku 1970 byla SZP financována pouze příspěvky plynoucími z jednotlivých členských zemí. Díky tomu bylo provádění veškerých činností závislé na ochotě členských zemí platit tyto příspěvky. Proto byly zavedeny vlastní příjmy, které pozitivně ovlivnily rozvoj SZP. (Fiala & Pitrová, 2009)

Tato politika je financována z Evropského zemědělského a záručního fondu (EZZF) a z Evropského zemědělského fondu pro rozvoj venkova (EZFRV). Před rokem 2007

finance proudily pouze z jediného fondu, a to Evropského zemědělského a záručního fondu. (Europarl.europa.eu. Financování společné zemědělské politiky, 2014)

Europa.cz (Financování společné zemědělské politiky, 2009) uvádí, že z EZZF jsou financovány:

- „náhrady při vývozu zemědělských produktů do třetích zemí;“
- „intervenční opatření zaměřená na regulaci zemědělských trhů;“
- „přímé platby zemědělcům stanovené v rámci společné zemědělské politiky;“
- „některé informační a propagační opatření ve prospěch zemědělských produktů na vnitřním trhu Společenství a ve třetích zemích, uskutečňovaná prostřednictvím členských států;“
- „výdaje spojené s opatřeními k restrukturalizaci cukrovarnického průmyslu;“
- „programy na podporu konzumace ovoce ve školách.“

Dále Europa.cz (Financování společné zemědělské politiky, 2009) uvádí výdaje financované na ústřední úrovni z EZZF:

- „finanční příspěvek Společenství na konkrétní veterinární opatření, kontrolní opatření ve veterinární oblasti a v oblasti potravin a krmiv, na programy pro vymýcení a sledování nálezů zvířat, jakož i na rostlinolékařská opatření;“
- „propagace zemědělských produktů prováděná přímo Komisí nebo prostřednictvím mezinárodních organizací;“
- „opatření přijatá v souladu s právními předpisy Společenství, jejichž cílem je zajištění zachování, popisu, sběru a využití genetických zdrojů v zemědělství;“
- „zavedení a údržba účetních informačních systémů v zemědělství;“
- „systémy zjišťování v zemědělství;“
- „výdaje na trhy s produkty rybolovu.“

EZFRV financuje programy rozvoje venkova. (Europa.cz. Financování společné zemědělské politiky, 2009)

Jedním z velmi diskutovaných témat v rámci financování SZP jsou přímé platby. Jsou to platby vyplácené z I. pilíře. Jejich prostřednictvím je vypláceno nejvíce finančních prostředků konvenčním zemědělcům. Výše je určována pro každý stát zvlášť na základě jeho zemědělské produkce. V roce 2014 byly tyto druhy přímých plateb: jednotná platba

na plochu, přechodné vnitrostátní podpory, oddělená platba na rajčata, na cukr, zvláštní podpora na chmel, tele masného typu, na dojnice atd. (Agroreport.cz. Přímé platby, [2015])

5. 2 SZP pro období 2015 – 2020

Díky změně pro toto nové období budou smět členské státy více rozhodovat o přímých platbách v rámci I. pilíře - Společná organizace trhu. Program rozvoje venkova financuje i v tomto novém období II. pilíř SZP – rozvoj venkova. Došlo také k větší provázanosti II. pilíře SZP se strukturálními fondy a k větší provázanosti pilířů SZP navzájem. (Ministerstvo zemědělství. Společná zemědělská politika po reformě – I. a II. pilíř, © 2009-2014)

Program rozvoje venkova v novém období bude úžeji zaměřen na poskytování investic zemědělským podnikům, na podporu mladých zemědělců a na zvyšování rozmanitosti činností v průmyslu zpracovatelském, v maloobchodu či stavebnictví. Podpora prostřednictvím zbývajících operačních programů bude poskytována obcím a nezemědělským podnikatelům. Oproti minulému programovacímu období, bude nově kladen větší důraz na projekty předávání znalostí a spolupráce. (Dotační noviny.cz. Program rozvoje venkova v novém programovém období 2014 – 2020, © 2014)

6. Místní akční skupina

Místní akční skupiny (MAS) jsou nezávislá společenství občanů, neziskových organizací, soukromé podnikatelské sféry a veřejné správy (obcí, svazků obcí atd.). Toto společenství spolupracuje na rozvoji venkova a zemědělství. Finanční prostředky získávají z Evropské Unie, národních programů pro daný region metodou LEADER. Jejich hlavním úkolem je zlepšit kvalitu života a životního prostředí na venkově. Činní tak mimo jiné prostřednictvím aktivního získávání a rozdělování dotací. (NS MAS ČR, Místní akční skupiny, © 2014)

6. 1 Charakteristika místních akčních skupin

Ministerstvo zemědělství (Místní akční skupiny, © 2009-2014) uvádí tyto charakteristiky:

- geograficky jednotné území
- 10 000 – 100 000 obyvatel kromě města s počtem obyvatel větším než 25 000
- 50 % účast zástupců veřejné správy (i v řídicím orgánu), zbytek je tvořen zástupci podnikatelů a neziskových organizací
- Program rozvoje venkova uvádí, že může být buď obecně prospěšná společnost, občanské sdružení nebo zájmové sdružení právnických osob v souladu s příslušnými zákony
- její členové musí mít v příslušném mikroregionu bydliště, sídlo, nebo v něm musí působit
- každá místní akční skupina musí mít vytvořený statut, stanovy, organizační řád, strukturu a musí se zaregistrovat u Ministerstva vnitra ČR
- musí mít projednanou a schválenou strategii pro své území
- musí fungovat metodou LEADER

V novém programovacím období 2014 – 2020 došlo k nastavení tzv. povinných standardů pro fungování MAS. Místní akční skupiny jimi prokážou, že jsou schopné se podílet na implementaci programů, které jsou financovány z ESI fondů. Určení těchto standardů náleží Ministerstvu zemědělství podle Dohody o partnerství. (Ministerstvo zemědělství. Komunitně vedený místní rozvoj (CLLD), © 2009-2014)

6. 2 Metoda LEADER

LEADER je inovační přístup, který propojuje akce hospodářského rozvoje venkova. Tato metoda je zaměřena na rozvoj venkova a jeho zavádění do venkovských společností. Vznikla v roce 1991 a je neodmyslitelnou součástí politiky rozvoje venkova. Pro programové období 2007 – 2013 byl zařazen do všech programů pro rozvoj venkova a přestal tak být samostatným programem. Důsledkem této změny vyvstaly větší možnosti pro uplatnění, než tomu bylo dříve. (Evropská komise, 2006) Jako samostatná iniciativa dříve byla financována ze strukturálních fondů EU a od roku 2007 byla spolufinancována v rámci Evropského zemědělského fondu pro rozvoj venkova (EAFRD). Jelikož LEADER nenaplnil očekávání, bylo rozhodnuto o změně. Pro období 2014 – 2020 se bude na metodu LEADER odkazovat jako na Společenství místního rozvoje (CLLD). Stále ale bude součástí programů rozvoje venkova, které jsou financovány z EAFRD. (Evropská síť rozvoje venkova. Společenství místního rozvoje (CLLD), 2014)

Je vytvořena na principu zdola-nahoru. Náměty a projekty by neměly vycházet z krajské, státní nebo evropské politiky, ale z iniciativy místních venkovských subjektů a občanů. (NS MAS ČR, o. s. Místní akční skupiny, © 2014). Jedním z klíčových rysů této metody je přístup podle jednotlivých oblastí, tedy místní přístup. Dalším rysem je partnerství veřejného a soukromého sektoru. Za tímto účelem jsou zřizovány místní akční skupiny, které mají spojit soukromé a veřejné partnery. Jejich úkolem je rozdělovat finanční zdroje a spravovat je, provádět strategii místního rozvoje. Metoda LEADER má napomoci usnadnit přístup k novým inovacím za účelem rozvoje venkova. Aby bylo tohoto dosaženo, musí mít místní akční skupina dostatek svobody a flexibility při rozhodování o podporovaných akcích. Akce a projekty musí být integrované a víceodvětvové. Tedy musí být propojené a koordinované jako celek a musí spojit různé druhy odvětví a jejich subjekty. Důležité je také vytvářet sítě, které slouží pro výměnu dosažených výsledků, zkušeností a know-how. Posledním rysem metody LEADER je rys spolupráce. Jedná se vlastně o spolupráci místní akční skupiny s jinou, ať už v jiném regionu či členském státu. (Evropská komise, 2006)

Od 90. let minulého století je v České republice tato metoda známa. Od roku 2002 u nás začaly vznikat i první místní akční skupiny v souvislosti s Programem rozvoje venkova. V programovém období 2004 – 2006 (LEADER +) to byl Operační program Rozvoje venkova a multifunkční zemědělství spolufinancovaný EU a v České republice program LEADER ČR financovaný v letech 2004 - 2008 pouze ze státního rozpočtu ČR pod

záštitou Ministerstva zemědělství. Program rozvoje venkova ČR pro období 2007 – 2013 zahrnuje program LEADER jako jednu ze svých os, osu IV. LEADER. (Ministerstvo zemědělství. Místní akční skupiny, © 2009-2014)

6. 2. 1 LEADER ČR

Podle zákona o státním rozpočtu České republiky jsou využívány investiční prostředky na program LEADER ČR. Prostředky jsou alokovány místním partnerstvím venkovských území (MAS) a místním subjektům. Místní akční skupiny využívají finanční prostředky na realizaci záměrů a rozvojových strategií tzn., že si sami mohou vybírat projekty, které podpoří. Tyto projekty ale musejí být v souladu s jejich záměrem. Naopak místním subjektům jsou finanční prostředky poskytovány na konkrétní projekty. Program LEADER ČR má za celkový cíl zlepšit organizační schopnosti subjektů ve venkovských územích. Za své specifické cíle si určil nové formy zlepšení kvality života ve venkovských oblastech, posílit ekonomické prostředí a podpořit vznik pracovních míst, zhodnocení přírodního a kulturního dědictví. Poskytnuté finanční prostředky mohou být využity např. na nákup zemědělských strojů, technologií, na obnovu kulturních památek, na obnovu a budování nových ploch a prostorů určených pro podnikání v cestovním ruchu, atd. (Ministerstvo zemědělství. Leader ČR, © 2009-2014)

6. 3 Fiche

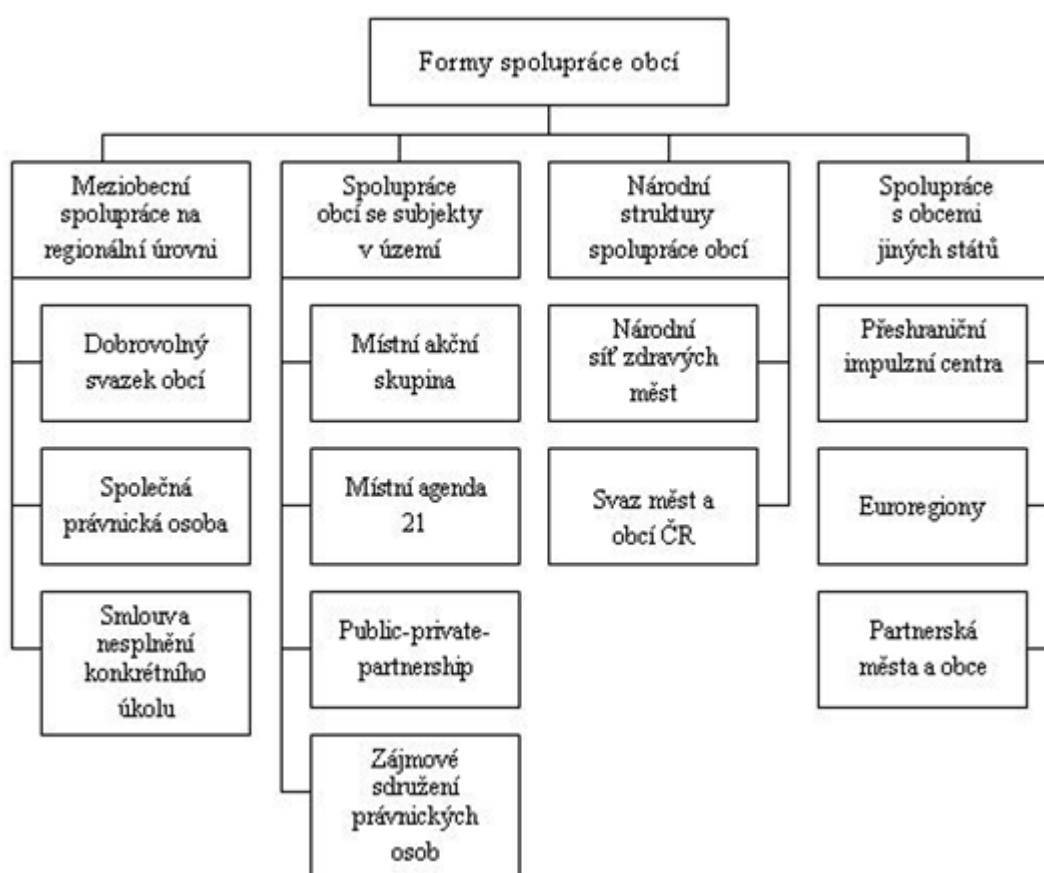
Stručný popis navržených opatření stanovených MAS, které jsou v souladu se Strategickým plánem LEADER (SPL), se nazývají Fiche opatření. Udávají oblast podpory pro konečné žadatele. Obsahují cíle nebo i dopady, které mají realizované projekty dané Fiche naplňovat. V jedné Fichi je možné kombinovat maximálně tři opatření (podopatření) za účelem efektivnějšího naplnění priorit a cílů SPL. Místní akční skupina určí jedno opatření (podopatření) jako hlavní a z něj pak musí být realizováno nejméně 50 % výdajů. Využití dané Fiche tedy určuje hlavní opatření. Je možné zvolit až dvě vedlejší opatření. Po výběru opatření si místní akční skupina může vybrat jen některé režimy podpory. Režim a míra podpory je dány příslušným opatřením (podopatřením). Projekt nesmí být v režimu nezakládající veřejnou podporu a zároveň v režimu zakládajícím veřejnou podporu, aby mohl čerpat výdaje na vedlejší opatření. Příjemcem dotace může být pouze ten, který obsahuje hlavní opatření (podopatření). Místní akční skupina musí splnit kritéria přijatelnosti hlavního opatření a vedlejšího opatření, ze kterého bude čer-

pat způsobilé výdaje. (Ministerstvo zemědělství ČR. Metodika pro tvorbu Fichí a specifické podmínky opatření IV.1.2., 2011)

6. 4 Jiné možnosti regionální spolupráce obcí

Kromě místních akčních skupin, existují další formy spolupráce, prostřednictvím nichž mohou obce dosahovat svých cílů. Tyto formy spolupráce můžeme rozdělit podle mnohých hledisek. Nejlepším způsobem, jak je rozčlenit je podle území a spolupracujících subjektů (viz schéma). (spolupráce obcí jako faktor rozvoje)

Schéma 1: Formy spolupráce obcí



Zdroj: GALVASOVA, I., a kol. str. 26, 2007

6. 4. 1 Místní Agenda 21

Místní Agenda 21 (MA21) slouží k zavádění zásad regionálního rozvoje na úrovni místní. Tento mezinárodní program vzešel z mezinárodního Summitu Země v Rio de Janeiru, který se konal v roce 1992. Jeho hlavním cílem je zapojit veřejnost do plánování rozvoje obcí, měst a regionů, zkvalitnit správu věcí veřejných, čímž se snaží dosáhnout

zvýšení kvality života obyvatel a zodpovědnosti obyvatel. Prostřednictvím souboru 21 kritérií je hodnocena kvalita MA21 v konkrétních podmínkách. Podle těchto kritérií jsou posuzovány obce, města a regiony, které do praxe zavádějí MA21 a na které úrovni se nalézají. Vyhodnocené informace slouží jako podklad pro zhodnocení žádostí o granty EU, ČR a krajů. Kritéria jsou rozčleněna do 4 kategorií podle realizované kvalitativní úrovně a do kategorie startovací pro ty municipality, které nejsou dosud součástí MA21. (Galvasová a kol., 2007)

6. 4. 2 Partnerství veřejného a soukromého sektoru

Jde o spolupráci veřejného a soukromého sektoru za účelem využít zdroje a schopnosti soukromého sektoru, aby byla zajištěna veřejná infrastruktura nebo veřejné služby. Partnerství veřejného a soukromého sektoru můžeme dosáhnout 2 způsoby. První spočívá v tom, že obec, kraj, region, státu či jiná veřejná instituce spolu se soukromou právnickou osobou založí společnost. Tato společnost je založena za účelem realizace vybraného projektu. Za jeho provedení pak dostane tzv. koncesi (dlouhodobé povolení na provozování služby). Druhý způsob, kdy soukromý investor dostává za poskytnutou službu úplatu nebo prostředky získá od konečných spotřebitelů, je založen na tom, že na vznik veřejně prospěšné stavby vydá finanční prostředky právě soukromý investor, který ji pak spravuje a provozuje. (Galvasová a kol., 2007)

6. 4. 3 Zájmové sdružení právnických osob

Mezi zájmová sdružení právnických osob můžeme zařadit korporace (sdružení fyzických nebo právnických osob), nadace (účelová sdružení majetku), obce a kraje (jednotky územní samosprávy) a další subjekty stanovené občanským zákoníkem. Lze je založit za jakýmkoliv účelem. (Epravo.cz. Zájmová sdružení právnických osob ve světle nového občanského zákoníku, 2012)

7. Regionální značky

Regionální značky slouží ke zviditelnění regionů a k podpoře jejich sociálního, kulturního a environmentálního rozvoje ekonomiky. Podporovaní jsou hlavně místní podnikatelé, kteří šíří dobré jméno regionu. Také rozvíjí udržitelný cestovní ruch a zvyšují atraktivitu daného regionu. Díky nim se turisté orientují při nákupech. Regionální značení se zaměřuje na 3 skupiny: zákazníky, výrobce a instituce místní správy a samosprávy. Zákazníci svými nákupy ovlivňují úspěšnost značky regionu a zvyšují tržby výrobců, čímž dochází k rozvoji jejich podnikání. Pro místní podnikatele a výrobce je zavedení regionální značky konkurenční výhodou oproti ostatním výrobcům a regionům. Otevírá jim nové možnosti odbytu v regionu i mimo něj. Díky rostoucí poptávce po produktech, u kterých je znám původ a zaručena kvalita, přibývá regionálního značení. (Čadilová, 2011)

7. 1 Regionální značení v Evropě

Při vzniku regionálních značek v České republice, se vycházelo ze zkušeností Irska, Velké Británie a dalších zemí, kde již byly více než 10 let realizovány. (Čadilová, 2011)

Společným znakem regionálních značek v celé Evropě je motivace proč je zavádět. Největší snahou je zvýšit ekonomickou úspěšnost výrobců. Vedlejšími efekty, které zavádění regionální značky vytváří, jsou, že podporuje místní společenství a vytváří mezi lidmi nové vazby. Zvýšení kvality značky napomáhá přirozená konkurence mezi producenty. Úspěšné produkty označené regionální značkou tak vytvářejí alternativu vůči zboží z globalizovaných velkoobchodů. (Čadilová, 2011)

Regionální značení se samozřejmě potýká také s problémy. Tudíž se objevují snahy o sdílení zkušeností a dobré praxe, ale také pokusy o propojení značek z více zemí do jednoho systému. Příkladem takového spojení může být projekt Evropské známky teritoriální kvality, který zahrnuje Španělsko, Francii, Itálii a Řecko. Další společnou evropskou značkou je „Venkovská kvalita“, která spojuje venkovská území, která mají vlastní územní značku a identitu a fungování stojí na jejich produktech a službách, které mají sociální a environmentální hodnotu. Spojení podniků a podnikatelů pod touto značkou jim umožňuje spravedlivý, solidární a environmentálně udržitelný rozvoj. (Čadilová, 2011)

7. 2 Regionální značení v České republice

Regionální značení v ČR se rozvíjí zejména v posledních pěti letech. Podporou Evropské komise projektu „*Lidé přírodě, příroda lidem*“ v letech 2005 a 2006, vznikly první značky, které se staly základem pro vznik Asociace regionálních značek u nás. Prvními regiony, které měly vlastní značky, se staly Krkonoše, Beskydy a Šumava. Postupem času se přidávaly další a další regiony. Značí se řemeslné výrobky, potraviny, zemědělské, přírodní produkty a také ubytovací a stravovací služby. Značky jsou sdružené v Asociaci regionálních značek. Jsou udělovány podle stejných zásad a mají společný vizuální styl. Regionální značka zaručuje kromě původu i respekt k životnímu prostředí v jednotlivých fázích výroby a spotřeby. Sledován je rovněž podíl ruční a duševní práce, místní suroviny. Jestliže získá produkt dostatečné hodnocení v jiných kritériích, které jsou specifické pro daný region a je dostatečně vyjádřen vztah k tradici a výjimečná kvalita, nemusí být místní surovina vždy podmínkou. Vznikají také značky, které nejsou součástí Asociace regionálních značek, ale jejich principy jsou téměř shodné. Každé značce se udělují certifikáty, jejichž počet se u jednotlivých značek liší. Velmi důležité jsou finanční prostředky, které má koordinátor k dispozici. Na zavedení značky se obvykle využívají prostředky z evropských, národních nebo krajských dotačních programů. Problém pak nastává při udržení a následném rozvoji značení po skončení úvodního projektu. (Čadilová, 2011)

7. 2. 2 Případová studie – rozvoj a aplikace značky ŠUMAVA originální produkt

Jedním z prvních území, kde se testovalo zavádění regionální značky, byl region Šumava. Společně s ním se to týkalo ještě dvou, a to Krkonoš a Beskyd. Na začátku bylo jednou z nejdůležitějších otázek, kdo bude místním koordinátorem značky. Rozhodovalo se mezi založením nového sdružení místních producentů a využitím již fungující společnosti, která se nachází v regionu a svěřit jí koordinaci značky. Nakonec byla koordinace značky svěřena Regionální rozvojové agentuře Šumava s. r. o. V budoucnu se tato volba ukázala jako správná, protože díky tomu byly ušetřeny nemalé prostředky související s administrativou a aplikací značky. Další výhodou se ukázaly zkušenosti již zavedené firmy s čerpáním dotací a řízením projektů. V roce 2005 se uskutečnilo několik schůzek, kterých se zúčastnil národní koordinátor, místní koordinátor a zástupci významných subjektů regionu a výrobců. Náplní těchto schůzí bylo připravit podmínky a kritéria pro udělování a užívání značky. Největší zřetel byl brán na kvalitu výrobků. Dále byla vytvořena grafická podoba loga. Regionální koordinátor vytvořil databázi

výrobců, které informoval o vzniku regionální značky a o tom, že se mohou zapojit do vznikajícího systému. Valná většina výrobců, kteří byli osloveni, však reagovali nedůvěřivě a nechtěli zpočátku vstoupit. V roce 2006 schválila certifikační komise 3 žádosti o udělení značky. V současnosti může značku užívat na 500 výrobců různých druhů. Ze začátku se však výrobci nechtěli zapojovat a museli být vyhledáváni a přesvědčováni, aby se zapojili do systému. Z vlastní iniciativy se výrobci přihlásili jen výjimečně. Díky marketingovým aktivitám ale nastal zlom a mohli se začít připravovat podmínky pro certifikaci značky službám v turismu. Mezi pozitiva vzniku značení můžeme po 5 letech zařadit např. zvýšení kvality výrobků a služeb, zlepšení konkurenceschopnosti, rozšíření turistické nabídky, podporu sounáležitosti s regionem. O prodloužení značky, po 2 letech, kdy vyprší platnost certifikátu, znovu požádalo 95 % výrobců, což dokazuje úspěšnost zavedení značky. Financování šumavské značky je důležité z hlediska propagace. Čím více prostředků je vloženo do její propagace, tím je značka úspěšnější. Členské poplatky od držitelů, však pokryjí jen 10 % veškerých nákladů. Proto byla šumavská značka financována již od začátku také z evropských fondů a ze státního rozpočtu ČR. Silné stránky značení převyšují slabé stránky, které lze eliminovat aktivním přístupem, zvýšenou komunikací, efektivní propagací značky, nalezením východisek pro další financování. Fungování šumavské značky přineslo neočekávaná pozitiva. Naopak zklamáním je malá podpora ze strany státní sféry. (Čadilová, 2011)

7. 3 Regionální značky na území Jihočeského kraje

7. 3. 1 Chutná hezky. Jihočesky

Chutná hezky. Jihočesky je projekt, který funguje od roku 2007. S podporou Jihočeského kraje ho realizuje Regionální agrární komora Jihočeského kraje. Tato značka má za cíl propagovat kvalitní potraviny, které jsou vyprodukovány na území Jihočeského kraje. Funguje také stejnojmenná soutěž, která se koná každý rok. Zaštiťuje ji hejtman. Produkty, které vyhrají, mají právo užívat tuto ochrannou známku a současně výrobcům umožní získat nadstandardní přínos v oblasti marketingu. Také má blahodárný účinek na posílení sociální a ekonomické stability regionu a podporuje místní zemědělskou výrobu. Pro výrobce znamená zapojení do tohoto projektu konkurenční výhodu, jelikož získají přehled o svých konkurentech. Také nezávislí experti, kteří jejich produkty posuzují, přináší výrobcům cenné rady a doporučení. Dalšími plusy jsou, že vítězům je zajištěna bezplatná reklama, mohou být přednostně zařazeni do sortimentu místních

prodejen českobudějovické a kaplické Jednoty, mohou se účastnit různých školení. Regionální agrární komora Jihočeského kraje vydává každoročně brožuru o vítězných potravinách, pomáhá jim zlepšit odbyt a snaží se zvýšit jejich uplatnění ve školních jídelnách. (Chutnahezkyjihocesky.cz. O projektu, [2015])

Značka je udělována v 11 kategoriích (např. pekařské výrobky, sýry, včetně tvarohu, cukrářské výrobky, včetně cukrovinek, masné výrobky tepelně opracované, včetně uzených mas). Jednou z podmínek je, že musí být výrobek vyroben zcela na území Jihočeského kraje. Také musí vykazovat výjimečné kvalitativní znaky, čímž se zvyšuje jeho přidaná hodnota. Musí být dodržena veškerá hygienická a výrobní pravidla a pravidla správné zemědělské praxe. Dále jsou stanovena tyto hodnotící kritéria: vzhled a barva, textura, chuť a vůně, inovativnost, použité materiály, design výrobku, specifické posouzení. (Chutnahezkyjihocesky.cz. Soutěž, pravidla 2015, [2015])

Obrázek 1: Logo Chutná hezky. Jihočesky



Zdroj: Chutnahezkyjihocesky.cz. Soutěž, logotyp, [2015]

7. 3. 2 Šumava - originální produkt

Tato značka garantuje, že výrobek skutečně pochází ze Šumavy. To je ale jen jediná podmínka. Značka je udělena tomu výrobku, který připívá k dobrému jménu regionu, je dostatečně kvalitní, šetrný vůči životnímu prostředí, vyroben ručně nebo z místních surovin, tradiční technologií ve vysoké kvalitě. Jestli jsou tyto podmínky splněny, hodnotí certifikační komise. Regionální rozvojová agentura Šumava značku přiděluje výrobkům

řemeslným, přírodním a zemědělským produktům. (Asociace regionálních značek. O značce, © 2010-2014)

Značeny jsou výrobky na území turistického regionu Šumava (pohoří Šumavy, oblast Pošumaví, části Českého lesa a Novohradských hor). Z Jihočeského kraje sem spadají města Český Krumlov, Prachatice, Volary a Vimperk. (Asociace regionálních značek. O regionu, © 2010-2014). Viz o fungování kapitola 7. 2. 2.

Obrázek 2: Logo Šumava originální produkt



Zdroj: Asociace regionálních značek. O značce, © 2010 - 2014

7. 3. 3 Regionální potravina Jihočeský kraj

Značka Regionální potravina je udělována Ministerstvem zemědělství již 5 let. Získá ji potravinářský nebo zemědělský výrobek, který je nejkvalitnější a vyhraje v krajské soutěži. Zákazník, který si zakoupí výrobek takto označený, má jistotu, že pochází z domácí produkce daného kraje a na jeho území. Zároveň je zajištěna jedinečnost výrobku a splnění těch nejpřísnějších evropských i národních kvalitativních požadavků. (Eagri.cz. O projektu, [2015])

Obrázek 3: Logo Regionální potravina Jihočeský kraj



Zdroj: Eagri.cz. Metodiky a loga, [2015]

7. 3. 4 Z našeho regionu

Pokud chce nějaký výrobek získat tuto značku, musí projít anonymním hodnocením laiků, které si pozvou specialisté. Ti jim vysvětlí, podle jakých kritérií mají hodnotit a za jaké vlastnosti udělovat body (vzhled, barva, konzistence, vůně, chuť). Nakonec je podle udělených bodů vyhlášen vítěz. Výrobky jsou vybírány tím způsobem, že jsou zakoupeny v běžném obchodě stejné výrobky od různých dodavatelů. Po čase jsou výrobky znovu zkontrolovány, aby byla zajištěna kvalita. Pokud tomu tak není, je výrobek vyřazen. (Znasehoregionu.cz. O projektu, © 2010 - 2012)

Obrázek 4: Logo Z našeho regionu



Zdroj: Znasehoregionu.cz. O projektu, © 2010 - 2012

7. 3. 5 Prácheňsko regionální produkt

Tato značka funguje od roku 2010. Projekt dohromady spojil 5 místních akčních skupin: MAS LAG Strakonicko, MAS Svazku obcí Blatenska, MAS Střední Povltaví, MAS Brána Písecka a MAS Vodňanská ryba. Účelem této značky je podpořit místní výrobce a zachovat tradiční řemesla. Samozřejmě to také vede ke zviditelnění historického území Prácheňska. (Asociace regionálních značek. O nás, © 2010-2014) Značku mohou získat potraviny a zemědělské produkty, řemeslné výrobky a umělecká díla, přírodní produkty pokud splní certifikační kritéria. (Asociace regionálních značek. Jak získat značku, © 2010-2014) Kritérií pro výrobce je 5: musí se jednat o místní subjekt, mít kvalifikaci pro příslušnou výrobu, být bezdlužný, musí zaručit standardní kvality výroby a doložit, že proces výroby nepoškozuje životní prostředí. Pro výrobek jsou pouze 4 kritéria: musí být vyroben na Prácheňsku, zaručit standardní kvalitu, být šetrný k přírodě a být jedinečný ve vztahu k regionu. (Asociace regionálních značek. Certifikační kritéria. © 2010-2014)

Obrázek 5: Logo Prácheňsko regionální produkt



Zdroj: Asociace regionálních značek. Jak získat značku, © 2010 -2014

8. Cíle a metodika

Cílem této bakalářské práce je zhodnotit, jaký má regionální značka význam pro místní akční skupinu v regionu Lišov a Hluboká nad Vltavou. Dalším cílem je zjistit, jak se ekonomické subjekty v daném regionu zajímají o regionální značení a jaký má na ně dopad. Zjištěné informace budou zhodnoceny a bude navrženo variantní řešení případných problémů, regionálního značení a její propagace vedoucí k větší informovanosti občanů dané místní akční skupiny.

Při vypracování teoretické části práce byla využívána odborná literatura a veřejně dostupné informace z webových stránek. Zaměřena je hlavně na fungování české a evropské regionální politiky. Dále na fungování místních akčních skupin a na projekt LEADER.

V praktické části pak informace a data byly získány prostřednictvím konzultací a pohovorů. V úvodu byla představena Místní akční skupina Lišovsko – Hlubocko. Na základě analýzy získaných dat a informací byly vyvráceny nebo potvrzeny následující hypotézy:

- hypotéza č. 1: Existence regionální značky bude pro Místní akční skupinu Lišovsko – Hlubocko důležitá a bude mít na ni pozitivní dopad
- hypotéza č. 2: Ekonomické subjekty mají zájem o produkty označené regionální značkou

Byly vypracovány 2 typy dotazníků. První formulář dotazníku byl vypracován pro obce, které jsou součástí Místní akční skupiny Hlubocko – Lišovsko. Obsahoval 14 otázek, na které byly předem připravené odpovědi, ze kterých si mohli respondenti vybrat, která je podle nich pravdivá. Jedna otázka poskytovala kromě předpřipravených odpovědí i možnost vypsání příkladu odpovědi na položenou otázku. Otázky v dotazníku byly směřovány na znalosti ohledně vybrané místní akční skupiny, problematiku regionálních značek a byly zde uvedeny i konkrétní příklady regionálních značek v Jihočeském regionu.

Druhý formulář dotazníků byl vypracován pro firmy, které se nacházejí na území MAS Hlubocko – Lišovsko v Jihočeském kraji. Obsahoval 16 otázek, které měly předem připravené možnosti odpovědí. I v tomto dotazníku jedna otázka vyžadovala slovní odpověď. Otázky byly koncipovány na získání informací o firmě, informovanosti o fungová-

ní místní akční skupiny Hlubocko – Lišovsko. I zde se objevily otázky zaměřené na regionální značky a jejich propagace v Jihočeském kraji.

Veškeré dotazníky byly rozesílány e-mailem a odpovědi na ně byly získány tímto prostřednictvím nebo osobním setkáním.

9. Praktická část

9. 1 MAS Hlubocko – Lišovsko

Místní akční skupina Hlubocko – Lišovsko o. p. s. vznikla roku 2004 jako obecně prospěšná společnost, která sdružuje podnikatele a obce, které se nacházejí na území Hlubocka a Lišovska. Založena byla za účelem toho, aby podporovala rozvoj venkova v rámci jednotné strategie. Týká se to např. oblastí kultury, cestovního ruchu, malého a středního podnikání, ochrany životního prostředí, multifunkčního zemědělství. Aby dosáhla těchto cílů, vypisuje místní akční skupina výzvy k předkládání projektů, které jsou součástí mnoha podpůrných programů. Následně projekty vyhodnotí podle schválených a zveřejněných kritérií, které byly již předem schváleny. Další činností, kterou se místní akční skupina zabývá, je, že rozhoduje o přidělování dotací z programu LEADER pro projekty, které vybrala. Také shání další finanční zdroje, které by mohly sloužit pro rozvoj dané oblasti. Součástí této místní akční skupiny je 20 obcí (Adamov, Borek, Hlincová Hora, Hluboká nad Vltavou, Hosín, Hrdějovice, Hůry, Hvozdec, Chotýřany, Jivno, Libín, Libníč, Lišov, Rudolfov, Ševětín, Štěpánovice, Úsilné, Vitín, Vráto, Zvíkov), které jsou rozděleny ve 2 mikroregionech: Mikroregionu Budějovicko – sever a Mikroregionu Lišovsko. (Místní akční skupina Hlubocko – Lišovsko. Profil společnosti, © 2010 - 2015)

Mikroregion Budějovicko – sever sdružuje 14 samosprávných obcí v 26 katastrálních územích. Obyvatelstvo je nejvíce koncentrováno v oblasti kolem řeky Vltavy, tedy v jižní a východní části mikroregionu. Malé osady v severní části jsou osídleny řídce a mají převážně zemědělskou a lesnickou funkci. V jižních Čechách, východní části okresu České Budějovice, se nachází druhý ze dvou mikroregionů. Centrem Mikroregionu Lišovsko je město Lišov, které je jeho střediskovou obcí. Na východní části je hranicí společně s CHKO Třeboňsko, na který přímo navazuje a některé jeho obce do něj zasahují. Tzv. Lišovský prah, terénní lom, odděluje mikroregion od Českobudějovické kotliny. Přirozeným centrem místní akční skupiny se díky své historii, počtu obyvatel, rozlohou a dalšími charakteristikami stalo město Hluboká nad Vltavou. Mezi další významná města můžeme zařadit Lišov a Rudolfov. Zbylé obce jsou zpravidla do značné míry závislé na spádových centrech. Jsou jimi zejména České Budějovice. Je to i díky tomu, že na území se nenachází žádná obec s rozšířenou působností. Proto je důležité

posilovat soudržnost regionu. (Místní akční skupina Hlubocko – Lišovsko. Členské obce, © 2010 - 2015)

Nejvyšším orgánem místní akční skupiny je ředitel. Správní radu tvoří předseda, 1. místopředseda, místopředseda a dalších 6 členů. Dozorčí rada se skládá z předsedy a 2 členů. Dalšími orgány jsou Výběrová komise a Programový výbor. (Místní akční skupina Hlubocko – Lišovsko. Orgány MAS, © 2010 - 2015)

Obrázek 6: Mapka území MAS



Zdroj: Místní akční skupina Hlubocko – Lišovsko. Členské obce, © 2010 - 2015

9. 1. 1 Integrovaná strategie území pro programové období 2014 – 2020

Tato více odvětvová strategie se zpracovává po konzultaci s obyvateli, podnikateli, obcemi a neziskovými organizacemi v regionu. Strategii určuje poptávka (přání) komunity, zjištěné objektivní potřeby a zdroje regionu. Na základě této strategie může Místní akční skupina Hlubocko – Lišovsko o. p. s. získat až desítky milionů korun na rozvoj svého území v období 2014 – 2020. V předchozím období 2008 – 2013 bylo v rámci této místní akční skupiny přerozděleno mezi žadatele více než 35 milionů korun. (Místní akční skupina Hlubocko – Lišovsko. Integrovaná strategie území Místní akční skupiny Hlubocko - Lišovsko o.p.s. pro programové období 2014 – 2020, © 2010 - 2015)

9. 1. 2 Strategický plán LEADER

Pro období 2008 – 2013 vytvořila Místní akční skupina Hlubocko – Lišovsko o. p. s. Strategický plán Leader. V první a druhé části tohoto dokumentu je charakterizována místní akční skupina (právní forma, rozloha, počet obyvatel). Třetí část popisuje, jak došlo ke zpracování Strategického plánu Leader (SPL). Místní akční skupina vycházela z již dříve vyhotovených strategických dokumentů (Integrované rozvojové strategie území, Plán rozvoje sociálních služeb) a z metody komunitního plánování. Na zpracování strategie se podílela celá řada externích odborníků a byli zapojeni i občané, od kterých byly podněty získávány prostřednictvím plošné ankety. Analýzou území místní akční skupiny se zabývá část čtvrtá. Je zde zhodnoceno území, jeho historie, poloha, zvláštnosti, význam cestovního ruchu pro region. Ten je klíčový, jelikož se zde nachází státní zámek Hluboká nad Vltavou (MAS ho má ve svém znaku), který za rok navštíví skoro 300 000 návštěvníků. Turisté zde mohou také navštívit zoologickou zahradu, Alšovu jihočeskou galerii a další atraktivitu a aktivity. Místní akční skupina si vytyčila za cíl využít tohoto turistického potenciálu s využitím evropských fondů. Analyzuje zde též zdroje, které má. Největší důraz klade na rozvoj lidských zdrojů. Zorganizovala řadu vzdělávacích akcí, např. projekt vzdělávání regionálních manažerů. Pátá kapitola obsahuje SWOT analýzu. Ze zpracované SWOT analýzy vyplývá, že nejvýznamnější a tužící i silnou stránkou, je pro region cestovní ruch a využití jeho potenciálu do budoucna. To jde ruku v ruce s rozvojem občanské vybavenosti a rozvojem základní infrastruktury. Naopak musí být eliminovány hrozby, které vyplývají z rozvoje cestovního ruchu (možnost zhoršení kvality poskytovaných služeb atd.) Na strategii je zaměřena šestá kapitola. MAS v ní vymezuje 4 témata, na která chce zaměřit v budoucnu svoji pozornost. Jsou to: podpora cestovního ruchu, obnova a rozvoj vesnic, ochrana a rozvoj kul-

turního dědictví venkova, podpora zemědělství. Těchto priorit chce dosáhnout především zvýšením zájmu podnikatelů a veřejnosti finančními prostředky, které bude poskytovat. Strategie, kterou MAS vytvořila, je inovativní a s předchozími strategickými výstupy v souladu. Sedmá se zabývá historií MAS a jejím fungováním. V následující části jsou shrnuty získané zkušenosti z přípravy projektů a spolupráce, jak mezinárodní, tak národní. Dále je popsána organizace MAS a její zdroje pro realizace SPL. Předposlední část popisuje administrativní postupy. Veškeré úkony probíhají v souladu s pravidly, které jsou stanoveny pro poskytování dotací z Programu rozvoje venkova. Na závěr místní akční skupiny popisuje zapojení žen, mladých lidí a zemědělců. Ti jsou do její činnosti zapojeni i na nejvyšších pozicích. (Místní akční skupina Hlubocko – Lišovsko, 2012)

9. 1. 3 Strategie komunitně vedeného místního rozvoje (SCLLD) na území Místní akční skupiny Hlubocko – Lišovsko pro období 2014 – 2020

Tato strategie představuje hlavní střednědobý dokument pro komplexní plánování regionálního rozvoje v tomto regionu. Jejím cílem je zkoordinovat aktivity přípravné a realizační, které vedou k zajištění udržitelného rozvoje na místní úrovni. Projekty, které MAS obdrží od žadatelů, budou posuzovány na základě tohoto dokumentu. Měly by být v souladu s touto strategií. Pro zpracování dokumentu byla použita metoda participativní, která zapojuje veřejnost, odborníky, důležité partnery a subjekty. Dále se na zpracování podíleli experti. Obsahem strategie je analytická, strategická a implementační část, které jsou navzájem propojené. Analytická část popisuje a analyzuje území a shrnuje podklady pro část strategickou a implementační. Je zde použita SWOT analýza a socio-ekonomická analýza území. Strategická část se zaměřuje na to, jak dosáhnout rozvoje území místní akční skupiny. Jsou zde vytyčeny strategické indikátory, které jsou přiřazeny k jednotlivým strategickým cílům, finanční plán a časový harmonogram. Na závěr je určen způsob zavádění strategie a její monitoring. Poslední část integruje požadavky a priority komunity vůči programům, z nichž jsou čerpány dotace. MAS definovala svoji vizi rozvoje následovně: „*Region rozvíjející venkovské hodnoty v kultuře, podnikání a sociálních vztazích, podporující další rozvoj infrastruktury a služeb pro občany i návštěvníky při respektování principu trvale udržitelného rozvoje.*“ (Místní akční skupina Hlubocko – Lišovsko, str. 90, [2015])

10. Návrh, certifikace a propagace značky pro MAS

Značka vhodná pro MAS Hlubocko – Lišovsko by ji měla dostatečně vystihovat a korespondovat s ní. Protože se pod touto místní akční skupinou sdružuje 20 obcí, mohla by být značka pojmenována Regionální značka Hlubocko – Lišovsko, aby svým názvem zahrnula všechny zúčastněné. Navíc by si ji ti, kteří znají činnost MAS Hlubocko – Lišovsko ihned spojili s touto značkou, což by vedlo k zvýšení povědomí o místní akční skupině i regionální značce. Koordinátorem značky by se stala MAS Hlubocko – Lišovsko. Ve svém znaku by mohla samozřejmě mít zámek Hluboká nad Vltavou, ale jelikož už ho má ve svém znaku MAS, mohlo by to být zavádějící a matoucí. Proto by mohlo být vhodné využít jiný typický znak pro tento region. Jedním z těchto znaků jsou maleté štíty domů. Právě ty by mohly být použity jako motiv znaku.

Regionální značku by mohli získat výrobky, produkty, pokrmy a služby. Musely by být vyprodukovány na území místní akční skupiny. Musely by být vyrobeny výhradně ze surovin, které byly vypěstované na daném území a zpracovány s ohledem na životní prostředí a ve vysoké kvalitě. Plusem by také bylo, kdyby byli zpracované tradičním způsobem. Jejich výroba by měla splňovat všechny potravinářské, zemědělské a hygienické podmínky. Všechny tyto podmínky by museli uchazeči o značku doložit příslušnými dokumenty. Aby získaly certifikát služby, měly by být poskytovány na vysoké úrovni. O značku by mohli žádat jak fyzické osoby, tak právnické osoby, které by prokázaly svoji bezdlužnost a kvalifikaci pro příslušnou výrobu.

Všechny tyto podmínky by hodnotila certifikační komise, složená z odborníků a zástupců MAS podle předem stanoveného bodového ohodnocení. Ti, kdo by získali možnost užívat regionální značku, by museli zaplatit příslušný registrační poplatek. Značka by byla udělována na určitou dobu, během níž by probíhaly opětovné kontroly k zajištění kvality. Po uplynutí této doby, by mohli opět zažádat o prodloužení práva používat značku. Museli by opět splnit podmínky pro udělování značky a zaplatit registrační poplatek.

Oceněné produkty by měly právo označovat se visačkou, samolepkou, etiketou nesoucí logo regionální značky. Prodejny, které by nabízely oceněné produkty, by rovněž měly právo vyvěsit logo značky, aby došlo k informování kupujících. Propagace značky a produktů by probíhala pomocí letáčků, pořádání akcí, reklamou v regionálním tisku a rádiích. Samozřejmě by vznikly webové stránky, kde by si zájemci o produkty mohli

zjistit všechny potřebné informace, např. prodejny, oceněné výrobky, pořádané akce atd. Koordinátor značení by produktům pomohl zajistit odbyt v místních prodejnách.

11. Dotazníkový průzkum

Pro potřeby této bakalářské práce jsem vytvořila dva druhy dotazníků. Jeden je určen obcím a druhý firmám na území MAS Hlubocko – Lišovsko. Dotazníky byly rozesílány prostřednictvím e-mailu. Tímto způsobem byly také získávány odpovědi. V některých případech také osobním setkáním.

11. 1 Dotazníkový průzkum u obcí

Pro účely dotazníku bylo osloveno všech 20 obcí, zúčastnilo se jich 15. Konkrétně: Borek, Hlincová Hora, Hluboká nad Vltavou, Hosín, Hrdějovice, Hůry, Hvozdec, Jivno, Libín, Libníč, Rudolfov, Štěpánovice, Vitín, Vráto, Zvíkov.

1. Víte o existenci MAS Hlubocko – Lišovsko?

O tom, že funguje Místní akční skupina Hlubocko – Lišovsko ví samozřejmě všech 15 obcí, protože jsou její součástí. Na tuto otázku tedy všechny odpovědi byly kladné.

2. Myslíte si, že je fungování MAS Hlubocko – Lišovsko přínosem pro region?

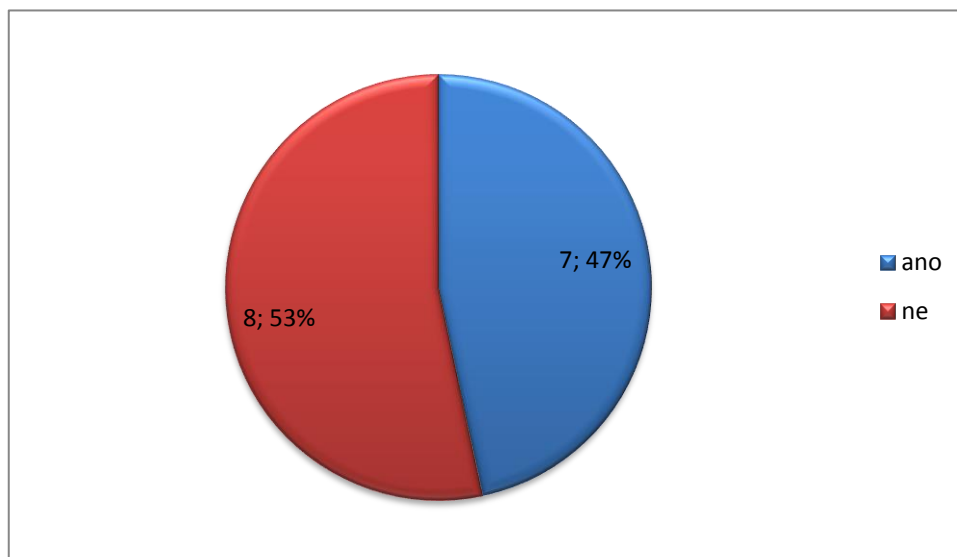
Všechny obce odpověděli na tuto otázku ano. Tedy všechny považují fungování Místní akční skupiny Hlubocko – Lišovsko jako pozitivum. Je to pochopitelné, protože díky ní se obce mohou dále rozvíjet.

3: Spolupracujete s MAS Hlubocko – Lišovsko?

I tato otázka měla jednoznačnou odpověď. Všechny 15 obcí s místní akční skupinou spolupracuje a využívá tedy jejích pobídek. Je to totiž pro ně výhodné.

4. Znáte v rámci České republiky nějakou regionální značku? Pokud ano, jaká to je?

Graf 1: Znáte v rámci ČR nějakou regionální značku?

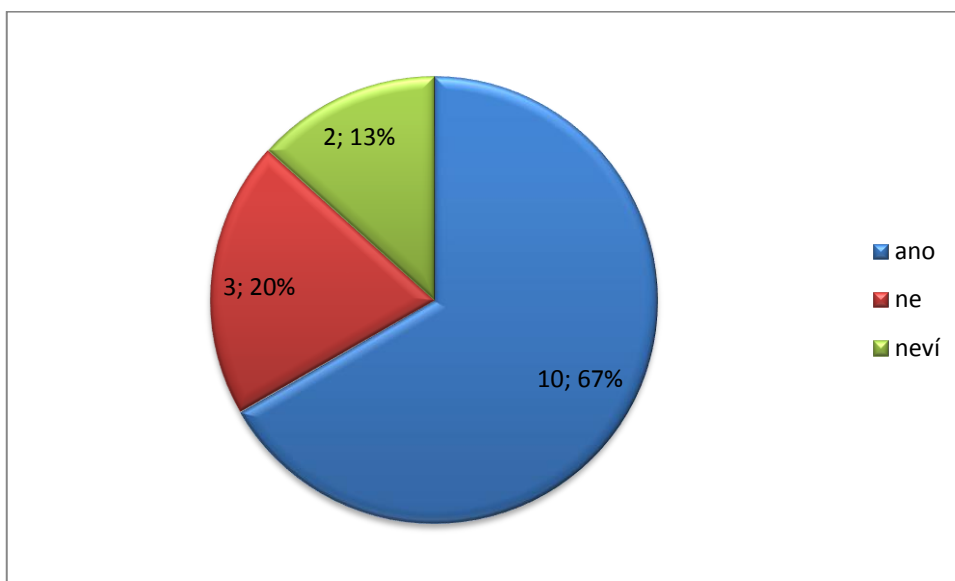


Zdroj: vlastní zpracování

Odpovědi na tuto otázku jsou téměř vyrovnané. 8 z 15 obcí žádnou regionální značku nezná. Zbývajících 7 obcí ano a uvedly tyto příklady: Klasa, Šumava originální produkt. Dále uvedli Madeta, Budvar, Blaťácké zlato, Pivo Jakub. Tyto uvedené příklady ale nejsou regionálními značkami. Madeta je tradiční česká firma a ostatní jsou příklady výrobků, které mají tradiční, regionální charakter.

5. Myslíte si, že by zavedení regionální značky pro region Hlubocko – Lišovsko bylo přínosem?

Graf 2: Myslíte si, že by zavedení regionální značky bylo pro region Hlubocko – Lišovsko přínosem?

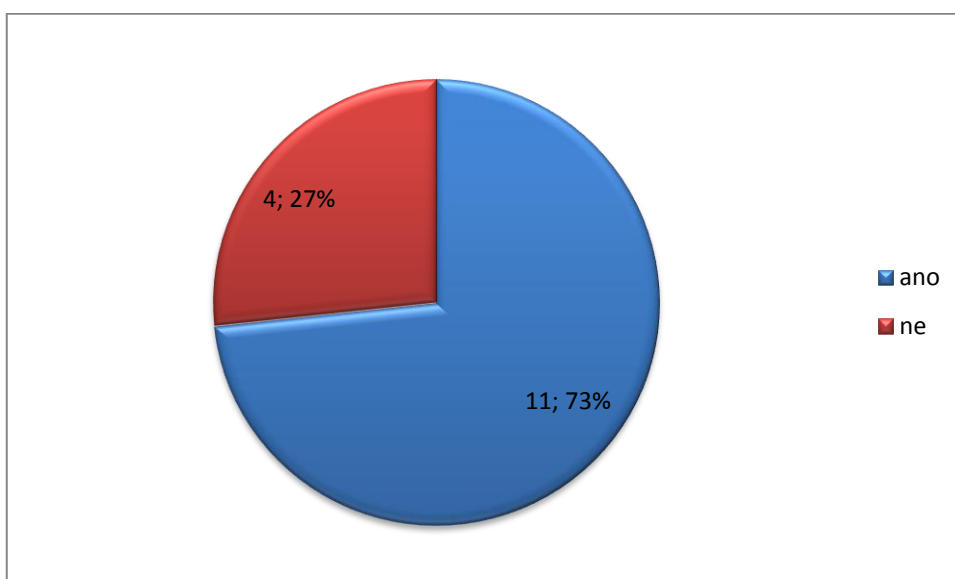


Zdroj: vlastní zpracování

Na předchozí otázku navazuje otázka č. 5. 67 % obcí si myslí, že by zavedení regionální značky bylo pro region přínosem. Naopak 13 % si myslí, že by nebyla přínosem. 13 % obcí na tuto otázku nedokáže posoudit. Důvodem může být právě neznalost výhod, které regionální značky mohou přinést.

6. Myslíte si, že je regionální značka obecně přínosem pro region?

Graf 3: Myslíte si, že je regionální značka obecně přínosem pro region?

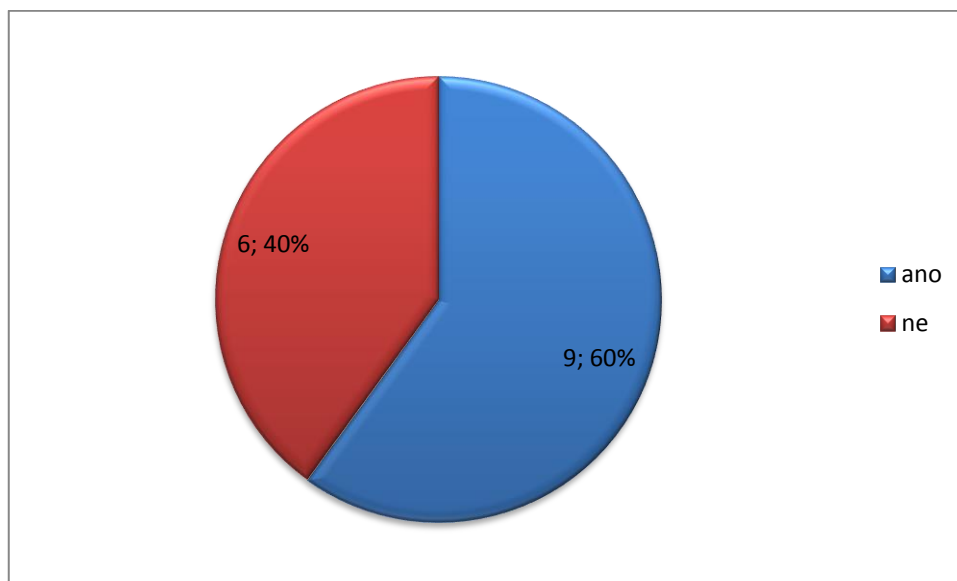


Zdroj: vlastní zpracování

Nadpoloviční většina obcí si myslí, že regionální značky jsou přínosné pro region. Číslo je dokonce vyšší, než v případě předchozí otázky. Ostatní obce s tímto nesouhlasí. Opět se zde mohla projevit neznalost regionálních značek a jejich výhod. Již se zde ale nevykytla odpověď, že neví, zda jsou nebo nejsou regionální značky přínosem.

7. Ovlivňuje vaše nákupy regionální značka?

Graf 4: Ovlivňuje vaše nákupy regionální značka?

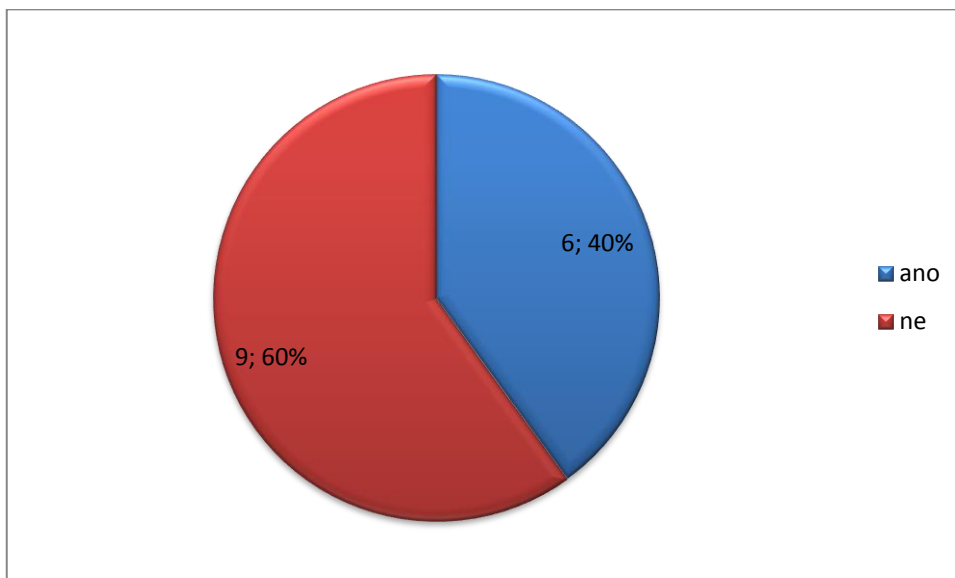


Zdroj: vlastní zpracování

Na 60 % má vliv při nákupu regionální značka. Zbývajících 40 % není nijak ovlivněno touto problematikou. Možná je to díky tomu, že má pro ně větší váhu cena produktu než to, kde byl vyroben.

8. Dáváte přednost produktům označeným regionální značkou?

Graf 5: Dáváte přednost produktům označeným regionální značkou?

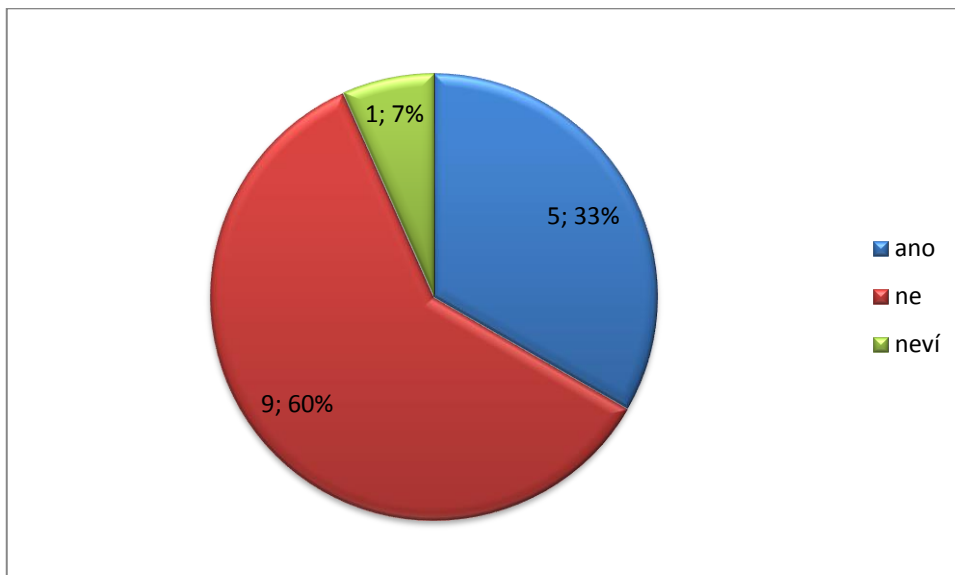


Zdroj: vlastní zpracování

Přestože jsme se v předchozí otázce dozvěděli, že 9 respondentů je ovlivňováno při nákupu regionálními značkami, tak pouze 6 z nich jim dává přednost před výrobky, které nejsou označeny regionálními značkami.

9. Myslíte si, že jsou regionální značky dostatečně propagovány?

Graf 6: Myslíte si, že jsou regionální značky dostatečně propagovány?



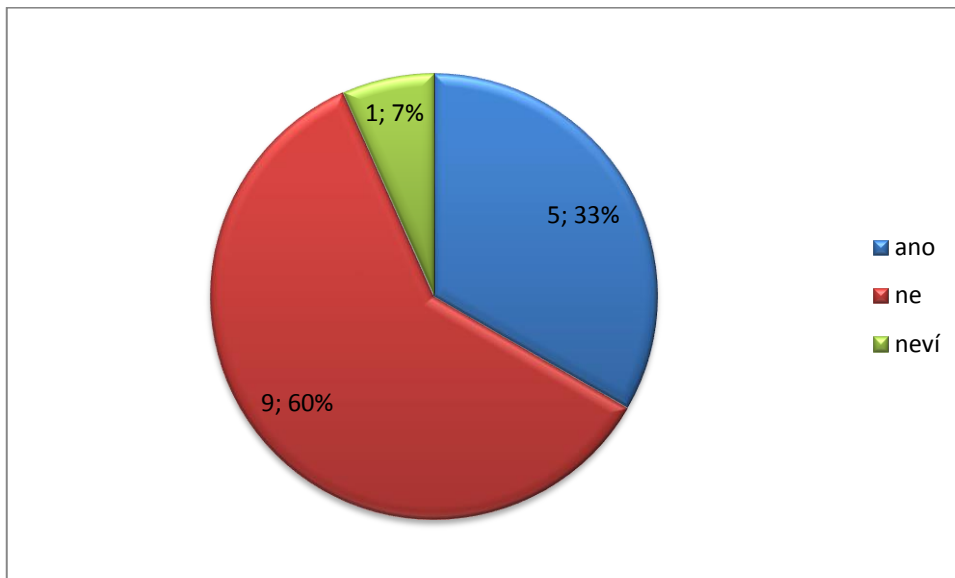
Zdroj: vlastní zpracování

V otázce č. 4, většina obcí odpověděla, že nezná žádnou regionální značku. Proto není překvapení, že 60 % si myslí, že nejsou dostatečně propagovány. 7 %, což je jedna ob-

ce, na tuto otázku nedokáže odpovědět. Zbývající si myslí, že jsou dostatečně propagovány. Může to být způsobeno faktem, že znali příklad regionální značky, i když byl v některých případech chybný.

10. Myslíte si, že jsou regionální značky vhodným způsobem propagovány?

Graf 7: Myslíte si, že jsou regionální značky vhodným způsobem propagovány?

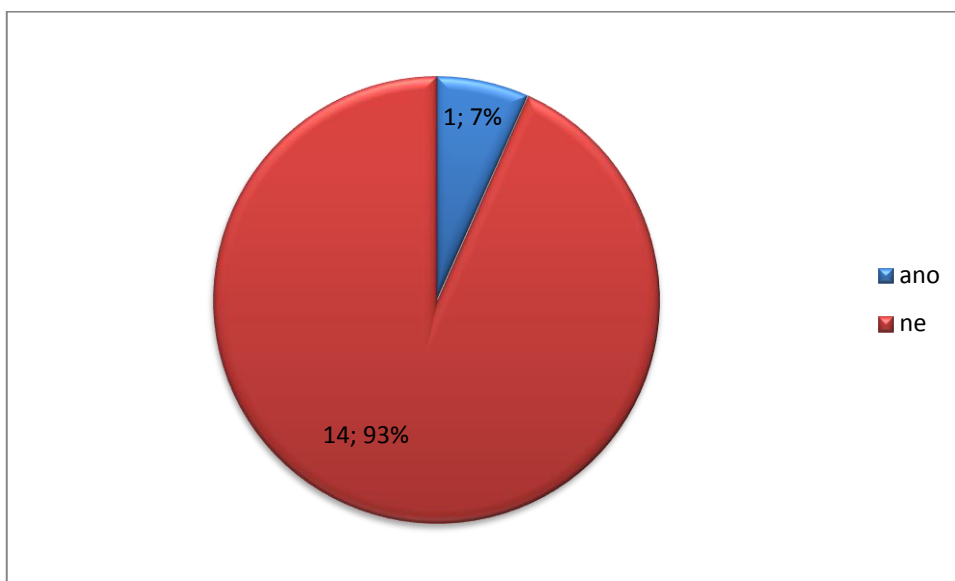


Zdroj: vlastní zpracování

Tato otázka byla shodně okomentována jako přechozí. Tedy většina si myslí, že nejsou vhodně propagovány. Důkazem toho může být již několikrát zmiňovaná neznalost obcí regionálních značek. Jedna obec neví a zbývající si myslí, že jsou vhodně propagovány.

11. Víte, že je oceněna značkou Regionální potravina Hlubocká klobása, kterou vyrábí v Českých Budějovicích firma MAUZ – výroba s. r. o.?

Graf 8: Víte, že je oceněna značkou Regionální potravina Hlubocká klobása, kterou vyrábí v ČB firma MAUZ – výroba s. r. o.?

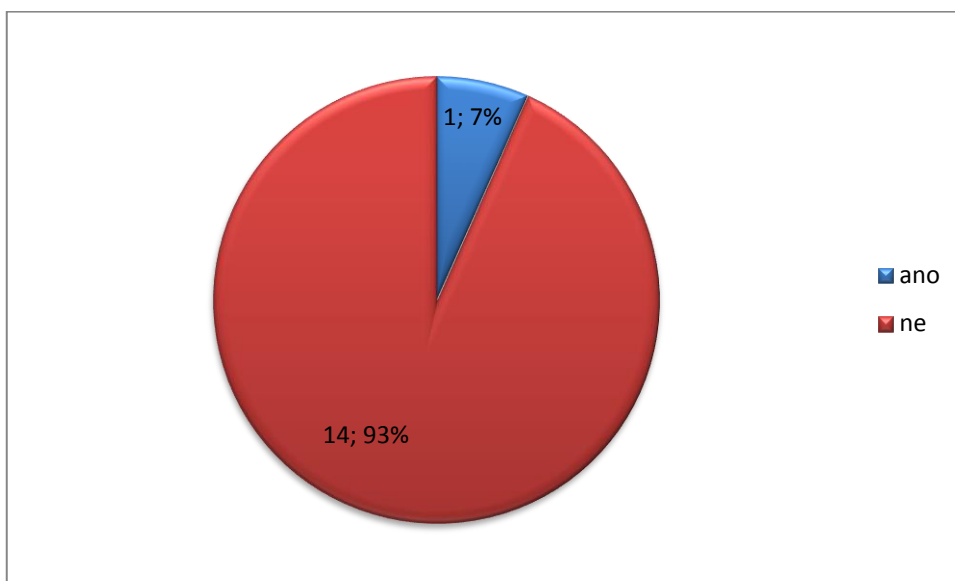


Zdroj: vlastní zpracování

Pouze jediná obec věděla, že je Hlubocká klobása oceněna regionální značkou. Přestože se jedná o výrobek, který není vyráběn na území vybrané místní akční skupiny, je překvapivé, jak málo respondentů to vědělo. Možná je to kromě nedostatečné propagace, zapříčiněno i nezájmem lidí o regionální značky.

12: Víte, že je oceněn značkou Regionální potravina Krumlovský koláč, který peče firma PEKAŘSTVÍ NODES, spol. s r. o.?

Graf 9: Víte, že je oceněn značkou Regionální potravina Krumlovský koláč, který peče firma PEKAŘSTVÍ NODES, spol. s r. o.?

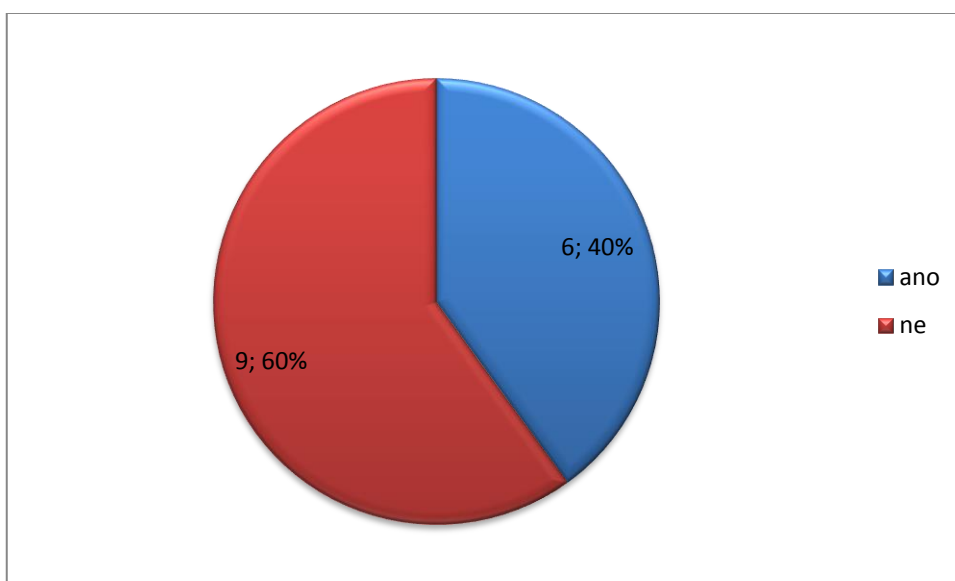


Zdroj: vlastní zpracování

I v tomto případě věděla jediná obec, že je oceněný Krumlovský koláč regionální značkou. Zbývajících 14 o této věci nemělo tušení. Stejně jako v předchozím případě si to můžeme vysvětlit nezájmem a hlavně špatnou propagací.

13. Víte, že je oceněna značkou Regionální potravina Zlatá niva vyráběná MA-DETOU a. s.?

Graf 10: Víte, že je oceněna značkou Regionální potravina Zlatá niva vyráběná Madetou s. r. o.?

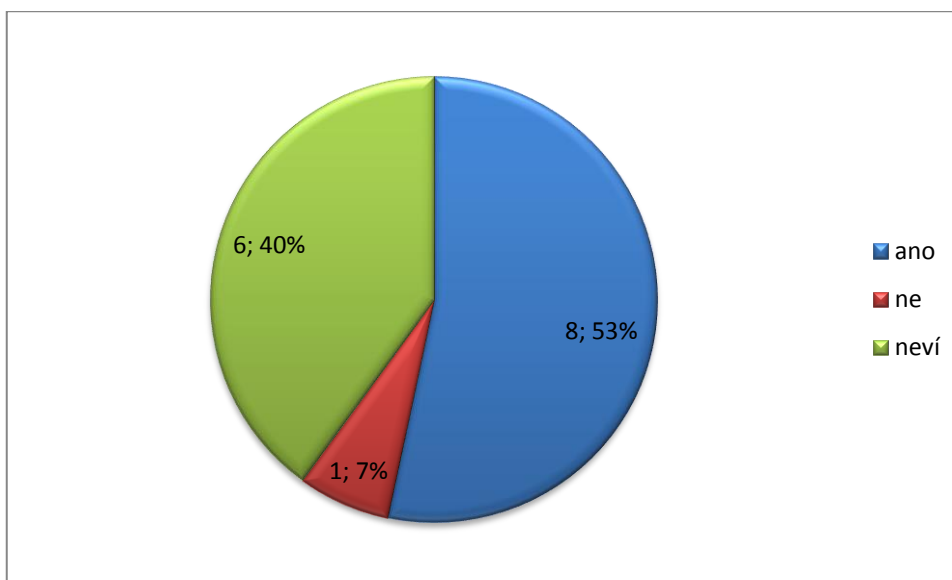


Zdroj: vlastní zpracování

V případě Zlaté nivy vyráběné Madetou už bylo číslo, vypovídající o tom, že obce ví o jejím ocenění, vyšší. Celkem to ví 6 obcí. Důvodem by mohlo být to, že Madeta je velká firma, která je známá i mimo území Jihočeského kraje a její produkty jsou dostupné po celé České republice.

14. Myslíte si, že uvedené příklady produktů, které jsou oceněné Regionální potravinou, vhodně propagují Jihočeský kraj?

Graf 11: Myslíte si, že uvedené příklady produktů, které jsou oceněné Regionální potravinou, vhodně propagují Jihočeský kraj?



Zdroj: vlastní zpracování

Poslední otázka se týkala zhodnocení příkladů produktů, které byly oceněny. 53 % obcí si myslí, že tyto produkty vhodně propagují Jihočeský kraj. 40 % obcí ale toto nedokázali posoudit a odpověděly, že neví. Jedna obec si myslí, že toto nejsou dobré produkty k propagaci Jihočeského kraje. Tato otázka je velice subjektivní a záleží tedy na každém, jaký názor na tuto problematiku má.

11. 2 Dotazníkový průzkum u firem

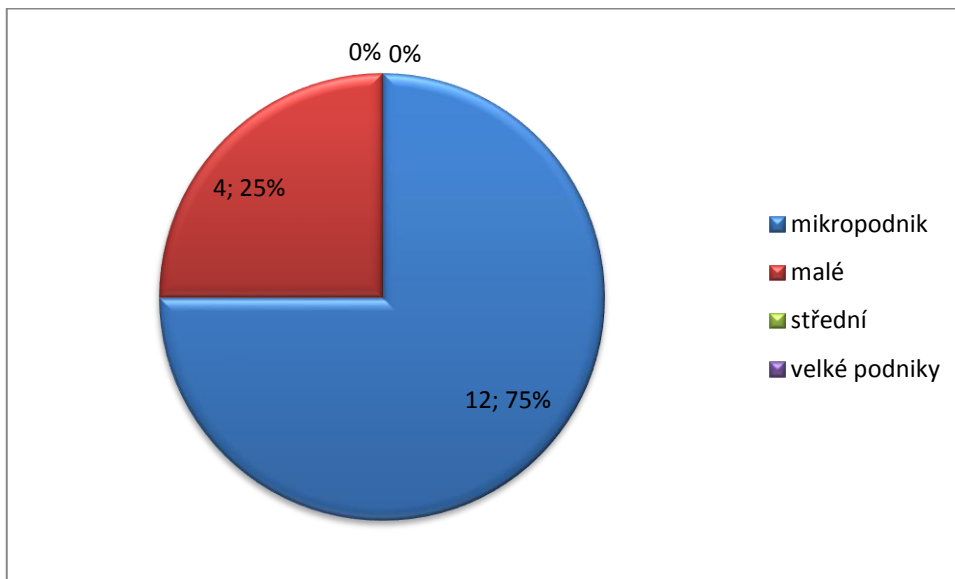
Pro účely dotazníku bylo osloveno 30 firem. Zúčastnilo se jich 16. Konkrétně to byly tyto: Coffee Berry s. r. o., ARDEAPHARMA a. s., BIOPROFIT s. r. o., STAVEX CB s. r. o., Yorix s. r. o., MEZI HVĚZDAMI, EPOS Lišov spol. s r. o., Reno Šumava a. s., BP HOLZ s. r. o., KN INTERIERY s. r. o., Farma Tájek, Vazník s. r. o., Penzion a Kavárna U Štoly, Nože Hofman, V+J Obuv s. r. o., Salon Hrdějovice. Tři oslovené firmy se to-

hoto dotazníkového šetření nechtěly být součástí. Odůvodnily to nezájmem a neznalostí této problematiky.

První 3 otázky dotazníku jsou zaměřené na zjištění, o jaký druh firmy se jedná. Dále už jsou otázky zaměřeny na vybranou místní akční skupinu a regionální značení.

1. Jak velká je vaše firma?

Graf 12: Jak velká je vaše firma?

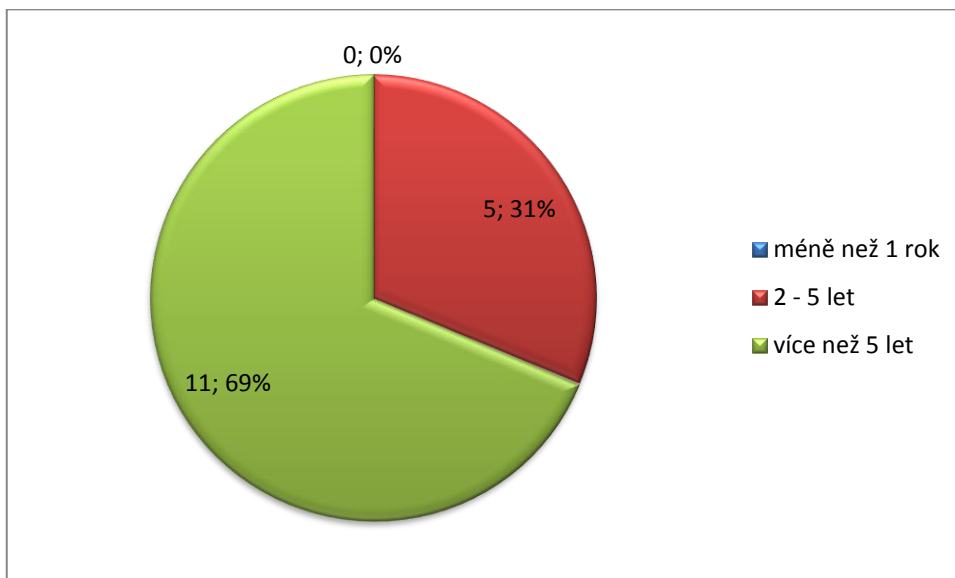


Zdroj: vlastní zpracování

Většina zúčastněných firem se řadí do kategorie mikropodniků. Zbývající firmy jsou kategorie malé. Žádná oslovená firma nebyla kategorie středních a velkých podniků. Toto rozdělení je stanoveno podle Evropské unie. Mikropodniky mají 1 – 9 zaměstnanců, malé 10 – 99 zaměstnanců, střední 100 – 499 zaměstnanců a velké podniky 500 a více zaměstnanců.

2. Jak dlouho působíte na trhu?

Graf 13: Jak dlouho působíte na trhu?

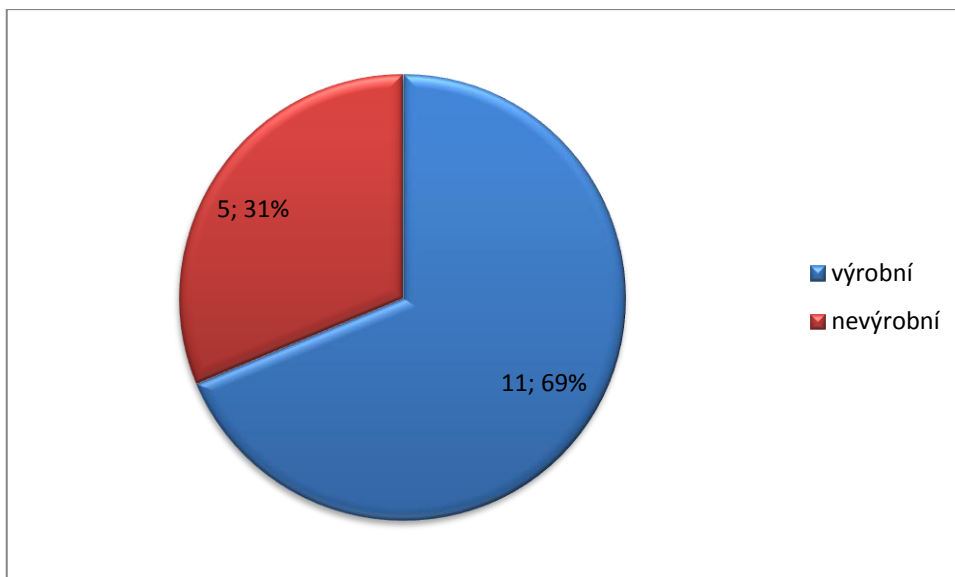


Zdroj: vlastní zpracování

11 oslovených firem působí na trhu více než 5 let, což znamená, že se jedná o již zavedené podniky. Ostatní na trhu působí 2 – 5 let. Žádná není na trhu méně než 1 rok.

3. Jaké je vaše zaměření?

Graf 13: Jaké je vaše zaměření?

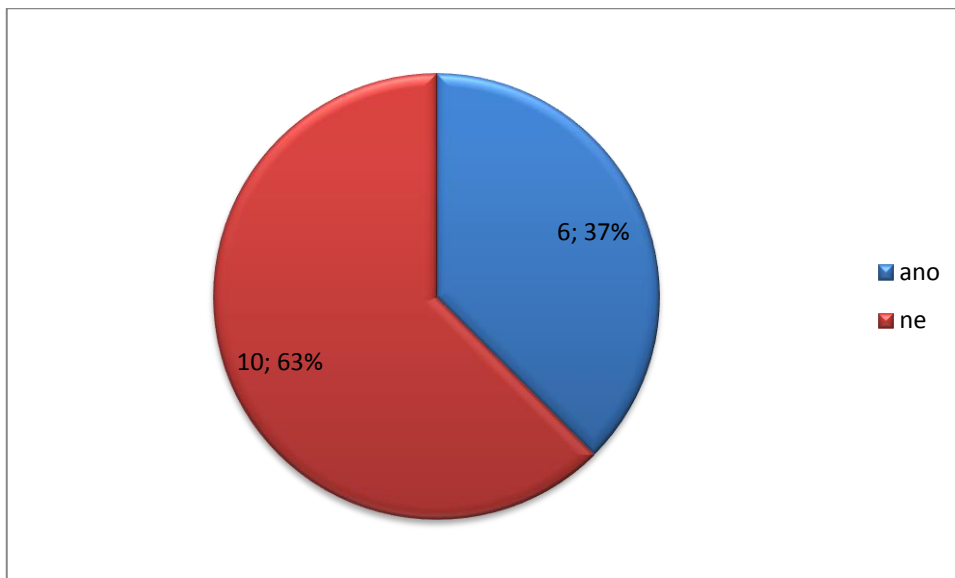


Zdroj: vlastní zpracování

Jedenáct firem je výrobního zaměření. Ostatních 5 firem mají nevýrobní charakter.

4. Víte o existenci MAS Hlubocko – Lišovsko?

Graf 14: Víte o existenci MAS Hlubocko – Lišovsko?

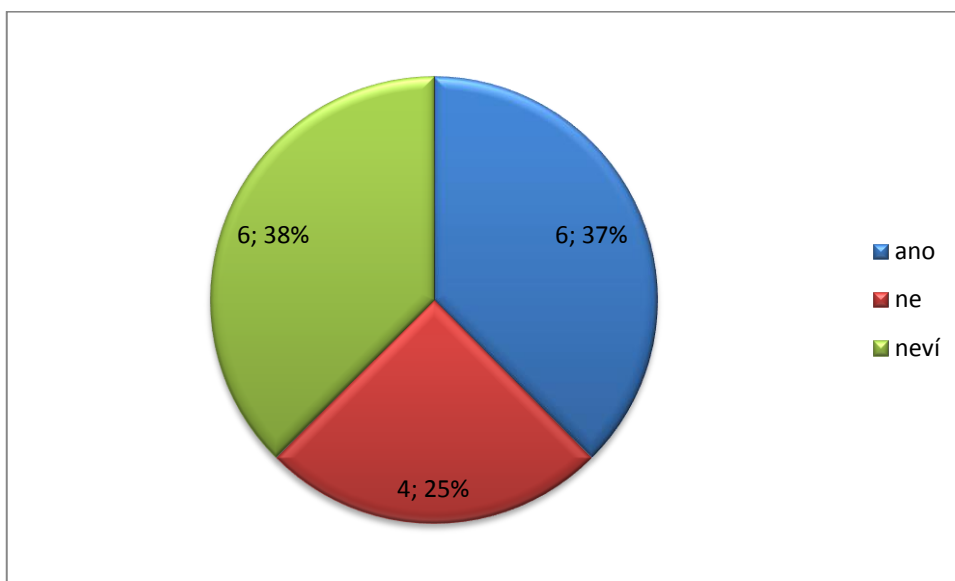


Zdroj: vlastní zpracování

O tom, že existuje Místní akční skupina Hlubocko – Lišovsko ví 63 % firem. Zbývajících 37 % procent o její existenci neví. Může to být zapříčiněno nezájmem lidí a nedostatečnou informovaností o tom, s kým obec, ve které se nachází jejich firma, spolupracuje na svém rozvoji.

5. Myslíte si, že je fungování MAS Hlubocko – Lišovsko přínosem pro region?

Graf 15: Myslíte si, že je fungování MAS Hlubocko – Lišovsko přínosem pro region?

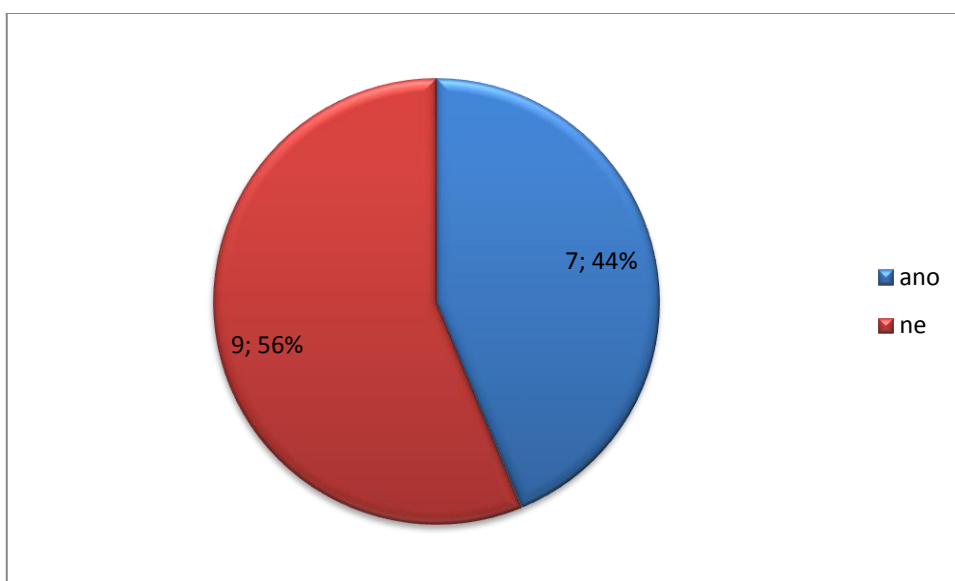


Zdroj: vlastní zpracování

37 % firem si myslí, že fungování vybrané místní akční skupiny je přínosem pro region. Jen o jedno procento víc neví, jaký má přínos pro region. 25 % si myslí, že není přínosem. Možnou příčinou by mohla být neznalost, jak místní akční skupiny fungují a k čemu slouží.

6. Znáte v rámci České republiky nějakou regionální značku? Pokud ano, jaká to je?

Graf 16: Znáte v rámci ČR nějakou regionální značku?

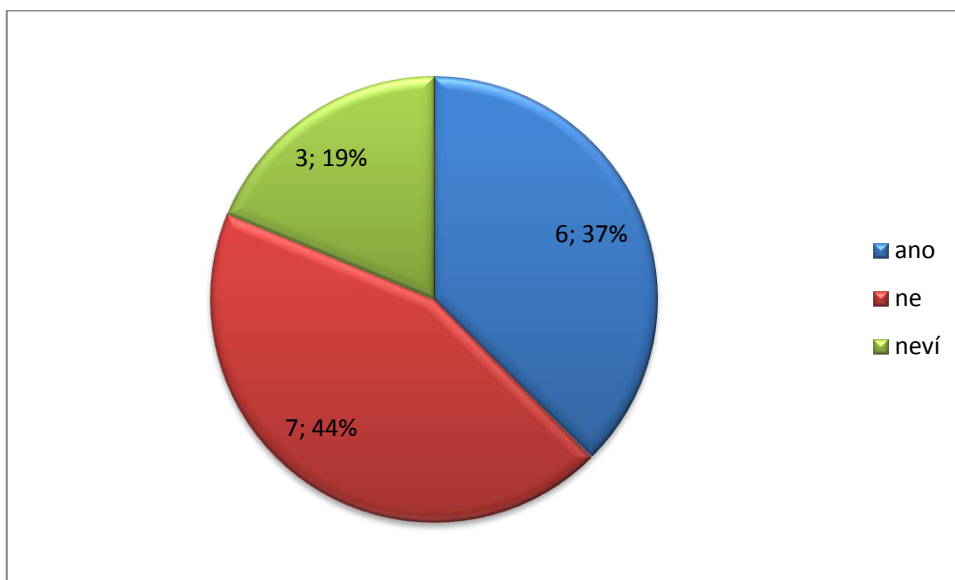


Zdroj: vlastní zpracování

Více jak polovina dotázaných nezná žádnou regionální značku. Ti, kteří nějakou znají uvedli tyto příklady: Chutná hezky. Jihočesky., Klasa, Regionální potravina, Šumava originální produkt. Jeden respondent také uvedl Loštické syrečky, které ovšem nejsou regionální značkou. Stejně jako v dotazníku u obcí, se projevila neinformovanost respondentů.

7. Myslíte si, že by zavedení regionální značky pro region Hlubocko – Lišovsko bylo přínosem?

Graf 17: Myslíte si, že by zavedení regionální značky pro region Hlubocko - Lišovsko bylo přínosem?

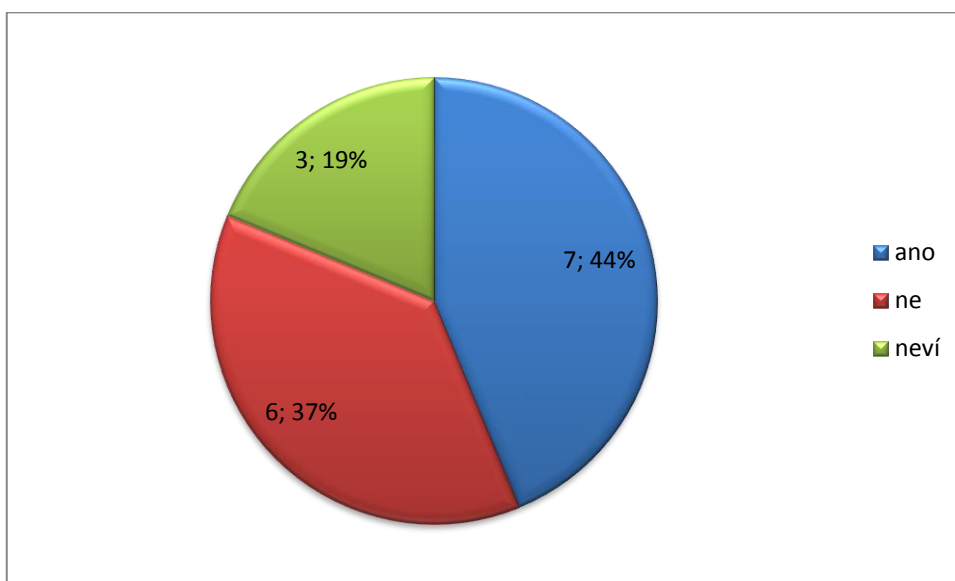


Zdroj: vlastní zpracování

7 firem si myslí, že by zavedení regionální značky nebylo přínosem pro region. Opak si myslí 6 firem a 3 firmy se nedokázaly přiklonit ani k jedné variantě. Z toho vyplývá, že si nejsou vědomí, co by mohla regionální značka regionu přinést.

8. Myslíte si, že je regionální značka obecně přínosem pro region?

Graf 18: Myslíte si, že je regionální značka obecně přínosem pro region?

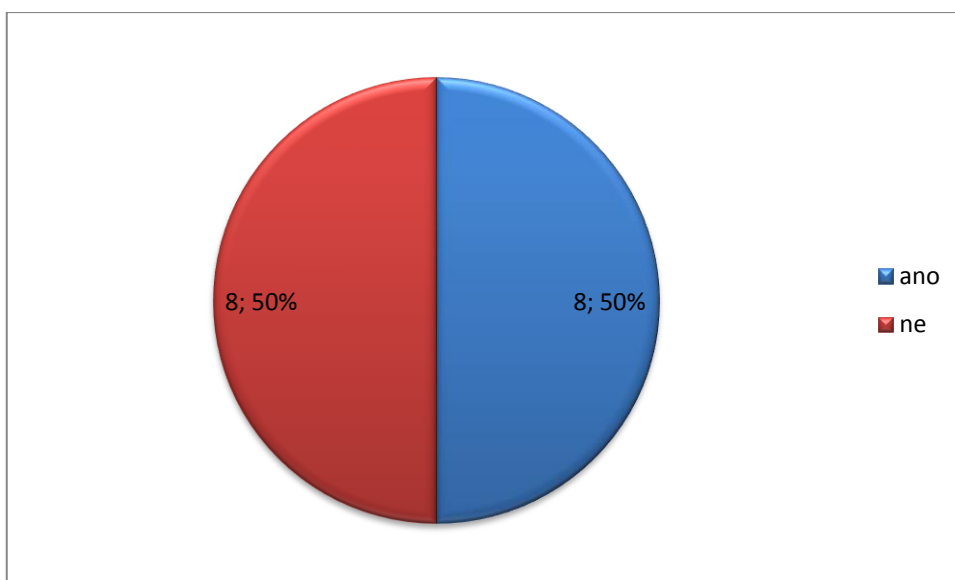


Zdroj: vlastní zpracování

Téměř totožně odpovídali i na otázku č. 8. Jen se prohodily hodnoty u odpovědí ano a ne. Zde odpovědělo ano 7 firem a ne odpovědělo 6 firem. Zbývající 3 neví.

9. Ovlivňuje vaše nákupy regionální značka?

Graf 19: Ovlivňuje vaše nákupy regionální značka?

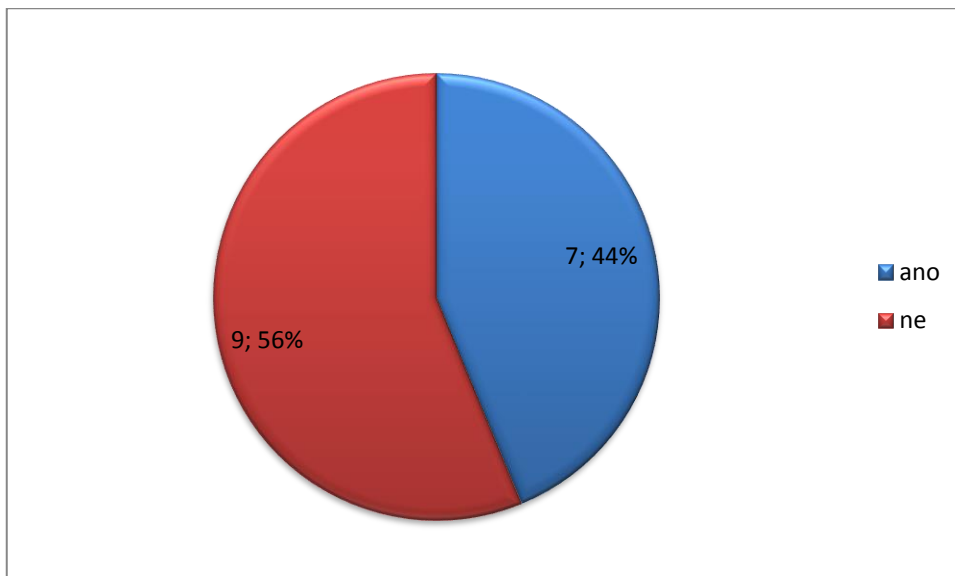


Zdroj: vlastní zpracování

Tato otázka vyšla nerozhodně. 50 % firem regionální značka ovlivní a 50 % neovlivní. Důvodem může být to, že je spíše ovlivní cena nebo jiné, pro ně důležitější faktory.

10. Dáváte přednost produktům označeným regionální značkou?

Graf 20: Dáváte přednost produktům označeným regionální značkou?

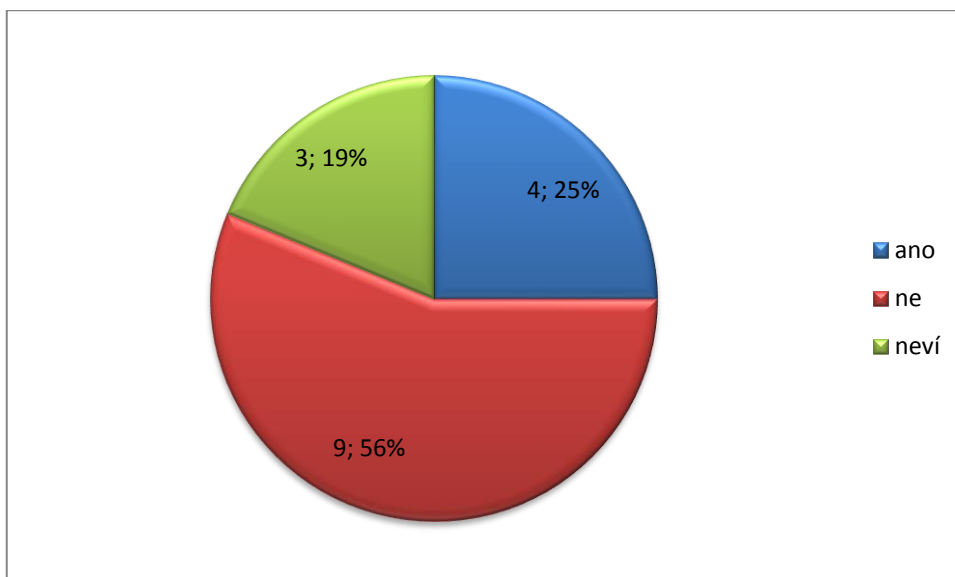


Zdroj: vlastní zpracování

I když předchozí otázka vyšla nerozhodně, v případě této tomu tak není. 56 % firem nedává přednost produktům označeným regionální značkou. Zde se může projevit faktor ceny.

11. Myslíte si, že jsou regionální značky dostatečně propagovány?

Graf 21: Myslíte si, že jsou regionální značky dostatečně propagovány?

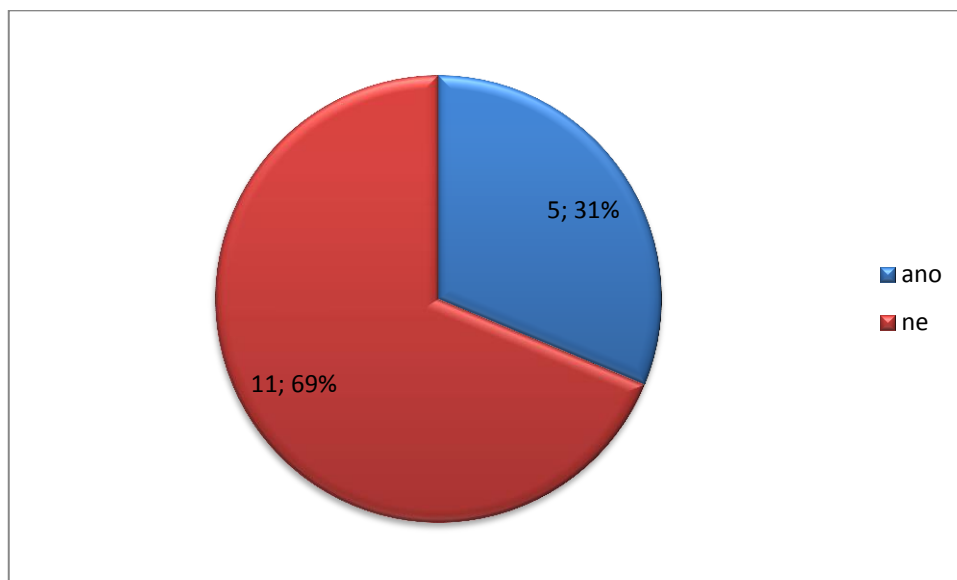


Zdroj: vlastní zpracování

Většina oslovených se přiklání k tomu, že regionální značky nejsou dostatečně propagovány. Tři firmy neví. Právě neznalost regionálních značek tento výsledek potvrzuje.

12. Myslíte si, že jsou regionální značky vhodným způsobem propagovány?

Graf 22: Myslíte si, že jsou regionální značky vhodným způsobem propagovány?



Zdroj: vlastní zpracování

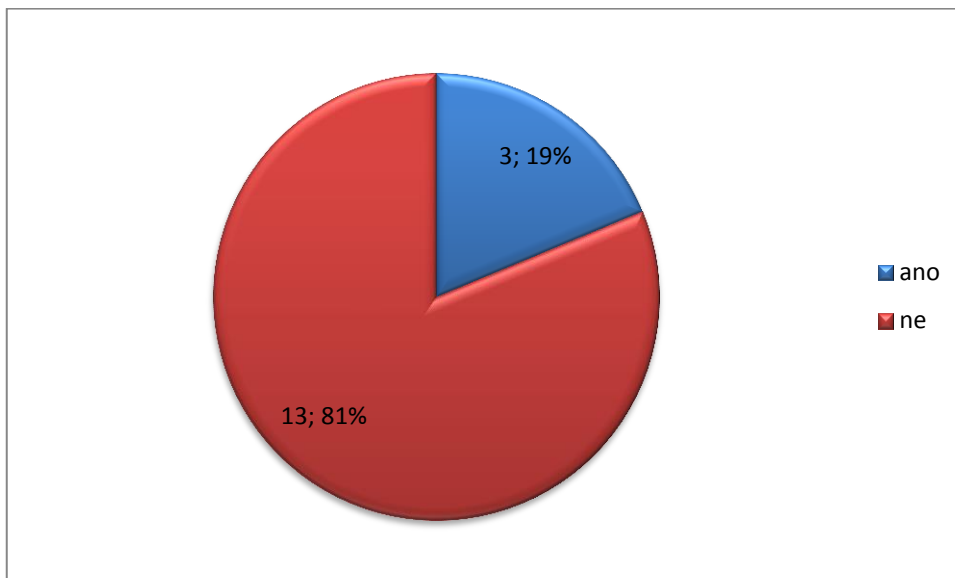
Celých 69 % si myslí, že nejsou regionální značky vhodným způsobem propagovány. 31 % je opačného názoru. Protože většina respondentů nezná regionální značku, je zde jistě prostor pro zlepšení způsobu její propagace.

13. Víte, že je oceněna značkou Regionální potravina Hlubocká klobása, kterou vyrábí v Českých Budějovicích firma MAUZ – výroba s. r. o.?

Ani jedna z 16 firem nevěděla, že je v Jihočeském kraji oceněna Hlubocká klobása značkou Regionální potravina. Důvodem může být nedostatečná propagace oceněných výrobků.

14. Víte, že je oceněn značkou Regionální potravina Krumlovský koláč, který peče firma PEKAŘSTVÍ NODES, spol. s r. o.?

Graf 23: Víte, že je oceněn značkou Regionální potravina Krumlovský koláč, který peče firma PEKAŘSTVÍ NODES, spol. s r. o.?

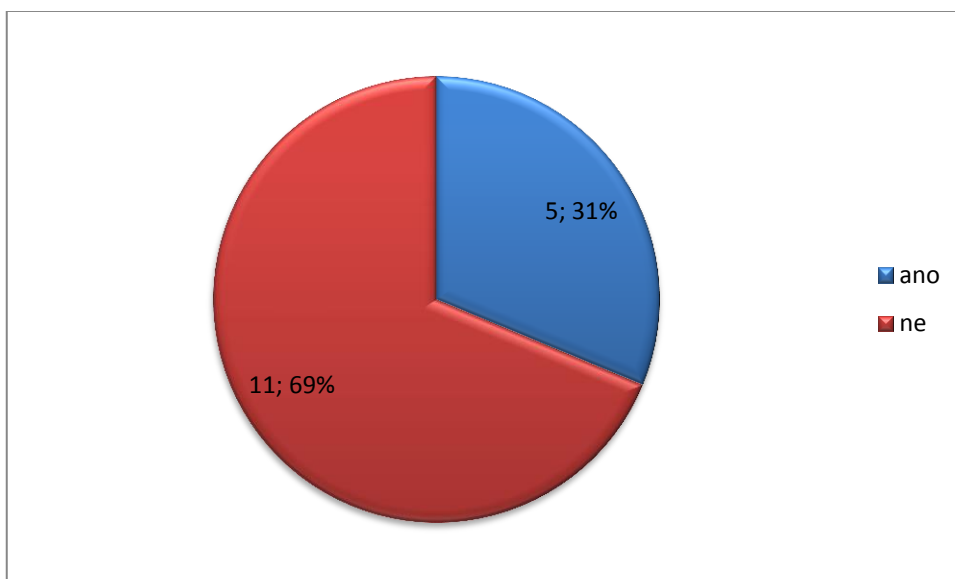


Zdroj: vlastní zpracování

V případě Krumlovského koláče, o jeho ocenění nevědělo 13 firem. Tři firmy to naopak věděly, což je nárůst v případě předchozí otázky. Důvodem může být větší zájem o tento výrobek.

15. Víte, že je oceněna značkou Regionální potravina Zlatá niva vyráběná MADETOU a. s.?

Graf 24: Víte, že je oceněna značkou Regionální potravina Zlatá niva vyráběná MADETOU a. s.?

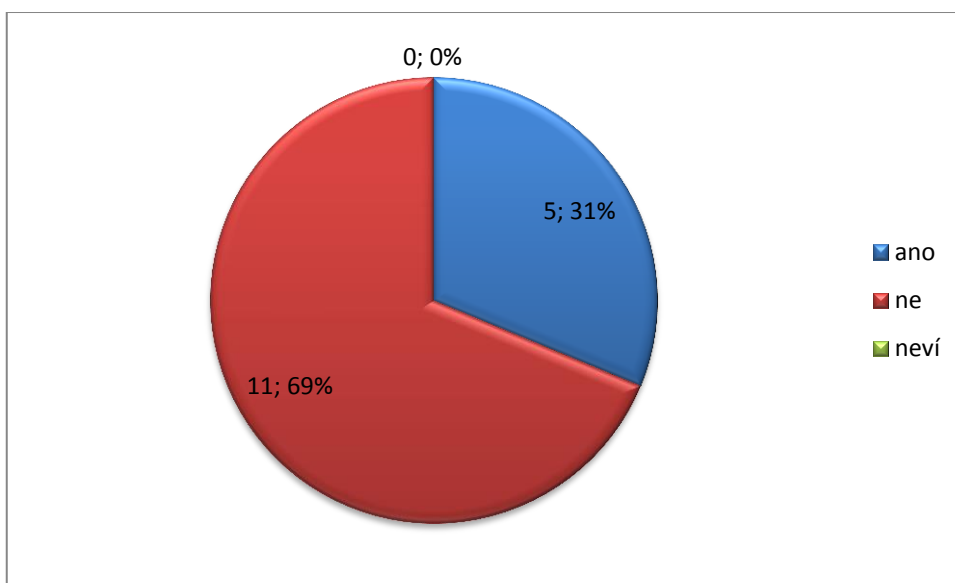


Zdroj: vlastní zpracování

I v případě Zlaté nivy je to podobné. O jejím ocenění nevědělo 11%. 31 % tuto informaci zaregistrovalo. I v případě odpovědí na tuto otázku v dotazníku u obcí, to může přisoudit tomu, jak velká a známá je Madeta.

16. Myslíte si, že uvedené příklady produktů, které jsou oceněné Regionální potravinou, vhodně propagují Jihočeský kraj?

Graf 25: Myslíte si, že uvedené příklady produktů, které jsou oceněné Regionální potravinou, vhodně propagují Jihočeský kraj?



Zdroj: vlastní zpracování

Nadpoloviční většina firem si myslí, že vybrané produkty dostatečně nepropagují Jihočeský kraj. Mohou si to myslet z toho důvodu, že nevěděli o jejich ocenění. Ostatních 31 % si myslí, že ano. Ani jedna firma se nepřiklonila k odpovědi, že neví.

12. Výsledky a diskuze

Z dotazníkového průzkumu u obcí vyplynulo, že s Místní akční skupinou Hlubocko – Lišovsko všechny spolupracují. Je to pochopitelné, protože jim poskytuje peníze na zkvalitnění života lidí v obcích. Všechny obce proto její fungování považují za přínos.

Co se týče regionálních značek, je informovanost o nich na špatné úrovni. I když si obce myslí, že je znají, není tomu tak. Pletou si je s regionálními produkty, které se regionálními značkami označují. Její zavedení v regionu Hlubocko – Lišovsko se obce povětšinou nebrání. Nesouhlas s jejím zavedením podle mého názoru plyne z již zmiňované neznalosti a neinformovanosti o regionálních značkách, o tom, jak a za jakým účelem fungují. Při nákupech většinu regionální značka ovlivňuje, ale přednost jim před ostatními produkty tolik nedávají. Jejich propagace je podle obcí špatná, což dokládá již otázka ohledně příkladů regionálních značek. Je patrné, že způsoby, kterými se dostávají do podvědomí občanů, nejsou dostatečné. I když byly uvedeny příklady oceněných produktů Jihočeského kraje, ve kterém se oslovené obce nacházejí, většina o nich nemá povědomí. Přesto je většina považuje za vhodné ke zviditelňování kraje. Dotazník u firem přinesl v tomto ohledu podobné výsledky.

Povědomí firem o Místní akční skupině Hlubocko – Lišovsko je velmi malé. O její existenci většina firem, které odpovídaly na otázky, nemá ponětí. Proto také odpovídaly, že neví, jestli její fungování přináší nějaké výhody. Stejně množství si ale myslí, že je přínosem pro region. Z dotazníků tedy vyplývá, že založení místní akční skupiny má pro obce význam, kdežto firmy ani o její existenci nevědí.

Pokud jde o regionální značky, většina firem je nezná. Oproti obcím ale ti, kteří uváděli jejich příklady, kromě jednoho respondenta, byli lépe obeznámeni s tím, co to jsou regionální značky a tudíž uvedli správné příklady. Pokud by byla zavedena v regionu Hlubocko – Lišovsko, nebyla by podle nich přínosem nebo neví. Znovu se zde podle mého názoru projevuje malé povědomí o regionálních značkách. Připustily to i samy firmy, kdy na otázku, jestli jsou regionální značky dostatečně a vhodným propagovány většina odpověděla, že nejsou. Vyplývá to i z příkladů v dotazníku. O produktech, které jsou regionální značkou oceněné, neměly velké povědomí.

Hypotéza č. 1 se týkala toho, jestli existence regionální značky bude pro vybraný region důležitá a bude pro ni přínosem. Regionální značka by pro region byla výhodou, ale muselo by se zvýšit povědomí o nich, aby nejen obce, ale i firmy poznaly jejich přínos.

Hypotéza č. 2 se zaměřovala na zájem ekonomických subjektů o produkty označené regionální značkou. I když se o ně zajímají, přednost jim nedávají. Při nákupech rozhodují i jiné faktory, např. cena.

13. Závěr

Cílem této bakalářské práce bylo zhodnotit význam zavedení regionální značky pro místní akční skupinu.

Již založení místní akční skupiny je pro obce výhodou. Místní akční skupina jim zprostředkovává finance z Evropské unie na to, aby se mohly rozvíjet.

Z uvedených zjištění vyplynulo, že její zavedení má na místní akční skupinu, ve kterých již funguje, pozitivní dopad. Dokládá to i příklad uvedené studie zavedení regionální značky. Na podnikatele i obce má její zavedení příznivý dopad. Pro podnikatele se stává konkurenční výhodou, mít ve svůj výrobek označený regionální značkou. Obce, kde se nachází takové výrobky, jsou jimi zviditelňovány a má to pozitivní dopad nejen na cestovní ruch dané lokality.

Také bylo zjištěno, že je stále málo regionální značení propagováno. Přestože již v České republice existuje nemálo regionálních značek, pokud se o ně ekonomické subjekty aktivně nezajímají, jen málo o nich ví. Je třeba, využít dostatečně jejich potenciál a dostat je do povědomí lidí. Jinak jsou všechny výhody s nimi spojené k ničemu.

Obce, které jsou součástí řešené místní akční skupiny, se zavedení regionální značky nebrání a považují ji za krok ku prospěchu celého regionu. Naopak firmy nemají dostatečné informace, a proto nepovažují její zavedení za něco, co by jim mohlo pomoci v podnikání.

Při zavedení regionální značky se ovšem musí počítat také s tím, aby byla dostatečně zajištěna její kvalita. Musí být nastaveny vhodné podmínky a kritéria pro její získání. Důležitým bodem je i její financování. To zajišťují poplatky spojené s právem jejího užívání. Jedním z nejdůležitějších a nejtěžších úkolů je ovšem její propagace. Pokud nebude zajištěna její dostatečná reklama, mohlo by to vést k tomu, že nenaplní svůj potenciál.

Závěrem lze říci, že pro vybranou místní akční skupinu by zavedení regionální značky bylo přínosem. Musí se ovšem dát pozor na všechna úskalí, která se mohou objevit.

Do budoucna, pro účely diplomové práce, by mohla být tato práce rozvedena podrobněji v oblasti regionální politiky, v realizaci zavedení regionální značky a jejího fungování v praxi.

Doufám, že tato bakalářská práce, čtenářům dostatečně osvětlila problematiku regionálních značek a přispěla tak ke zvýšení zájmu o ně.

SUMMARY

The first part of the thesis focuses on the description and functioning of regional policy not only in the Czech Republic, but also in the European Union. It also informs us about the formation and processes of Local Action Groups and the description of Ficher designing. This part of the thesis gives a reader important information on regional brands in Europe and the ones connected with the selected region.

The second, practical part of the thesis, focuses on Hluboká nad Vltavou and Lišov regions. A survey based on the results of numerous questionnaires regarding the level of economic entities' awareness on regional branding of a selected region has been conducted. Regional branding is important for promotion of the particular region and its products. The results have been evaluated and possible solutions and inovations in the area of regional brand promotion have been suggested.

Key words: Local Action Group, regional policy, regional branding, Fiche

SEZNAM POUŽITÝCH ZDROJŮ

- Agroreport.cz. [2015]. *Přímé platby*. Dostupné z <http://agroreport.cz/dotace/prime-platby>
- Armstrong, H., & Taylor, J. (2000). *Regional economics and policy*. Oxford: Blackwell Publishers.
- Asociace regionálních značek. (© 2010-2014). *O regionu*. Dostupné z <http://www.regionalni-znacky.cz/sumava/cs/o-regionu/>
- Asociace regionálních značek. (© 2010-2014). *Certifikační kritéria*. Dostupné z <http://www.regionalni-znacky.cz/prachensko/cs/pro-vyrobce/page/2/certifikacni-kriteria>
- Asociace regionálních značek. (© 2010-2014). *Jak získat značku*. Dostupné z <http://www.regionalni-znacky.cz/prachensko/cs/pro-vyrobce/page/1/jak-ziskat-znacku>
- Asociace regionálních značek. (© 2010-2014). *O nás*. Dostupné z <http://www.regionalni-znacky.cz/prachensko/cs/o-nas/>
- Asociace regionálních značek. (© 2010-2014). *O značce*. Dostupné z <http://www.regionalni-znacky.cz/sumava/cs/o-znacce/>
- Čadilová, K. (2011). *Regionální značení napříč Evropou*. Praha: Asociace regionálních značek o. s.
- Dotační noviny.cz. (© 2014). *Program rozvoje venkova v novém programové období 2014 - 2020*. Dostupné z <http://dotacni-noviny.cz/program-rozvoje-venkova-v-novem-programovem-obdobi-2014-2020/>
- Eagri.cz. [2015]. *O projektu*. Dostupné z <http://eagri.cz/public/web/regionalni-potraviny/o-projektu/>
- Eagri.cz. [2015]. *Metodiky a loga*. Dostupné z http://eagri.cz/public/web/file/61201/logo_regionalni_potravina_JK.pdf
- Epravo.cz. (2012). *Zájmová sdružení ve světle nového občanského zákoníku*. Dostupné z <http://www.epravo.cz/top/clanky/zajmova-sdruzeni-pravnicky-osob-ve-svetle-noveho-obcanskeho-zakoniku-85632.html>
- Europa.eu. (2009). *Financování společné zemědělské politiky*. Dostupné z http://europa.eu/legislation_summaries/agriculture/general_framework/111096_cs.htm
- Europarl.europa.eu. (2014). *Financování společné zemědělské politiky*. Dostupné z http://www.europarl.europa.eu/aboutparliament/cs/displayFtu.html?ftuId=FTU_5.2.2.html

- Euroskop.cz. (© 2005 - 2015). *Regionální politika 2014 - 2020*. Dostupné z <https://www.euroskop.cz/9197/sekce/regionalni-politika-2014-2020/>
- Euroskop.cz. (© 2005 - 2015). *Změny v regionální politice po 2014*. Dostupné z <https://www.euroskop.cz/9198/sekce/zmeny-v-regionalni-politice-po-2014/>
- Evropská síť rozvoje venkova (ENRD). (2014). *Společenství místního rozvoje (CLLD)*. Dostupné z http://enrd.ec.europa.eu/enrd-static/themes/clld/cz/clld_cz.html
- Evropská komise. (2006). *Přístup Leader: základní příručka*. Dostupné z http://ec.europa.eu/agriculture/publi/fact/leader/2006_cs.pdf
- Fiala, P., & Pitrová, M. (2009). *Evropská unie*. Brno: Centrum pro studium demokracie a kultury.
- Galvasová, I. a. (2007). *Spolupráce obcí jako faktor rozvoje*. Brno: Georgetown.
- Chutnahezkyjihocesky.cz. [2015]. *O projektu*. Dostupné z <http://www.chutnahezkyjihocesky.cz/o-projektu>
- Chutnahezkyjihocesky.cz. [2015]. *Soutěž, logotyp*. Dostupné z http://www.chutnahezkyjihocesky.cz/_storage/media/logo/CHJ_logo_NEW-01.jpg
- Chutnahezkyjihocesky.cz. [2015]. *Soutěž, pravidla 2015*. Dostupné z <http://www.chutnahezkyjihocesky.cz/soutez/pravidla-2015>
- Ministerstvo pro místní rozvoj. (2012). *Podklad pro přípravu Dohody o partnerství pro programové období 2014 - 2020*. Dostupné z https://www.strukturalni-fondy.cz/getmedia/69476268-297e-42a9-856f-dd3ebd2ed228/Obdobi-2014-2020_dokumnet-projednany-vladou-CR.pdf
- Ministerstvo zemědělství ČR. (2011). *Metodika pro tvorbu Fichí a specifické podmínky opatření IV.1.2*. Dostupné z http://www.szif.cz/cs/CmDocument?rid=%2Fapa_anon%2Fcs%2Fdokumenty_ke_staze_ni%2Feafrd%2Fosa4%2F1%2F11%2F1315385992728.pdf
- Ministerstvo zemědělství. (© 2009-2014). *Komunitně vedený místní rozvoj (CLLD)*. Dostupné z <http://eagri.cz/public/web/mze/dotace/program-rozvoje-venkova-na-obdobi-2014/komunitne-vedeny-mistni-rozvoj-clld/>
- Ministerstvo zemědělství. (© 2009-2014). *Leader ČR*. Dostupné z <http://eagri.cz/public/web/mze/dotace/dobihajici-a-ukoncene-dotace/leader-cr/>
- Ministerstvo zemědělství. (© 2009-2014). *Místní akční skupiny*. Dostupné z <http://eagri.cz/public/web/mze/venkov/mistni-akcni-skupiny/>
- Ministerstvo zemědělství. (© 2009-2014). *Společná zemědělská politika po reformě – I. a II. pilíř*. Dostupné z <http://eagri.cz/public/web/mze/ministerstvo->

zemedelstvi/zahranicni-vztahy/cr-a-evropska-unie/spolecna-zemedelska-politika/spolecna-zemedelska-politika-po-reforme.html

Ministerstvo zemědělství. (© 2009-2014). *Vznik, vývoj a reformy Společné zemědělské politiky*. Dostupné z <http://eagri.cz/public/web/mze/ministerstvo-zemedelstvi/zahranicni-vztahy/cr-a-evropska-unie/spolecna-zemedelska-politika/vznik-vyvoj-a-reformy-spolecne/>

Ministerstvo zemědělství. [2015]. *Metodika pro standardizaci místních akčních skupin v programovém období 2014 - 2020*. Dostupné z http://eagri.cz/public/web/file/320777/METODIKA_PRO_STANDARDIZACI_MISTNICH_AKCNICH_SKUPIN.pdf

Místní akční skupina Hlubocko - Lišovsko. (© 2010 - 2015). *Členské obce*. Dostupné z <http://www.mashl.cz/clenske-obce>

Místní akční skupina Hlubocko - Lišovsko. (© 2010 - 2015). *Integrovaná strategie území Místní akční skupiny Hlubocko - Lišovsko o.p.s. pro programové období 2014 - 2020*. Dostupné z <http://www.mashl.cz/strategie-uzemi-2014-2020>

Místní akční skupina Hlubocko - Lišovsko. (© 2010 - 2015). *Orgány MAS*. Dostupné z <http://www.mashl.cz/spolecnost/organymas>

Místní akční skupina Hlubocko - Lišovsko. (© 2010 - 2015). *Profil společnosti*. Dostupné z <http://www.mashl.cz/spolecnost>

Místní akční skupina Hlubocko - Lišovsko. (2012). *Strategický plán Leader*. Dostupné z http://www.mashl.cz/images/stories/soubory/leader/strategicky_plan_leader_aktualizace_2.7.2012.pdf

Místní akční skupina Hlubocko - Lišovsko. (2015). *Strategie komunitně vedeného místního rozvoje*. Dostupné z http://www.mmr.cz/getmedia/25211ee9-bd34-4987-ade2-73ee45689823/Strategie_MAS-Hlubocko-Lisovsko.pdf

Novotná, M. (2007). *Regionální politika EU*. Ostrava: VŠB - Technická univerzita Ostrava.

NS MAS ČR. (© 2014). *Místní akční skupiny*. Dostupné z <http://nsmascr.cz/onas/mistni-akncni-skupiny/>

ProFaktum, s. r. o. (© 2008 - 2014). *Plánovací období EU 2014 - 2020*. Dostupné z <http://www.profaktum.cz/produkty/planovaci-obdobi-eu-2014-2020/>

Regionální rada regionu soudržnosti Moravskoslezsko. (© 2007 - 2013). *Smart Specialisation - co to je?* Dostupné z <http://www.rr-moravskoslezsko.cz/eu2014/smart-specialisation-co-to-je>

Stejskal, J., & Kovárník, J. (2009). *Regionální politika a její nástroje*. Praha: Portál, s. r. o.

Wokoun, R. (2003). *Česká regionální politika v období vstupu do Evropské unie*. Praha: Oeconomica.

Znasehoregionu.cz. (© 2010 - 2012). *O projektu*. Dostupné z <http://www.znasehoregionu.cz/?m=10&o=projektu>

Žitek, V. (2002). *Regionální ekonomie a politika I*. Brno: Masarykova univerzita.

Žitek, V., & Klímová, V. (2008). *Regionální politika*. Brno: Masaryková univerzita.

SEZNAM OBRÁZKŮ, GRAFŮ A SCHÉMAT

Seznam obrázků

Obrázek 1: Logo Chutná hezky. Jihočesky	29
Obrázek 2: Logo Šumava originální produkt	30
Obrázek 3: Logo Regionální potravina Jihočeský kraj	31
Obrázek 4: Logo Z našeho regionu.....	31
Obrázek 5: Logo Prácheňsko regionální produkt	32
Obrázek 6: Mapka území MAS	36

Seznam grafů

Graf 1: Znáte v rámci ČR nějakou regionální značku?	42
Graf 2: Myslíte si, že by zavedení regionální značky bylo pro region Hlubocko – Lišovsko přínosem?	43
Graf 3: Myslíte si, že je regionální značka obecně přínosem pro region?.....	43
Graf 4: Ovlivňuje vaše nákupy regionální značka?	44
Graf 5: Dáváte přednost produktům označeným regionální značkou?.....	45
Graf 6: Myslíte si, že jsou regionální značky dostatečně propagovány?	45
Graf 7: Myslíte si, že jsou regionální značky vhodným způsobem propagovány?	46
Graf 8: Víte, že je oceněna značkou Regionální potravina Hlubocká klobása, kterou vyrábí v ČB firma MAUZ – výroba s. r. o.?.....	47
Graf 9: Víte, že je oceněn značkou Regionální potravina Krumlovský koláč, který peče firma PEKAŘSTVÍ NODES, spol. s r. o.?	48
Graf 10: Víte, že je oceněna značkou Regionální potravina Zlatá niva vyráběná Madetou s. r. o.?.....	48
Graf 11: Myslíte si, že uvedené příklady produktů, které jsou oceněné Regionální potravinou, vhodně propagují Jihočeský kraj?	49
Graf 12: Jak velká je vaše firma?.....	50
Graf 13: Jak dlouho působíte na trhu?	51
Graf 13: Jaké je vaše zaměření?	51
Graf 14: Víte o existenci MAS Hlubocko – Lišovsko?	52
Graf 15: Myslíte si, že je fungování MAS Hlubocko – Lišovsko přínosem pro region?.....	53

Graf 16: Znáte v rámci ČR nějakou regionální značku?	53
Graf 17: Myslíte si, že by zavedení regionální značky pro region Hlubocko - Lišovsko bylo přínosem?.....	54
Graf 18: Myslíte si, že je regionální značka obecně přínosem pro region?.....	55
Graf 19: Ovlivňuje vaše nákupy regionální značka?	55
Graf 20: Dáváte přednost produktům označeným regionální značkou?.....	56
Graf 21: Myslíte si, že jsou regionální značky dostatečně propagovány?.....	56
Graf 22: Myslíte si, že jsou regionální značky vhodným způsobem propagovány?	57
Graf 23: Víte, že je oceněn značkou Regionální potravina Krumlovský koláč, který peče firma PEKAŘSTVÍ NODES, spol. s r. o.?	58
Graf 24: Víte, že je oceněna značkou Regionální potravina Zlatá niva vyráběná MADETOÚ a. s.?	58
Graf 25: Myslíte si, že uvedené příklady produktů, které jsou oceněné Regionální potravinou, vhodně propagují Jihočeský kraj?	59

Seznam schémat

Schéma 1: Formy spolupráce obcí.....	24
--------------------------------------	----

SEZNAM PŘÍLOH

Příloha 1: Metodika pro standardizaci místních akčních skupin v programovém období 2014 - 2020	72
---	----

PŘÍLOHY

Příloha 1: Metodika pro standardizaci místních akčních skupin v programovém období 2014 - 2020



METODIKA PRO STANDARDIZACI MÍSTNÍCH AKČNÍCH SKUPIN

V PROGRAMOVÉM OBDOBÍ 2014-2020

Obsah

1	Základní pojmy a zkratky	3
1.1	Definice zkratk	3
1.2	Pojmy	3
2	Úvod.....	5
3	Proces standardizace	6
3.1	Žádost o standardizaci místních akčních skupin.....	6
3.1.1	Základní podmínky Žádosti o standardizaci MAS	6
3.1.2	Podání Žádosti o standardizaci MAS.....	6
3.1.3	Registrace Žádosti o standardizaci MAS	6
3.1.4	Kontrola Žádosti o standardizaci MAS	6
3.2	Kontrola přezkumu.....	7
3.3	Standardy pro přijatelnost MAS.....	9
3.3.1	Územní působnost.....	9
3.3.2	Místní akční skupina	9
3.3.3	Orgány MAS	10
3.3.4	Kancelář MAS	12
3.3.5	Institucionalizace MAS.....	12
4.	Dokumenty předkládané při standardizaci	14
5	Seznam příloh	15

1 Základní pojmy a zkratky

1.1 Definice zkratek

CP SZIF – Centrální pracoviště SZIF

ČR – Česká republika

ČSÚ – Český statistický úřad

FO – fyzická osoba

MAS – Místní akční skupina

MMR – Ministerstvo pro místní rozvoj

MZe – Ministerstvo zemědělství

PRV – Program rozvoje venkova

RO SZIF – Regionální odbor SZIF

SCLLD – Strategie komunitně vedeného místního rozvoje

SZIF – Státní zemědělský intervenční fond

1.2 Pojmy

- a) **Komunitně vedený místní rozvoj** – ucelená soustava operací za účelem splnění cílů a potřeb na místní úrovni, která přispívá k dosažení strategie Unie pro inteligentní a udržitelný růst podporující začlenění a která je koncipována a prováděna místní akční skupinou; Komunitně vedený místní rozvoj:
- se zaměřuje na konkrétní subregionální území,
 - je veden místními akčními skupinami složenými ze subjektů, které zastupují veřejné a soukromé místní socioekonomické zájmy, v nichž na rozhodovací úrovni ani veřejné orgány definované podle vnitrostátních předpisů ani žádná z jednotlivých zájmových skupin nepředstavují více než 49 % hlasovacích práv,
 - se uskutečňuje na základě SCLLD,
 - je koncipován s ohledem na místní potřeby a potenciál a zahrnuje inovativní prvky v místních souvislostech, vytváření sítí a případně spolupráci.
- b) **MAS** – Místní akční skupina = LAG = Local action group, je místní partnerství mezi soukromým a veřejným sektorem, které působí na vymezeném subregionálním území, pro něž navrhuje a provádí SCLLD. Místní akční skupina může být buď partnerství s právní subjektivitou, kdy se partneři spojí v rámci vytvořené společné struktury nebo může mít formu partnerství bez právní subjektivity v rámci organizační složky právnické osobnosti na základě smluv mezi touto právnickou osobností a partnery.
- c) **Nariadení o společných ustanoveních** – Nařízení Evropského parlamentu a Rady (EU) č. 1303/2013 o společných ustanoveních ohledně Evropského fondu pro regionální rozvoj, Evropského sociálního fondu, Fondu soudržnosti, Evropského zemědělského fondu pro rozvoj venkova a Evropského námořního a rybářského fondu, jichž se týká společný strategický rámec, o obecných ustanoveních ohledně Evropského fondu pro regionální rozvoj, Evropského sociálního fondu a Fondu soudržnosti a o zrušení nařízení (ES) č. 1083/2006.
- d) **Osvědčení o splnění standardů MAS** – dokument, který MAS obdrží na základě splnění standardů MAS.
- e) **Partner MAS**
- v případě spolku se jedná o fyzickou či právnickou osobu, která byla přijata za člena MAS,

- v případě obecně prospěšné společnosti, ústavu nebo zájmového sdružení právnických osob se jedná o právnickou nebo fyzickou osobu působící v organizační složce na základě smlouvy.
- f) **Portál farmáře** - informační portál (dostupný přes internetové stránky www.szif.cz, případně www.eagri.cz), který poskytuje MAS přístup k individuálním informacím detailního charakteru o jejích žádostech a umožňuje jí využívat služby, jejichž cílem je MAS pomoci, případně jí poskytnout podporu při vybraných úkonech. Přístup k individuálním informacím a službám mají pouze registrované MAS. MAS může získat registraci, resp. uživatelské jméno a heslo na Portál farmáře podáním žádosti na místně příslušném Regionálním odboru SZIF nebo na CP SZIF – bližší informace a podmínky jsou uvedeny na internetových stránkách www.szif.cz.
- g) **Povinné orgány** – nejvyšší orgán a orgány plnící rozhodovací, výběrovou a kontrolní funkci.
- h) **Právní osobnost** – právní subjektivita dle předpisů platných před 1. 1. 2014.
- i) **Prostá kopie** – scan originálu zaslaný přes Portál farmáře.
- j) **SCLLD** – Strategie komunitně vedeného místního rozvoje (Community-led local development strategy). Jde o ucelený rozvojový dokument, vztahující se na území MAS. Propojuje subjekty, záměry a zdroje.
- k) **Soukromá sféra (sektor)** – soukromoprávní právnické či fyzické osoby (podnikající i nepodnikající).
- l) **Standardy MAS** – požadavky, které musí MAS splňovat pro to, aby obdržela Osvědčení o splnění standardů MAS a mohla žádat o podporu implementace své SCLLD.
- m) **SZIF – Státní zemědělský intervenční fond** zřízený zákonem č. 256/2000 Sb., ve znění pozdějších předpisů. Centrální pracoviště SZIF (CP SZIF) sídlí v Praze, regionální odbory SZIF (RO SZIF) sídlí v jednotlivých regionech NUTS II.
- n) **Území působnosti MAS** – geografická oblast vymezená katastrálním územím obcí, které schválily zařazení území obce do území působnosti SCLLD dotčené MAS na programové období 2014-2020.
- o) **Vedoucí zaměstnanec pro realizaci SCLLD** – osoba určená MAS, která je odpovědná za realizaci SCLLD. Jedná se o manažerskou pozici, která má pravomoci a odpovědnosti vztahované k zajištění realizace SCLLD.
- p) **Veřejná sféra (sektor)** – stát, kraje, obce, dobrovolné svazky obcí, orgány státní správy a právnické osoby, které jsou zřízeny či vlastněny min. z 50 % obcemi, dobrovolnými svazky obcí, kraji či státem bez ohledu na jejich právní formu, tj. např. příspěvkové organizace, ale také podniky v majoritním vlastnictví obcí či státu¹ (např. technické služby, Lesy ČR apod.).
- q) **Zájmová skupina** – partneři MAS tvoří zájmové skupiny, které jsou cíleně zaměřené na určitou problematiku SCLLD. MAS vymezí zájmové skupiny v souladu s SCLLD. Příslušnost k dané zájmové skupině definuje partner MAS podle své převažující činnosti. Partner MAS může být příslušný pouze k jedné zájmové skupině.
- r) **Žadatel o standardizaci** – subjekt, který podal žádost o standardizaci MAS.
- s) **Žádost o standardizaci MAS** – standardizovaný formulář zahrnující povinné přílohy, vyplněný a překládaný MAS na CP SZIF.

¹ V případě pochybnosti o určení, zda se jedná o veřejnoprávní subjekt, je určující znění čl. 1, bodu 9 směrnice 2004/18/ES

2 Úvod

Metodický dokument je určen všem aktivním partnerům venkovského společenství, kteří mají zájem pokračovat v činnosti MAS či založit MAS pro programové období 2014 - 2020. MAS jsou nástrojem pro implementaci Komunitně vedeného místního rozvoje na venkově ve smyslu Nařízení o společných ustanoveních.

Dokument definuje standardy a popisuje proces jejich ověření pro programové období 2014-2020. Poskytuje základní informace o procesu, vymezuje jeho postup a stanovuje lhůty či stěžejní termíny pro jednotlivé úkony. Vymezuje subjekty zodpovědné za nastavení standardů, vyhlášení jednotlivých výzev, postup standardizace MAS a příjem požadovaných dokumentů, přičemž vyjmenovává a blíže specifikuje potřebné doklady vyžadované v jednotlivých fázích procesu. Dále uvádí hlavní kontaktní místa pro poskytování bližších informací.

MAS budou muset splnit požadované standardy, díky kterým prokážou, že jsou schopny se podílet na implementaci programů financovaných z evropských strukturálních a investičních fondů. Za nastavení těchto standardů je dle Dohody o partnersví zodpovědné Ministerstvo zemědělství. MAS, které úspěšně projdou procesem standardizace, budou moci předkládat své SCLLD Ministerstvu pro místní rozvoj ke schválení.

3 Proces standardizace

3.1 Žádost o standardizaci místních akčních skupin

3.1.1 Základní podmínky Žádosti o standardizaci MAS

- a) Termín pro příjem Žádosti o standardizaci MAS vyhlašuje MZe. Výzva je zveřejněna na internetových stránkách MZe a SZIF (www.eagri.cz, www.szif.cz) minimálně 3 měsíce předem. Doba trvání příjmu Žádosti o standardizaci MAS je minimálně 6 měsíců.
- b) Žadatel o standardizaci může podat v daném kole pouze jednu Žádost o standardizaci MAS.
- c) Součástí Žádosti o standardizaci MAS jsou povinné přílohy.

3.1.2 Podání Žádosti o standardizaci MAS

- a) Žádost o standardizaci musí být vygenerována z účtu žadatele o standardizaci na Portálu farmáře.
- b) Po kompletním vyplnění žadatel odešle Žádost o standardizaci prostřednictvím účtu žadatele o standardizaci na Portálu farmáře.
- c) Po odeslání Žádosti o standardizaci prostřednictvím Portálu farmáře je systémem vygenerováno Potvrzení o přijetí Žádosti o standardizaci, které obsahuje „Identifikátor dokumentu“.
- d) Potvrzení o přijetí obsahující „Identifikátor dokumentu“ žadatel o standardizaci doručí na podatelnu CP SZIF prostřednictvím datové schránky (musí být odesláno z datové schránky žadatele o standardizaci) v termínu trvání výzvy.
- e) Podrobný postup pro vygenerování a zaslání Žádosti o standardizaci přes Portál farmáře je zveřejněn na internetových stránkách SZIF (www.szif.cz).

3.1.3 Registrace Žádosti o standardizaci MAS

- a) CP SZIF provede registraci Žádosti o standardizaci až po obdržení Potvrzení o přijetí. Za datum registrace Žádosti o standardizaci se považuje datum doručení Potvrzení o přijetí Žádosti o standardizaci na CP SZIF. V případě, že bude Potvrzení o přijetí Žádosti o standardizaci doručeno na CP SZIF před termínem zahájení kola příjmu bude zaregistrována až první den zahájení kola příjmu. V případě, že bude Potvrzení o přijetí Žádosti o standardizaci doručeno na CP SZIF po ukončení kola příjmu, Žádost o standardizaci nebude zaregistrována.
- b) O zaregistrování Žádosti o standardizaci bude žadatel o standardizaci informován prostřednictvím Portálu farmáře SZIF do 7 kalendářních dnů od jeho provedení.

3.1.4 Kontrola Žádosti o standardizaci MAS

- a) SZIF provede kontrolu Žádosti o standardizaci do 60 pracovních dnů. V případě zjištěných nedostatků vyzve žadatele o standardizaci písemně k odstranění konkrétních závad. Žádost o doplnění neúplné dokumentace bude současně vložena nejpozději

- následující den po odeslání i na Portál farmáře SZIF. Kontrolu doplnění provede SZIF do 21 pracovních dnů od doručení.
- b) Odstranění zjištěných nedostatků musí být provedeno dle Žadosti o doplnění neúplné dokumentace a musí být doručeno na podatelnu CP SZIF prostřednictvím datové schránky žadatele o standardizaci.
 - c) Délka lhůty pro odstranění závad je závislá na složitosti jejich odstranění. Minimální lhůta pro odstranění závad je 14 dní. Nedojde-li k odstranění závad do termínu stanoveným v Žádosti o doplnění neúplné dokumentace, posuzuje se Žádost o standardizaci v té podobě, v jaké byla předložena v rámci její registrace na SZIF.
 - d) V případě, že SZIF dojde kontrolou k závěru, že standardy nejsou splněny, neobdrží MAS Osvědčení o splnění standardů MAS. O této skutečnosti bude žadatel o standardizaci spolu s důvody písemně informován.
 - e) V případě, že SZIF dojde kontrolou k závěru, že požadované standardy jsou splněny, informuje Řídící orgán PRV, který udělí MAS Osvědčení o splnění standardů MAS.

3.2 Kontrola přezkumu

- a) Žádost o přezkum neudělení Osvědčení o splnění standardů MAS musí být Ministerstvu zemědělství doručena ve lhůtě 30 kalendářních dnů ode dne doručení informace o nesplnění požadavků.
- b) MZe se k žádosti o přezkum vyjádří do 30 kalendářních dnů od doručení.

SCHEMATICKÝ POSTUP PRO STANDARDIZACI MAS V PROGRAMOVÉM ODBOŘÍ 2014-2020					
krok	subjekt	činnost	Termín, lhůta	Náležitosti, obsah, dokument	kde
1.	CP SZIF MZe	Vyhlášení výzvy pro podávání Žádosti o standardizaci MAS	minimálně 3 měsíce před příjmem žádosti o standardizaci (5/2014)	E-dokument	Internetové stránky MZe a SZIF
2.	MAS	Vyplnění a odevzdání Žádosti o standardizaci MAS	v termínu stanoveném výzvou (9/2014 – 2/2015)	Standardizovaný formulář a povinné přílohy	CP SZIF / Portál farmáře
3.	CP SZIF	Registrace Žádosti o standardizaci MAS	v termínu stanoveném výzvou (9/2014 – 2/2015)	Potvrzení registrace Žádosti o standardizaci MAS	Portál farmáře
4.	CP SZIF	Kontrola Žádosti o standardizaci MAS	60 pracovních dnů od registrace žádosti o standardizaci MAS (dle registrace žádosti)	Žádost o doplnění neúplné dokumentace	CP SZIF / Portál farmáře
5.	MAS	Odstranění závad na Žádosti o standardizaci MAS	dle individuální domluvy SZIF s MAS	Oprava standardizovaného formuláře a povinných příloh	CP SZIF / Portál farmáře
6.	CP SZIF MZe	Dokončení kontrol Žádosti o standardizaci MAS	21 kalendářních dnů ode dne doplnění neúplné dokumentace	Osvědčení o splnění standardů MAS Informace o nesplnění požadavků pro standardizaci MAS 2014 – 2020	CP SZIF / Portál farmáře
7.	CP SZIF MZe	Zveřejnění seznamu standardizovaných MAS	Průběžně (11/2014 – 4/2015)	Tabulka se seznamem standardizovaných MAS	Internetové stránky MZe a SZIF
8.	MAS	Přezkum hodnocení	Do 30 kalendářních dnů ode dne doručení informace o nesplnění požadavků	Žádost o zdůvodnění přiděleného hodnocení	MZe
9.	MZe	Přezkum hodnocení	Do 30 kalendářních dnů od doručení žádosti o přezkum	Zdůvodnění obdržení / neobdržení Osvědčení o splnění standardů MAS	MZe

3.3 Standardy pro přijatelnost MAS

Standardy jsou rozděleny do pěti tematických okruhů – územní působnost, místní akční skupina, orgány MAS, kancelář MAS a institucionalizace MAS.

Standardy jsou nastavovány na základě zkušeností z programovacího období 2007-2013 a v souladu s podmínkami stanovenými v příslušných nařízeních. Zejména je kladen důraz na to, aby MAS byla otevřeným místním partnerstvím a aby všechny činnosti MAS vykonávané vůči platební agentuře, Řídicím orgánům, žadatelům i široké veřejnosti v území byly maximálně transparentní a nediskriminační.

3.3.1 Územní působnost

- 3.3.1.1. Území působnosti MAS je celistvé, netvoří je izolované územní celky. Izolovaný územní celek může být přiřazen k MAS v následujících případech:
 - a) v případě vojenských újezdů,
 - b) v případech, kdy katastrální území samotné obce není ucelené,
 - c) v případě, že je území MAS rozděleno katastrálním územím obce s více než 25 tis. obyvateli,
 - d) v případě, že území dané MAS bylo schváleno v rámci PRV již v programovém období 2007-2013 a zároveň mezeru netvoří více než dvě obce.
- 3.3.1.2. Území působnosti MAS má 10 tis. až 100 tis. obyvatel a nezahrnuje města s více než 25 tis. obyvateli (počet obyvatel se posuzuje ke dni 1.1.2014 dle ČSÚ).
- 3.3.1.3. Území jednotlivých MAS se nesmí překrývat.
- 3.3.1.4. Všechny obce dotčené MAS schválí zařazení území obce do území působnosti dotčené MAS na období 2014 – 2020. Schválením zařazení do území působnosti SCLLD obci nevznikají finanční závazky vůči MAS.

3.3.2 Místní akční skupina

- 3.3.2.1. MAS je tvořena partnery MAS, kteří zastupují veřejné a soukromé místní socioekonomické zájmy. Na rozhodovací úrovni ani veřejný sektor ani žádná z jednotlivých zájmových skupin nepředstavuje více než 49 % hlasovacích práv.
- 3.3.2.2. Partneři MAS musí mít na území působnosti MAS trvalé bydliště, sídlo nebo provozovnu nebo musí prokazatelně na daném území místně působit².
- 3.3.2.3. MAS je otevřeným partnerstvím. Všechny podmínky pro přistoupení partnerů vč. práv a povinností partnera jsou uvedeny ve stanovách nebo zakládací listině či statutu a jsou zveřejněny na internetových stránkách MAS.
- 3.3.2.4. Počet partnerů MAS je nejméně 21. V MAS pokrývajících území s počtem obyvatel nad 41 999 (počet obyvatel ke dni 1. 1. 2014 dle ČSÚ) je počet partnerů nastaven tak, aby na 1 partnera připadlo maximálně 2 000 obyvatel.

² Rozhodnutí o místní působnosti daného subjektu je v kompetenci MAS.

3.3.3 Orgány MAS

- 3.3.3.1. MAS má vytvořeny vlastní orgány – nejvyšší orgán a dále orgány plnící minimálně tyto funkce: rozhodovací, výběrovou a kontrolní.
- 3.3.3.2. Jeden partner může být kromě nejvyššího orgánu členem pouze jednoho povinného orgánu.
- 3.3.3.3. NEJVYŠŠÍ ORGÁN

- Je tvořen všemi partnery MAS, přičemž veřejný sektor ani žádná ze zájmových skupin nepředstavuje více než 49 % hlasovacích práv.
- Jeho jednání je upraveno jednacím řádem. Je-li partnerem MAS právnická osoba, zmocní fyzickou osobu, aby ji v orgánu zastupovala, jinak právnickou osobu zastupuje člen jejího statutárního orgánu.
- Nejvyšší orgán je usnášeníschopný, je-li přítomna nadpoloviční většina partnerů MAS. Pro přijetí rozhodnutí je třeba souhlasu většiny přítomných.

Do jeho kompetence spadá zejména:

- schválení svého jednacího řádu a dalších vnitřních předpisů MAS, pokud nejsou právním řádem nebo rozhodnutím Nejvyššího orgánu svěřeny jinému orgánu MAS,
- nese zodpovědnost za distribuci veřejných prostředků a provádění SCLLD v území působnosti MAS,
- zřízení povinných orgánů: rozhodovací orgán, kontrolní orgán, výběrový orgán,
- volba členů orgánů MAS - počet členů povinných orgánů, jejich působnosti a pravomoci, způsob jejich volby a odvolávání a způsob jednání,
- rozhoduje o přijetí nebo vyloučení partnera MAS (lze delegovat na jiný povinný orgán MAS, pokud je vymezeno ve stanovách, základní listině nebo statutu),
- distribuce veřejných finančních prostředků - schvaluje SCLLD, schvaluje způsob hodnocení a výběru projektů, zejména výběrová kritéria pro výběr projektů, schvaluje rozpočet MAS (lze delegovat na jiný povinný orgán MAS, pokud je vymezeno ve stanovách, základní listině nebo statutu),
- schvaluje výroční zprávu o činnosti a hospodaření MAS,
- rozhoduje o fúzi nebo zrušení MAS.

3.3.3.4. ROZHODOVACÍ ORGÁN

- Členové rozhodovacího orgánu musí být voleni z partnerů MAS, přičemž veřejný sektor ani žádná ze zájmových skupin nepředstavuje více než 49 % hlasovacích práv.
- Při rozhodování je hlasovací právo členů rozhodovacího orgánu rovné.
- Je-li členem rozhodovacího orgánu fyzická osoba, musí být svéprávná a bezúhonná ve smyslu právního předpisu upravujícího živnostenské podnikání. Je-li členem právnická osoba, musí tuto podmínku splňovat také ten, kdo tuto právnickou osobu zastupuje.

- Rozhodovací orgán je usnášeníschopný, je-li přítomna nadpoloviční většina členů. Pro přijetí rozhodnutí je třeba souhlasu většiny přítomných.
- Rozhodovací orgán volí předsedu z řad svých členů. Předseda svolává a řídí jeho zasedání.

Do jeho kompetence spadá zejména:

- schvaluje uzavření a ukončení pracovněprávního vztahu s vedoucím zaměstnancem pro realizaci SCLLD³,
- schvaluje výzvy k podávání žádostí,
- vybírá projekty k realizaci a stanovuje výši alokace na projekty na základě návrhu výběrového orgánu,
- svolává nejvyšší orgán minimálně jedenkrát ročně.

3.3.3.5. VÝBĚROVÝ ORGÁN

- Členové výběrového orgánu musí být voleni ze subjektů, které na území MAS prokazatelně místně působí. Je-li členem výběrového orgánu právnická osoba, zmocní fyzickou osobu, aby ji v orgánu zastupovala, jinak právnickou osobu zastupuje člen jejího statutárního orgánu
- Dobu mandátu členů určuje nejvyšší orgán na dobu max. jednoho roku, opakované zvolení je možné.
- Při rozhodování je hlasovací právo členů výběrového orgánu rovné.
- Je-li členem výběrového orgánu fyzická osoba, musí být svéprávná a bezúhonná ve smyslu právního předpisu upravujícího živnostenské podnikání. Je-li členem právnická osoba, musí tuto podmínku splňovat také ten, kdo tuto právnickou osobu zastupuje.
- Veřejný sektor ani žádná ze zájmových skupin nepředstavuje více než 49 % hlasovacích práv.
- Výběrový orgán volí předsedu z řad svých členů. Předseda svolává a řídí jeho zasedání.

Do jeho kompetence spadá zejména:

- předvýběr projektů na základě objektivních kritérií – navrhuje jejich pořadí podle přínosu těchto operací k plnění záměrů a cílů SCLLD.

3.3.3.6. KONTROLNÍ ORGÁN

- Členové kontrolního orgánu musí být voleni z partnerů MAS.
- Kontrolní orgán volí předsedu z řad svých členů. Předseda svolává a řídí jeho zasedání.
- Při rozhodování je hlasovací právo členů kontrolního orgánu rovné.
- Je-li členem kontrolního orgánu fyzická osoba, musí být svéprávná a bezúhonná ve smyslu právního předpisu upravujícího živnostenské podnikání. Je-li členem právnická osoba, musí tuto podmínku splňovat také ten, kdo tuto právnickou osobu zastupuje.
- Kontrolní orgán je usnášeníschopný, je-li přítomna nadpoloviční většina členů. Pro přijetí rozhodnutí je třeba souhlasu většiny přítomných.
- Nejméně jedenkrát ročně podává zprávu nejvyššímu orgánu MAS o výsledcích své kontrolní činnosti.

³ Tímto nejsou dotčena ustanovení zákoníku práce o vzniku a zániku pracovního poměru.

Do jeho kompetence spadá zejména:

- projednávání výroční zprávy o činnosti a hospodaření MAS,
- dohlíží na to, že MAS vyvíjí činnost v souladu se zákony, platnými pravidly, standardy MAS a SCLLD,
- nahlížení do účetních knih a jiných dokladů organizace týkající se činnosti MAS a kontrolovat tam obsažené údaje,
- svolávat mimořádné jednání nejvyššího orgánu a rozhodovacího orgánu, jestliže to vyžadují zájmy MAS,
- kontrolovat metodiku způsobu výběru projektů MAS a její dodržování, včetně vyřizování odvolání žadatelů proti výběru MAS,
- zodpovídá za monitoring a hodnocení SCLLD (zpracovává a předkládá ke schválení rozhodovacímu orgánu indikátorový a evaluační plán SCLLD).

3.3.4 Kancelář MAS

- 3.3.4.1. Žadatel o standardizaci musí mít vedoucího zaměstnance pro realizaci SCLLD v pracovně právním vztahu.
- 3.3.4.2. MAS musí mít internetové stránky, které obsahují minimálně tyto informace:
 - a) zřizovací dokumenty (stanovy, zakládací listina či statut),
 - b) aktuální seznam partnerů a zájmových skupin MAS
 - c) adresa sídla a kanceláře, konzultační hodiny a kontaktní osoba,
 - d) mapa územní působnosti,
 - e) výroční zpráva o činnosti a hospodaření MAS,
 - f) seznam členů povinných orgánů (rozhodovacího, výběrového a kontrolního orgánu).

3.3.5 Institucionalizace MAS

- 3.3.5.1. Žadatel o standardizaci má jednu z následujících právních forem:
 - a) Spolek podle § 214 a podle § 3045 občanského zákoníku⁴,
 - b) obecně prospěšná společnost vzniklá podle zákona č. 248/1995 Sb., o obecně prospěšných společnostech, ve znění pozdějších předpisů nebo
 - c) ústav podle § 402 občanského zákoníku⁴ nebo
 - d) zájmové sdružení právnických osob vzniklé podle § 20f zákona č. 40/1964 Sb., Občanský zákoník, ve znění pozdějších předpisů.
- 3.3.5.2. Žadatel o standardizaci vede účetnictví ve smyslu zákona č. 563/1991 Sb. o účetnictví, ve znění pozdějších předpisů (nelze uplatnit § 38a). V případě, že je MAS organizační složkou, vede žadatel o standardizaci účetnictví organizační složky odděleně od ostatních činností.
- 3.3.5.3. MAS získala nejhůře ohodnocení B v hodnocení Finančního zdraví a zhodnocení personální a majetkové propojenosti⁵.

⁴ Zákon č. 89/2012 Sb., občanský zákoník.

- 3.3.5.4. Všechny kompetence orgánů MAS, principy jejich jednání a přijímání rozhodnutí a způsob jejich obsazování jsou jednoznačně definovány ve stanovách nebo zakládací listině či statutu, které respektují principy metody LEADER (zejm. přístup zdola nahoru) a jsou povinně zakládány do sbírky listin rejstříkových soudů.
- 3.3.5.5. Žadatel o standardizaci zodpovídá od podání Žádosti o standardizaci MAS do vydání Osvědčení o splnění standardů MAS za to, že všechny údaje uvedené vůči SZIF jsou prokazatelně úplné a pravdivé.

⁵ Hodnocení Finančního zdraví a zhodnocení personální a majetkové propojenosti MAS zajistí Řídící orgán PRV. Prováděno bude externím nezávislým subjektem vybraným na základě transparentního výběrového řízení. Zhodnocení personální a majetkové propojenosti MAS bude hodnoceno ve vazbě na plnění podmínky, že na rozhodovací úrovni nepředstavuje žádná ze zájmových skupin více než 49 % hlasovacích práv – viz čl. 32, odst 2., písm. b) Nařízení o společných ustanoveních.

4. Dokumenty předkládané při standardizaci

- 1) Souhlas obcí se zařazením správního území obcí do území působnosti SCLLD dotčené MAS na období 2014 – 2020 (závazný vzor uveden v příloze č. 2 této Metodiky) – prostá kopie.
- 2) Zápisy z volebních jednání, ze kterých bude patrná volba členů povinných orgánů – prostá kopie.
- 3) Aktuální stanovy nebo zakládací listina a statut – prostá kopie.
- 4) Účetní závěrky za poslední 3 uzavřená účetní období (v případě, že má žadatel o standardizaci kratší dobu historie, dokládá účetní závěrky za kratší období) – součást formuláře žádosti.

5 Seznam příloh

- 1) Přehled dokumentů k prokazování splnění standardů
- 2) Souhlas obcí se zařazením správního území obcí do území působnosti SCLLD

PŘÍLOHA 1 Přehled dokumentů k prokazování splnění standardů

POŽADAVKY PRO STANDARDIZACI MÍSTNÍCH AKČNÍCH SKUPIN PRO PROGRAMOVACÍ OBDOBÍ 2014-2020			
POŽADAVKY	Kap. 3.3.	SPECIFIKACE PŘIJATELNOSTI	POŽADOVANÉ DOKUMENTY
1. Územní působnost	1.1.	Spojité území, výjimečně izolované územní celky	Ověřeno v IS SZIF.
	1.2.	Území s 10 tis. - 100 tis. obyvatel, nezahrnující města s více než 25 tis. obyvateli. ⁶	Seznam obcí – součást formuláře
	1.3.	Území MAS se nesmí překrývat	Seznam obcí – součást formuláře
	1.4.	Schválení zařazení správního území obce do území působnosti SCLLD dotčené MAS	Čestné prohlášení podepsané všemi starosty dotčených obcí (viz příloha č. 2)
2. MAS	2.1.	Partnerství veřejného a soukromého sektoru, zájmové skupiny,	Seznam partnerů MAS – součást formuláře
	2.2.	Územní působnost partnerů MAS	Seznam partnerů MAS – součást formuláře
	2.3.	Podmínky pro přistoupení novým partnerům (veřejné)	Primý internetový odkaz na zveřejněné podmínky – součást formuláře
	2.4.	Min. počet partnerů 21, zároveň poměr partnerů MAS k obyvatelům MAS 1:2000	Seznam partnerů MAS, seznam obcí – součást formuláře
3. Orgány MAS	3.1.	Vlastní orgány MAS - rozhodovací, monitorovací, výběrová a kontrolní funkce; nejvyšší orgán	Seznam členů orgánů – součást formuláře, stanovy, základací listina či statut
	3.2.	Jeden partner může být členem kromě nejvyššího orgánu jen jednoho povinného orgánu	Seznam členů orgánů – součást formuláře
	3.3.	Nejvyšší orgán	Seznam členů orgánů – součást formuláře, seznam partnerů MAS – součást formuláře, stanovy, základací listina či statut
	3.4.	Rozhodovací orgán	Seznam členů orgánů – součást formuláře, seznam partnerů MAS – součást formuláře, stanovy, základací listina či statut
	3.5.	Výběrový orgán	Seznam členů orgánů – součást formuláře, seznam partnerů MAS – součást formuláře, stanovy, základací listina či statut
	3.6.	Kontrolní orgán	Seznam členů orgánů – součást formuláře, seznam partnerů MAS – součást formuláře

⁶ Počet obyvatel se posuzuje ke dni 1.1.2014 dle ČSÚ

			stanovy, základací listina či statut
4. Kancelář MAS	4.1.	Žadatel o standardizaci musí mít vedoucího zaměstnance v pracovně právním vztahu	vedoucí zaměstnanec – součást formuláře
	4.5.	Internetové stránky	odkaz na internetové stránky MAS – součást formuláře
Internetové stránky	4.5.1.	Zřizovací dokumenty (stanovy, základací listina či statut)	Primý odkaz zřizovací dokumenty na na internetových stránkách MAS – součást formuláře
	4.5.2.	Aktuální seznam partnerů a zájmových skupin	Primý odkaz na seznam partnerů a zájmových skupin na internetových stránkách MAS – součást formuláře
	4.5.3.	Adresa sídla a kanceláře, konzultační hodiny a kontaktní osoba	Primý odkaz na kontakty na internetových stránkách MAS – součást formuláře
	4.5.4.	Mapa územní působnosti	Primý odkaz na mapu území na internetových stránkách MAS – součást formuláře
	4.5.5.	Výroční zpráva o činnosti a hospodaření MAS	Primý odkaz na sekci zveřejňování výročních zpráv na internetových stránkách MAS – součást formuláře
	4.5.6.	Seznam členů povinných orgánů	Primý odkaz na sekci zveřejňování výročních zpráv na internetových stránkách MAS – součást formuláře
5. Institucionalizace MAS	5.1.	Právní forma MAS	dle registrů
	5.2.	Vedení účetnictví dle zákona o účetnictví	účetní závěrka
	5.3.	Hodnocení Finančního zdraví a zhodnocení personální a majetkové propojenosti MAS	zajisti ŘO PRV
	5.4.	Endogenní přístup – kompetence orgánů PO, principy jejich jednání, přijímání rozhodnutí, způsob jejich obsazování	stanovy, základací listina či statut
	5.5.	Pravdivost údajů	Čestné prohlášení – součást formuláře

PŘÍLOHA 2 Souhlas obcí se zařazením správního území obcí do území působnosti SCLLD

Obce v územní působnosti MAS schválily zařazení svého území do území působnosti MAS na období 2014–2020.

	název obce	IČ	jméno starosty	datum	podpis
1.					
2.					
3.					
4.					