

JIHOČESKÁ UNIVERZITA V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH

Ekonomická fakulta
Katedra obchodu a cestovního ruchu

Studijní program: B6208 Ekonomika a management

Studijní obor: Obchodní podnikání

Formy regionální kooperace z pohledu podpory produkce

Vedoucí bakalářské práce
Ing. Kamil Pícha, Ph.D.

Autor
Ivana Trochtová

2009

JIHOČESKÁ UNIVERZITA V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH

Ekonomická fakulta

Katedra obchodu a cestovního ruchu

Akademický rok: 2007/2008

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: Ivana TROCHTOVÁ

Studijní program: 6208 B Ekonomika a management

Studijní obor: Obchodní podnikání

Název tématu: Formy regionální kooperace z pohledu podpory produkce

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

Cíl práce:

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

Metodický postup:

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

Rámcová osnova:

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

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

Seznam odborné literatury:

Čepelka, O.: Místní partnerství a rozvoj venkova: (příprava na iniciativu LEADER). Liberec: Omega, 2004.

Disman, M.: Jak se vyrábí sociologická znalost. Praha: Karolinum, 2005.

Kotler, P., Keller, K. L.: Marketing Management. Praha: Grada Publishing, 2007.

Kozel, R. Moderní marketingový výzkum. Praha: Grada, 2006.

Národní strategický plán rozvoje venkova České republiky na období 2007 – 2013. Praha: Ministerstvo zemědělství ČR, 2006.

Pravidla programu Leader ČR. Praha: Ministerstvo zemědělství ČR, 2007.

Program rozvoje venkova ČR na období 2007 – 2013. Praha: Ministerstvo zemědělství ČR, VÚZE, 2007.

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

Datum zadání bakalářské práce: **15. března 2008**

Termín odevzdání bakalářské práce: **15. dubna 2009**

prof. Ing. Magdalena Hrabánková, CSc.	L.S.	doc. Ing. Marie Hesková, CSc.
Děkanka		vedoucí katedry

V Českých Budějovicích dne 26. března 2008

P r o h l á š e n í

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci na téma „Formy regionální kooperace z pohledu podpory produkce“ vypracovala samostatně na základě vlastních zjištění a na základě materiálů, které uvádím v seznamu použité literatury.

Prohlašuji, že v souladu se Zákonem č. 111/1998 Sb., o vysokých školách a o změně a doplnění dalších zákonů, § 47b, souhlasím se zveřejněním své bakalářské práce, a to v nezkrácené podobě cestou ve veřejně přístupné části databáze STAG provozované Jihočeskou univerzitou v Českých Budějovicích na jejích internetových stránkách.

Ve Vimperku 15. dubna 2009

Ivana Trochtová

P o d ě k o v á n í

Děkuji vedoucímu práce Ing. Kamilu Píchovi, Ph.D. za ochotu a výbornou spolupráci při vedení mé bakalářské práce.

Současně děkuji slečně Janě Dolanské, administrativní pracovníci místní akční skupiny, za poskytnuté materiály a panu Ing. Jaromíru Poláškov, manažerovi místní akční skupiny, za odborné rady a vstřícný přístup.

Obsah

1 Úvod.....	6
2 Literární řešerše.....	7
2.1 Místní akční skupina (MAS)	7
2.2 Princip Leader	10
2.3 Národní strategický plán rozvoje venkova ČR 2007 – 2013 (NSPRV).....	13
2.4 Spolupráce obcí.....	15
2.5 Místní produkce	16
2.6 Základní metody řešení problému.....	18
2.7 Sociologický a marketingový výzkum.....	19
3 Cíle a metodika.....	24
4 Analýza a syntéza poznatků z vlastního zkoumání.....	26
4.1 Základní charakteristika MAS „Občanské sdružení Chance In Nature Local Action Group“.....	26
4.2 Projektová činnost.....	31
4.3 Další informace zjištěné na základě rozhovoru.....	36
5 Existence vztahu mezi činnostmi MAS a rozvojem regionu.....	41
6 Vyhodnocení dotazníku.....	43
6.1 Dotazníkové šetření - členové	43
6.2 Dotazníkové šetření - nečlenové.....	48
7 Závěr.....	57
8 Summary.....	60
9 Seznam literatury.....	61
10 Seznam použitých zkratk.....	63
11 Seznam obrázků, tabulek a grafů.....	64
12 Seznam příloh.....	65
13 Přílohy.....	66

1 Úvod

Kooperace (spolupráce), ať už na jakékoliv úrovni, je velice důležitým faktorem rozvoje daného území. Všeobecně platí, a to nejen v mezilidských vztazích, že společnými silami lze dosáhnout mnohem lepších a významnějších výsledků.

Základní kámen pro vznik spolupráce mezi obcemi v České republice položil Zákon č. 128/2000 Sb., o obcích, který vymezuje legislativní rámec spolupráce obcí.

V současnosti rozeznáváme čtyři různé formy regionální kooperace:

- meziobecní spolupráce na regionální úrovni,
- národní struktury spolupráce obcí,
- spolupráce s obcemi jiných států,
- spolupráce obcí se subjekty v území, kam řadíme místní akční skupiny, jejichž činnost jsem si zvolila pro svou práci.

Místní akční skupiny (dále jen MAS), které vznikly do roku 2006, jsou uskupení vytyčená v rámci iniciativy LEADER+, pozdější MAS jsou vytyčená v rámci Programu rozvoje venkova ČR na období 2007 – 2013, která spojují subjekty veřejného i soukromého sektoru působící v daném území – obce, svazky obcí, podnikatele, nestátní neziskové organizace nebo neorganizované občany.

První MAS byly v ČR zakládány po roce 2001, většina však v letech 2004 až 2006 pod vlivem rostoucí příležitosti získání finančních příspěvků pro venkovské území pomocí principů typu LEADER. (1)

Tato bakalářská práce je zaměřena na činnost MAS Občanské sdružení CHANCE IN NATURE - LOCAL ACTION GROUP. Hlavním cílem činnosti této skupiny je zabezpečit maximální využití potenciálu území a zajištění trvale udržitelného rozvoje s ohledem na ekologické principy. MAS podporuje místní produkci z hlediska rozvoje regionu a zvýšení konkurenceschopnosti místních produktů a služeb.

Cílem bakalářské práce je zanalyzovat vybranou formu regionální kooperace (místní akční skupina) a vymezit její potenciál v oblasti podpory místní produkce.

2 Literární rešerše

2.1 Místní akční skupina (MAS)

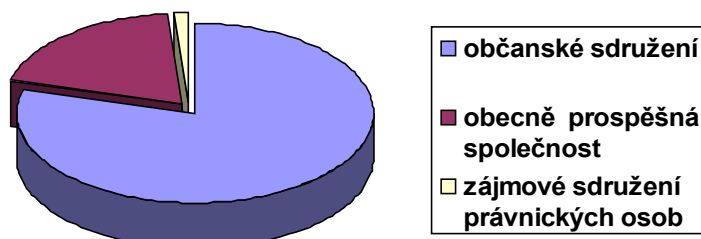
Místní akční skupiny jsou uskupení vytyčená v rámci pravidel Programu rozvoje venkova. MAS vzniklé v období 2000 – 2006 se řídily pravidly iniciativy LEADER+. Spojují subjekty veřejného i soukromého sektoru působící v daném území – obce, svazky obcí, podnikatele, nestátní neziskové organizace či neorganizované občany. (1)

Toto území je vymezeno počtem obyvatel. Nemělo by mít méně než 10 000 a více než 100 000 obyvatel. Maximální hustota obyvatel musí být do 120 obyvatel na km². Území nesmí tvořit obce s počtem obyvatel nad 25 000.

První MAS byly v ČR zakládány po roce 2001, většina však v letech 2004 až 2006 pod vlivem rostoucí příležitosti získání finančních příspěvků pro venkovské území pomocí principů typu LEADER. V roce 2006 existovalo v ČR 146 MAS v různém stupni rozvinutosti. Bylo to nejvíce ze všech nových členských zemí EU. (2)

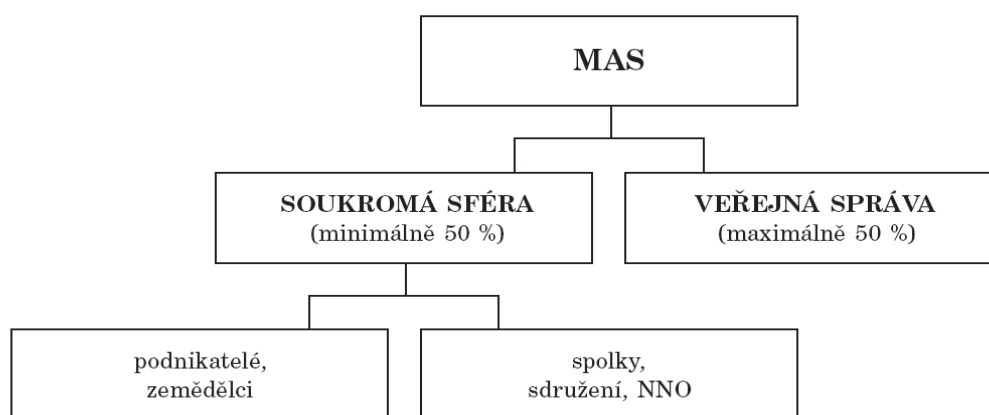
Nejčastější právní formou MAS je občanské sdružení. (1) V roce 2006 bylo v ČR z celkového počtu MAS 80% občanských sdružení, téměř 20% obecně prospěšných společností, zbytek pak zájmová sdružení právnických osob (viz obrázek 1).

Obrázek 1 – Procentuální vyjádření podílu jednotlivých forem MAS



V souladu se zněním Zákona č. 128/2000 Sb., o obcích, musí mít MAS právní subjektivitu. V orgánech MAS, které přijímají rozhodnutí, musí být minimálně 50 % soukromých subjektů a zástupci veřejné správy musí být v menšině (viz obrázek 2). MAS mívají i několik desítek členů, v jejich vedení stojí nejčastěji 9 až 12 členné předsednictvo. Plánování, realizace a vyhodnocení aktivit je zcela v kompetenci MAS. (2)

Obrázek 2 – Schéma základního principu MAS



Zdroj: (2)

Principy fungování MAS

Činnost místních akčních skupin na území České republiky je založena na těchto základních principech:

- mezisektorový participativní přístup (přístup zdola nahoru, tzv. bottom up approach¹),
- max. 50 % členů orgánu MAS z veřejného sektoru, min. 50% ze soukromého sektoru,
- území geograficky, ekonomicky i sociálně homogenní,
- hustota osídlení do 120 obyvatel na km²,
- počet obyvatel od 10 000 do 100 000 obyvatel,

¹ Jde o přístup, který popisuje význam zapojení místních obyvatel a organizací a význam spolupráce veřejného sektoru se soukromým.

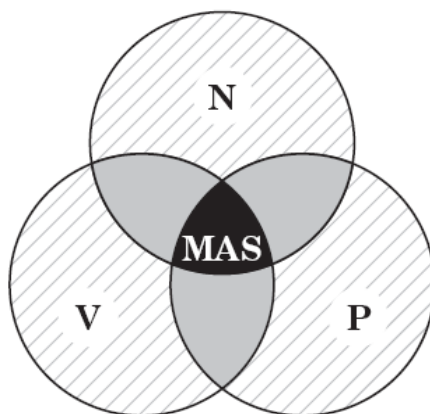
- členské obce nesmí mít více jak 25 000 obyvatel,
- vlastní právní subjektivita,
- zpracována vlastní rozvojová strategie (v souladu s iniciativami LEADER+ nebo LEADER ČR do roku 2006, nyní dle pravidel Programu rozvoje venkova). (2)

Řízení MAS

Principem místního partnerství podle metody LEADER je spolupráce zástupců veřejné správy, podnikatelské sféry a neziskového sektoru (viz obrázek 3).

Zástupců podnikatelů, zemědělců, spolků a sdružení musí být v orgánech MAS více než představitelů veřejné správy. Toto společenství je pak zakotvené v orgánech občanského sdružení nebo obecně prospěšné společnosti. Zastoupení V-P-N (Veřejnost-Podnikatelé-Neziskové organizace) přináší zcela nový typ spolupráce se synergickým efektem², který by nenastal, kdyby tři zmíněné sektory působily izolovaně. (2)

Obrázek 3 – Řízení MAS



Zdroj: (2)

² Synergický efekt znamená, že spojením sil se dosáhne vyšších výsledků.

Princip LEADER klade na místní akční skupiny tyto minimální požadavky:

- právní subjektivita se statutárním zástupcem – zastupuje MAS navenek a je odpovědný za realizaci Strategického plánu LEADER na území MAS včetně schválení a výběru projektů určených k podpoře,
- účetní – vede evidenci projektů a jejich realizace, záznamy o kontrolách, evidenci čerpání dotací a financování z vlastních zdrojů. Vypracovává hlášení o průběhu realizace projektů a monitorovací tabulky (pokud pro monitorování není vyčleněn jiný orgán),
- programový výbor – zpracovává záměr MAS a strategii rozvoje příslušného venkovského mikroregionu, schvaluje žádosti MAS, schvaluje výběrové kritéria a výběr projektů provedený výběrovou komisí,
- výběrová komise – provádí výběr projektů podle výběrových kritérií, sestavuje seznam projektů v pořadí podle bodové hodnoty, vyznačuje projekty navržené ke schválení v rámci limitu a projekty náhradní. (2)

2.2 Princip LEADER

Princip LEADER (Liaison Entre Actions de Developpement de l'Economie Rurale – Propojování akcí hospodářského rozvoje venkova) je jednou z iniciativ Evropské unie, který byl platný do roku 2006. (2) V současné době musí být MAS připraveny realizovat strategie rozvoje venkova metodou LEADER v rámci nového Programu rozvoje venkova ČR 2007 – 2013. (3)

Jeho cílem bylo motivovat a podporovat místní subjekty tak, aby uvažovaly o dlouhodobých perspektivách svého regionu.

K nejdůležitějším prvkům programu patřili integrované strategie rozvoje a důraz na spolupráci. Byl určen k financování projektů místních neziskových i komerčních subjektů ve venkovských oblastech. Účelem bylo společným postupem oživit aktivity v regionu, podpořit místní ekonomiku, služby, kulturní nebo společenský život. (4) Program našel ve společnosti široké uplatnění a v současné době je rozšířen ve všech regionech ČR (viz obrázek 4).

Z institucionálního hlediska má iniciativa LEADER dvě podoby:

- LEADER+
- LEADER ČR

Princip LEADER+ byl jedním z neinvestičních opatření Operačního programu Rozvoj venkova a multifunkční zemědělství, za který odpovídá Ministerstvo zemědělství ČR. Finanční příspěvek pro LEADER+ se poskytuje z Evropského zemědělského orientačního a záručního fondu (EAGGF).

Cílem principu LEADER+ bylo podporovat obyvatele venkovských oblastí, aby se vzájemnou spoluprací realizovanou na bázi partnerství vypořádali s novými problémy, kterým tyto venkovské regiony čelí.

Hlavním cílem principu LEADER+ bylo, aby se představitelé venkovských oblastí zamýšleli nad dlouhodobým potenciálem svých oblastí, a současně podporovat zavádění nových integrovaných, vysoce kvalitních a originálních strategií pro trvale udržitelný rozvoj venkova. (2)

Program LEADER ČR byl každoročním programem ministerstva zemědělství pro malé investice ve venkovském území. Byl koncipován podle principu LEADER+, ale zahrnoval i prvky přecházejících iniciativ. Byl financován výhradně ze státního rozpočtu. Princip byl investiční a zahrnoval společné projekty a vytváření sítí, a tím byl doplňkový k převážně neinvestičnímu opatření LEADER+. (2) Byl zaměřen na realizaci akcí spadajících do čtyř dotačních titulů:

- zlepšení kvality života ve venkovských oblastech,
- posílení místního ekonomického prostředí,
- zhodnocení místní produkce,
- zhodnocení přírodních a kulturních zdrojů. (5)

Cílem Programu LEADER ČR bylo zlepšení organizačních schopností subjektů, působících ve venkovských územích – v území působnosti místních akčních skupin. (6)

Metoda LEADER v rámci Programu rozvoje venkova ČR 2007 - 2013

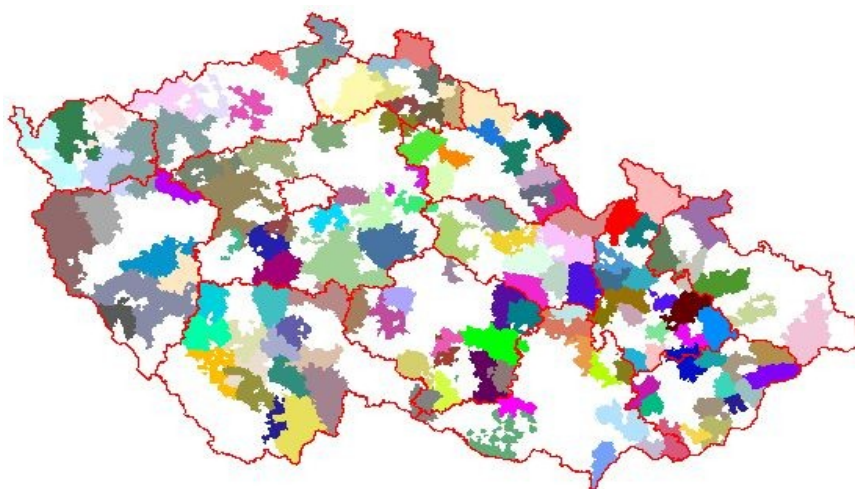
Metoda LEADER dosáhla po zkušenostech z období 2004 – 2005 úroveň umožňující rozsáhlejší uskutečňování osy LEADER v hlavním proudu programu rozvoje venkova (7), kde je vymezena v Ose IV LEADER. Účelem této osy je

především zlepšení kvality života ve venkovských oblastech, posílení ekonomického potenciálu a zhodnocení přírodního a kulturního dědictví venkova, spolu s posílením řídicích a administrativních schopností na venkově.

Významné jsou mnohaleté zkušenosti obcí, svazků obcí a místních akčních skupin s programováním rozvoje a s přípravou a realizací projektů (Program obnovy venkova, SAPARD, LEADER ČR, Operační program Rozvoj venkova a multifunkční zemědělství). Pozitivním poznatkem z programů, které dosud využívaly metody LEADER je skutečnost, že místní akční skupiny si plně uvědomují nezbytnost vytváření zásobníků kvalitních projektů, v zájmu využití a náležitého zhodnocení místních specifik jako přípravy na nové programovací období EU 2007 – 2013 a reálné využití Evropského zemědělského fondu pro rozvoj venkova jako nástroje Společné zemědělské politiky EU. (3)

V rámci tohoto opatření budou místní akční skupiny realizovat svůj Strategický plán Leader. (3)

Obrázek 4 – Aktivní přehledová mapa regionů pracujících metodou LEADER



Zdroj: (8)

Odlišnosti principu LEADER od jiných dotačních programů

Princip LEADER se od jiných dotačních programů liší především tím, že:

- je založen na místním partnerství (spojení různých subjektů),

- je založen na jednotné místní rozvojové strategii, která má mít inovační, průkopnický charakter,
- má výrazně decentralizované řízení i financování, sami zástupci místních organizací si určují, na které aktivity se zaměří,
- uplatňuje přístup „zdola nahoru“, centrální orgán však vybere mezi všemi rozvojovými strategiemi ty, které podpoří. (2)

Princip LEADER a místní akční skupiny

Iniciativa Společenství LEADER je založena na myšlence komplexního rozvoje venkova. V ČR se v období do roku 2006 uplatňovalo v dotačních programech LEADER+, LEADER ČR a Program obnovy venkova. V aktuální zemědělské politice EU na období 2007 – 2013 se metoda LEADER stala jednou ze čtyř prioritních os Evropského zemědělského fondu pro rozvoj venkova (EAFRD).

Základním článkem programu je místní partnerství – místní akční skupiny (MAS). Místní akční skupiny (anglicky Local Action Groups – LAG) jsou organizace složené ze zástupců veřejné správy, podnikatelů, neziskových organizací a veřejnosti. V ČR mohou mít MAS formu občanských sdružení nebo obecně prospěšných společností. Princip LEADER podporuje realizaci strategií udržitelného rozvoje venkovských mikroregionů prostřednictvím jednotlivých projektů, o jejichž výběru rozhoduje MAS. (9)

2.3 Národní strategický plán rozvoje venkova ČR 2007 – 2013 (NSPRV)

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

V uplynulých letech byly v ČR realizovány programy pro rozvoj zemědělství a venkova spolufinancované z EU. Byly to zejména SAPARD (2000 – 2006), OP Rozvoj venkova a multifunkční zemědělství (2004 – 2006), Horizontální plán rozvoje

venkova (2004 – 2006). Přístup k rozvoji venkovana na bázi LEADERu byl v minulých letech prosazován prostřednictvím Programu obnovy venkova, předvstupního programu SAPARD, Programu LEADER ČR a podopatření LEADER+ v OP Rozvoj venkova a multifunkční zemědělství. Hodnocení úspěšnosti výše uvedených nástrojů a nabyté zkušenosti byly využity při tvorbě NSPRV na léta 2007 – 2013.

NSPRV má jeden globální cíl a dále je rozdělen do IV. os (viz příloha č. 1), z nichž má každá své cíle.

Národní strategický plán je v České republice prováděn prostřednictvím Programu rozvoje venkova ČR na období 2007 – 2013, který je platný pro venkovské oblasti celé ČR. (7)

Program rozvoje venkova ČR 2007 – 2013

Program rozvoje venkova České republiky na období 2007 – 2013 vychází z Národního strategického plánu rozvoje venkova. Byl zpracován v souladu s nařízením Rady EU.

Program rozvoje venkova, který zajišťuje působení Evropského zemědělského fondu pro rozvoj venkova, blíže specifikuje v souladu s nařízením Rady EU Strategie v jednotlivých osách stanovených Národním strategickým plánem rozvoje venkova do prováděcí úrovně a zajišťuje tak jeho efektivní realizaci.

Opatření Programu rozvoje venkova přispějí k naplňování cílů Lisabonské strategie ve všech jejích oblastech:

- Společnost založená na znalostech
- Vnitřní trh a podnikatelské prostředí
- Trh práce
- Udržitelný rozvoj.

Existence a realizace Programu rozvoje venkova ČR přispěje k dosažení cílů stanovených Národním strategickým plánem rozvoje venkova, tj. k rozvoji venkovského prostoru České republiky na bázi trvale udržitelného rozvoje, zlepšení stavu životního prostředí a snížení negativních vlivů intenzivního zemědělského hospodaření. Program dále umožní vytvořit podmínky pro konkurenceschopnost České

republiky v základních potravinářských komoditách. Program bude také podporovat rozšiřování a diverzifikaci ekonomických aktivit ve venkovském prostoru s cílem rozvíjet podnikání, vytvářet nová pracovní místa, snížit míru nezaměstnanosti na venkově a posílit sounáležitost obyvatel na venkově. (3)

2.4 Spolupráce obcí

Definice pojmu spolupráce

Spolupráci lze obecně považovat za součinnost určitého množství subjektů při dosahování určitého společného cíle. (1)

Význam spolupráce pro obce

Pro obce je efektivní spolupráce klíčovým faktorem jejich rozvoje. Umožňuje jim realizovat rozhodující rozvojové záměry na svěřeném území, připravovat a uskutečňovat rozvojové projekty, které by samostatně pro jednotlivé obce byly prakticky nedosažitelné, umožňuje jim tímto způsobem snížit problémy plynoucí z jejich případné malé populační velikosti či nevýhodné územní odlehlosti. (1)

Formy spolupráce

Formy spolupráce představují konkrétní právní a organizační podobu systému spolupráce, zásadní je však vztah ke konkrétnímu účelu.

První formou spolupráce je meziobecní spolupráce na regionální úrovni, která zahrnuje dobrovolný svazek obcí, společnou právnickou osobu, smlouvu ke splnění konkrétního úkolu a společenství obcí (návrh Ministerstva vnitra ČR).

Druhou formou spolupráce je spolupráce obcí se subjekty v území, zastoupené především místními akčními skupinami, skupinou místní agenda 21, zájmovým sdružením právnických osob, partnerstvím veřejného a soukromého sektoru. Základní znaky spolupráce mezi svazky obcí a místními akčními skupinami jsou uvedeny v obrázku č 5.

Obrázek 5 – Znaky spolupráce

Znaky spolupráce u svazku obcí a místní akční skupiny					
Forma spolupráce	Funkce spolupráce	Účel spolupráce	Náplň spolupráce	Formální přístup	Typy aktérů
Svazek obcí	např. společný postup sdílení zkušeností	celkový rozvoj území	např. realizace projektů společné akce	institucionalizovaný	obce
Místní akční skupina	např. koordinace rozvojové projekty	podpora rozvojových aktivit	např. pravidelná setkávání příprava projektů	institucionalizovaný	obce podnikatelé neziskový sektor

Zdroj: (2)

Jako další forma spolupráce obcí je národní struktura spolupráce obcí. Sem zahrnujeme především národní síť zdravých měst ČR, svaz měst a obcí ČR.

Poslední formou kooperace je spolupráce s obcemi jiných států, kam patří přeshraniční impulsní/pobídková centra, euroregiony a partnerská města a obce. (1)

2.5 Místní produkce

Místní produkcí rozumíme výrobky nebo služby, které jsou spjaté s konkrétním místem (územím, regionem) a prokazují přímou vazbu na toto území. Je to produkce vyrobena (vytvořena) v místě, vyrobena místními lidmi, pro danou oblast něčím typická, charakteristická či jedinečná (tradice, využití místních surovin, ruční výroba, motiv území, výjimečná kvalita). Proces vzniku je šetrný vůči životnímu prostředí, je zaměřený na kvalitu, je v místě dostupný (výrobce, obchod) a reprezentuje region. (10)

Příklady místní produkce:

- potraviny a zemědělské produkty (mléko, sýry, maso, pečivo, ovoce, zelenina, nápoje, med),

- řemeslné výrobky a umělecká díla (výrobky ze dřeva a proutí, slaměné ozdoby, oděvy a doplňky, šperky, keramika a sklo, papírové obaly, upomínkové předměty, hračky),
- přírodní produkty (lesní plody, léčivé byliny, čaje, minerální vody, kompost). (10)

Místní produkce spoluvytváří příjmy místních lidí, při produkci mohou vznikat nová pracovní místa, vytvářet se nové kontakty a vazby mezi lidmi. Bohatá místní produkce může být důvodem k pořádání místních trhů (Valašský mikulášský jarmek aj.) či obnově dalších venkovských tradic. S předměty, výrobky či plody místní produkce se můžeme setkat přímo u výrobce, v regionální galerii, v turistickém informačním centru, ve specializované prodejně, na prodejních akcích jako jsou trhy, jarmarky nebo posvícení. (10)

Značení místních produktů

Jednotné označení výrobků (logo) garantuje především původ výrobku (vyčleněné území, region) a splnění daných pravidel a charakteristik. Nenahrazuje žádnou dosud zavedenou známku či certifikaci výrobků a služeb. Může sloužit jako doplněk ke stávajícímu označení.

Značku mohou získat výrobky, které jsou kvalitní, šetrné vůči životnímu prostředí a přírodě, jsou vyrobeny v místě a mají přímou vazbu na dané území. Zavedení místní značky pomáhá zviditelnit region, zhodnotit jeho atraktivnost a příležitosti.

Místním občanům dává možnost zakoupit ověřené výrobky a podpořit místního výrobce. Výrobci přináší propagaci, získání konkurenční výhody, možnosti zvýšení odbytu, sounáležitost s regionem, vzájemnou spolupráci. (10)

Nejdůležitější je podpora produkce

Bývalý místopředseda zemědělského výboru Poslanecké sněmovny Jaroslav Pešán, ve stejnojmenném článku v časopise Profit uvedl, že se Česko musí snažit o budování silných regionálních značek. Dále říká, že je naprosto nutné podporovat vznik a rozvoj místních výrobců a zpracovatelů. Hlavní důvody uvedl slovy: *„Nejenže jejich produkty představují významné zpestření trhu, ale řadu konkrétních a dobrých*

výrobků nelze ani průmyslovými technologiemi vyrobit. Dalším důvodem je posílení identity regionů v rámci obecné turistiky a hlavně agroturistiky, kde se mohou místní výrobci stát magnetem pro zájem turistů o místní speciality. Kromě toho produkce lokálních specialit znamená rozšíření podnikatelských příležitostí v místech, kde takových příležitostí mnoho není.“ (11)

2.6 Základní metody řešení problému

Deskriptivní výzkum

Cílem deskriptivního výzkumu je popsat určité skutečnosti nebo jevy. Zabývá se určením počtu výskytů, stanovením tržních veličin (tržního potenciálu, podílů, cen), definováním profilu spotřebitelů a analýzami prodeje.

Deskripce je základem výzkumu. Vyznačuje se jasně definovaným problémem, formálními strukturovanými postupy. Neptá se po příčinách. Zjištěné závislosti mezi proměnnými však můžeme využít pro odhad budoucího vývoje. Potřebné údaje získáváme především dotazováním, ze sekundárních zdrojů a pozorováním. (12)

Komparativní metoda - srovnávání

Používá se při srovnávání různých jevů, výrobků, systémů řízení, organizačních struktur, produktivity práce, plánů a skutečností mezi provozy, dílnami, podniky, firmami, odvětvími, zeměmi.

Při zpracování bakalářské a diplomové práce srovnáváme dále názory, hypotézy, vlastní a cizí stanoviska, výsledky (diskuse), úrovně ukazatelů charakterizující aktivitu podniku či její výnosnost - podíl, rozdíl, index, tempo růstu atd. Srovnávání je základní metoda hodnocení. (13)

Analogie

Tato metoda se opírá o metodu srovnávání. Jde o myšlenkový postup, při němž na základě zjištění shody některých znaků, jevů, usuzujeme na přibližnou shodu i u ostatních jevů, procesů. Analogie hledá zákonitost, pravidelnost, jednotvárnost

různých jevů, jež umožňují extrapolaci z jednoho jevu na druhý a navazování z části na celek. (13)

Analýza a syntéza

Analýza je vědecká metoda založená na dekompozici celku na elementární části. Cílem analýzy je identifikovat podstatné a nutné vlastnosti elementárních částí celku, poznat jejich podstatu a zákonitosti. (14)

Syntéza je myšlenkové spojování jednotlivých částí, vyčleněných prostřednictvím analýzy, v jeden celek. Syntéza pomáhá odhalovat vnitřní zákonitosti fungování a vývoje jevu. (13)

Statistické metody

Statistika je věda a postup jak rozvíjet lidské znalosti použitím empirických dat. Je založena na matematické statistice, která je větví aplikované matematiky. (13)

Statistické metody zpracování dat umožňují přesné vyjádření jevů a vztahů mezi nimi. Statistika shromažďuje a utřídí ekonomická a jiná data, kvantifikuje jevy, pracuje s pravděpodobnostmi. Exaktně postihuje závislosti mezi jednotlivými veličinami. (13)

2.7 Sociologický a marketingový výzkum

Sociologický výzkum

Sociologický výzkum obecně dělíme do dvou kategorií a to na sociologický výzkum kvantitativní a kvalitativní.

Cílem kvantitativního výzkumu je testování hypotéz a cílem kvalitativního výzkumu je vytváření nových hypotéz, nového porozumění, vytváření teorie. (16)

Kvantitativní výzkum se zaměřuje na populaci. Snaží se o reprezentativnost, má vypovídat o tom, jak je nějaký znak zastoupen v populaci, nebo jaký postoj je možné u populace najít. Nejčastěji, ne však nutně, užívá metody dotazníkového šetření nebo standardizovaných rozhovorů a kvantitativní analýzy textů.

Kvalitativní výzkum se zaměřuje na objekt. Nepopisuje zákonitosti, ale snaží se nacházet vztahy mezi kategoriemi. Nejčastěji, ale ne nutně, užívá metod focus groups, hloubkových rozhovorů a analýzy textů. (17)

Předmětem sociologického výzkumu jsou sociální a sociálně psychologické jevy, které vznikají v aktivitách jedinců orientovaných na jiné jedince. Sociální jevy jsou spojeny s velkým, blíže neidentifikovatelným množstvím lidských jedinců vzájemně se ovlivňujících.

Tyto jevy není možné přesně identifikovat, promítá se v nich složitá struktura osobnosti člověka, vznikají ve vztazích mezi lidmi a vzájemně se ovlivňují. Jsou určeny kulturou, ale kultura různých společenství může být odlišná, obtížně postižitelná a je nesnadné zachytit jejího nositele. (18)

Stanovení předmětu výzkumu velmi úzce souvisí s profilem zadávající instituce a se společenskou objednávkou, respektive předmět výzkumu vyplývá ze společenské potřeby definované konkrétním subjektem – podnikem, státním orgánem apod. (19)

Metody a techniky výzkumu

- **Dotazování** – nejběžnější a nejčastěji využívaná metoda je založená na výpovědích dotazovaných lidí neboli respondentů. Mezi základní techniky dotazování patří: standardizovaný a volný rozhovor, individuální osobní dotazování a dotazování skupiny (tzv. skupinový rozhovor), osobní a neosobní dotazování, spotřebitelský, mediální, průmyslový a další výzkum, monotematická nebo omnibusová šetření, jednorázová šetření nebo panel.
- **Pozorování** – zachycuje především chování lidí v nejrůznějších situacích, reakce lidí na měnící se podněty, interakce člověka s druhými lidmi i s předmětným prostředím. Mezi základní druhy pozorování patří pozorování vědecké a přirozené, pozorování s nebo bez intervence, pozorování zúčastněné nebo nezúčastněné, zjevné a skryté, osobní pozorování a pozorování zaznamenávané pomocí záznamové techniky.
- **Experiment** – v něm výzkumník mnoha různými způsoby vstupuje aktivně do zkoumaných skutečností. Nesnímá pouze obraz toho, co existuje nezávisle na něm, ale intervenuje, ovlivňuje situaci a zkoumá reakce, a to buď v přísně kontrolovaných

laboratorních podmínkách, nebo i v přirozených podmínkách. Mezi základní druhy experimentů řadíme experiment laboratorní a přirozený. (19)

Individuální osobní rozhovor

Základním pravidlem je dotazovat se jen na to, co nelze jiným způsobem změřit, zjistit, spočítat. K hlavním výhodám osobního dotazování patří to, že umožňuje získat informace hlubšího a širšího zaměření o kvalitativně různorodých skutečnostech. Nevýhodou je především to, že je drahé a časově náročné na distribuci. (19)

Marketingový výzkum

Marketingový výzkum se dnes zaměřuje především na potřeby zákazníka. Mezi nejpoužívanější výzkumné techniky patří například pozorování zákazníků v prodejnách, pozorování lidí doma, jiná pozorování, výzkum pomocí skupinových rozhovorů, dotazníky a průzkumy, techniky hloubkových rozhovorů, marketingové experimenty, průzkum s využitím tajného zákazníka a těžba dat. (19)

Metody a techniky výzkumu

- Dotazování – smyslem dotazování je zadávání otázek respondentům. Jejich odpovědi jsou podkladem pro získání požadovaných primárních údajů. Vybraní respondenti, musí odpovídat cíli a záměrům výzkumu. Rozeznáváme tyto typy dotazování: osobní, písemné, telefonické a elektronické. V praxi se většinou jednotlivé typy navzájem kombinují.
- Pozorování – pozorování zpravidla probíhá bez přímého kontaktu mezi pozorovatelem a pozorovaným, bez aktivní účasti pozorovaného a bez aktivního zasahování pozorovatele do pozorovaných skutečností. Při pozorování tedy nepokládáme lidem otázky, ale sledujeme, jak se chovají, jaké mají pocity. Nejčastěji pozorování využijeme tam, kde sbíráme evidenční údaje. Rozeznáváme pět typů pozorování: uměle vyvolané a přirozené, nestrukturované a strukturované, osobní a s pomůckami, přímé a nepřímé, zřejmé a skryté.
- Experiment - při experimentu provozujeme zpravidla testování, při kterém se pozoruje a vyhodnocuje chování a vztahy v uměle vytvořených podmínkách, kdy

jsou dopředu nastaveny parametry, podle kterých následně experiment probíhá. Mezi typy experimentů patří laboratorní a terénní experiment, dále elektronický experiment. (12)

Písemné dotazování

Výhodou písemného dotazování je dostatek času při vyplňování a z toho vyplývající možnost relativně rozsáhlejšího dotazníku, nízké náklady, lze použít soubor o širokém území a je zajištěna určitá anonymita respondenta.

Nevýhodou je ztráta kontroly nad velikostí a strukturou výběrového souboru, nejednoznačnost autorství při vyplňování dotazníku a jejich nízká návratnost. (20)

Společné charakteristiky marketingového a sociologického výzkumu

Marketingový výzkum používá k získávání potřebných dat prakticky totožných metod jako výzkum sociologický. Je to pochopitelné, neboť chování jedince i určité skupiny lidí v oblasti nakupování, trhu či konzumace výrobků a služeb je ve své podstatě sociální nebo sociálně psychologický proces. Při sociologickém i marketingovém výzkumu využíváme primární nebo sekundární data a rozlišujeme kvantitativní a kvalitativní výzkum. (18)

Odlišnosti marketingového a sociologického výzkumu

Marketingový a sociologický výzkum se od sebe liší předmětem a cílem zkoumání. Předmětem marketingového výzkumu je nějaký problém (např. nedostatek finančních prostředků, malé skladovací kapacity, proč lidé již nekupují výrobky dané firmy), který je třeba na začátku celého procesu pečlivě a věcně vymezit. Když máme stanovený problém, musíme dobře definovat cíl (cíle) výzkumu.

Cílem pak rozumíme nalezení hlavního faktoru (faktorů), který nám určí další směr naší práce. Cíle se liší v závislosti na zadání, situaci. Podle toho vybíráme různé typy výzkumných přístupů, které sledují odlišné cíle. Cíle výzkumu jsou dány účelem výzkumu a pomocí tzv. programových otázek by měly jasně definovat, co má být výzkumem zjištěno. (12)

Předmětem sociologického výzkumu jsou sociální a sociálně psychologické jevy, které vznikají v aktivitách jedinců orientovaných na jiné jedince. (18)
Stanovení předmětu výzkumu velmi úzce souvisí s profilem zadávající instituce a se společenskou objednávkou, resp. předmět výzkumu vyplývá ze společenské potřeby definované konkrétním subjektem – podnikem, státním orgánem atd. (19)

Požadavky na sociologický výzkum a jeho provedení se odvíjejí od zadání a cílů výzkumu. Již cíle určují, zda bude výzkum kvalitativní nebo kvantitativní, či zda bude jinak charakterizován. (18)

Cílem kvantitativního výzkumu je testování hypotéz a cílem kvalitativního výzkumu je vytváření nových hypotéz, nového porozumění, vytváření teorie. (16)

3 Cíle a metodika

Cíle

Hlavním cílem bakalářské práce na téma „Formy regionální kooperace z pohledu podpory produkce“ je analýza vybrané formy regionální kooperace a vymezení jejího potenciálu v oblasti podpory místní produkce. Jako dílčí jsem si pro svou práci zvolila následující cíl:

- zjistit kolik místních producentů spolupracuje s MAS.

Metodika

Informace a základní údaje pro svou bakalářskou práci jsem čerpala z odborné literatury, odborných časopisů, internetových stránek, informačních letáků a brožur místní akční skupiny Chance In Nature Local Action Group.

Při zpracování bakalářské práce jsem použila následující metody:

- metodu deskriptivní pro popis dosavadních poznatků,
- metodu komparace a analogie při práci s literaturou a internetovými zdroji,
- metodu analyticko-syntetická pro analýzu a syntézu získaných dat,
- metodu statistického zpracování dat pro zpracování tabulek a grafů,
- metodu dotazníkového šetření a řízeného rozhovoru pro získání potřebných informací.

Techniky

V průběhu zpracování bakalářské práce jsem využívala především následující techniky:

- četba odborné literatury a práce s dalšími sekundárními zdroji,
- navázání kontaktu s představiteli MAS Chance In Nature Local Action Group pomocí elektronické pošty,
- získání informací pro sestavení dotazníku rozhovorem s hlavními představiteli MAS,

- vyhodnocení získaných informací a vytvoření dotazníků,
- dotazování podnikatelů, kteří jsou členy MAS pomocí sestaveného dotazníku,
- dotazování místních producentů pomocí sestaveného dotazníku,
- formulace závěrů a doporučení.

Pracovní hypotézy

Jako hlavní pracovní hypotézu pro mou bakalářskou práci jsem si stanovila předpoklad, že Místní akční skupina Chance In Nature Local Action Group podporuje místní produkci. Dále jsem pracovala se čtyřmi pracovními hypotézami.

V pracovní hypotéze č. 1 předpokládám, že místní producenti, kteří jsou členy MAS, jsou spokojeni s podporou, kterou jim poskytuje místní akční skupina.

Pracovní hypotéza č. 2 předpokládá, že vstup místních producentů do MAS naplnil jejich očekávání.

Pracovní hypotéza č. 3 předpokládá, že místní producenti, kteří nejsou členy MAS, neví o existenci MAS.

Pracovní hypotéza č. 4 předpokládá, že místní producenti, kteří nejsou členy MAS, nemají zájem o spolupráci s MAS, protože neznají její činnost.

Výzkumná otázka

Pro svou práci jsem si stanovila výzkumnou otázku ve znění „Existuje vztah mezi činností MAS a rozvojem regionu?“.

4 Analýza a syntéza poznatků z vlastního zkoumání

Pro získání informací potřebných k zpracování tohoto bodu a tedy naplnění hlavního a vedlejšího cíle mé bakalářské práce jsem uskutečnila dva strukturované rozhovory. První jsem absolvovala s administrativní pracovnící MAS slečnou Janou Dolanskou a v rámci druhého rozhovoru jsem hovořila s manažerem MAS panem Ing. Jaromírem Poláškem. Práce se zástupci MAS byla velmi příjemná a bezproblémová. Pro mou práci jsem získala mnoho cenných informací a dokumentů, které také sloužily ke zpracování bodu 4 a tím k potvrzení či vyvrácení hlavní pracovní hypotézy.

4.1 Základní charakteristika MAS „Občanské sdružení Chance In Nature Local Action Group“

Představení MAS

Místní akční skupina „Občanské sdružení Chance In Nature Local Action Group“ je občanské sdružení, které vzniklo 21. dubna 2004 jako MAS Vlachovobřezska za účelem podpory inovativního a udržitelného partnerství v regionu. Postupem času se k této MAS připojily skupiny „Mikroregion Prachaticko“ a „Věmec“ a vzniklo tak současné sdružení s dnešním názvem a strukturou.

Nyní tato místní akční skupina sdružuje 38 obcí Prachaticka, Vlachovobřezska, Čkyňska a části Strakonicka o rozloze 446 km² (viz příloha 2). Základní geografické a demografické údaje o regionu MAS jsou uvedeny v příloze 3.

Sídlo MAS je v obci Malenice na adrese Archiváře Teplého 102, 387 06 Malenice. Ve Vlachově Březí se nachází druhá kancelář MAS na adrese Náměstí Svobody 56, 384 22 Vlachovo Březí. Poštovní adresou sdružení je adresa v Malenicích.

Organizace MAS

Orgány občanského sdružení jsou:

a) Valná hromada

Valná hromada je nejvyšším orgánem sdružení. Tvoří ji všichni členové sdružení starší 18 let. Sdružení svolává valnou hromadu dle potřeby, nejméně však jedenkrát do roka. Rada svolává valnou hromadu vždy, když o to požádá minimálně polovina členů sdružení.

Valná hromada rozhoduje především o cílech a o činnosti sdružení, schvaluje stanovy a rozhoduje o jejich změnách. Dále schvaluje úkoly sdružení pro příslušné období, výroční zprávu sdružení, rozpočet a roční závěrku hospodaření. Mezi další úkony valné hromady patří zejména volba členů rady sdružení, rozhodování o počtu členů rady sdružení, rozhodování o zrušení členství, o sloučení sdružení, jeho reformaci nebo zániku.

Valná hromada rozhoduje na základě hlasování. Rozhodnutí je přijato, jestliže pro něj hlasuje prostá většina přítomných členů. Rozhodnutí o změně stanov a o zrušení sdružení je přijato, jestliže pro něj hlasují alespoň dvě třetiny všech členů. Valná hromada je usnášeníschopná, je-li přítomna nadpoloviční většina všech členů, kdy každý člen má jeden hlas a tyto hlasy jsou si rovné.

b) Rada sdružení

Rada sdružení je výkonným orgánem, který za svou činnost odpovídá valné hromadě. Řídí činnosti sdružení v období mezi jejími zasedáními.

Členství v radě vzniká volbou na základě návrhu některého ze členů. Rada musí mít nejméně 3 členy, svolává ji předseda, v jeho nepřítomnosti místopředseda a to nejméně čtyřikrát do roka.

Rada volí ze svých členů předsedu a místopředsedu sdružení, koordinuje činnosti sdružení, řídí provozní činnosti sdružení a jedná jeho jménem, svolává valnou hromadu, zpracovává podklady pro rozhodnutí valné hromady, plní úkoly uložené usnesením valné hromady, rozhoduje o přijetí člena.

Rada sdružení je usnášeníschopná, je-li přítomna nadpoloviční většina všech jejích členů. Rada rozhoduje nadpoloviční většinou. Jestliže se přes opakované nejméně dvojí svolání v průběhu dvou měsíců nesejde usnášeníschopná valná hromada, přebírá její pravomoci právě rada sdružení.

MAS „Občanské sdružení Chance In Nature Local Action Group“ má momentálně sedm členů rady. Předsedou rady sdružení je pan Josef Bláhovec (obec Malenice), 1. Místopředsedkyní za území Prachaticka je paní Markéta Friedbergerová (občanské sdružení Cassini), 2. Místopředsedou za území Čkyňska je pan Josef Kouba (sbor dobrovolných hasičů Zálezly). Další členové rady občanského sdružení jsou pan Miroslav Roučka (obec Vacov), paní Helena Fiedlerová (sbor dobrovolných hasičů Vlachovo Březí), pan Ing. Petr Kubašta (Mikroregion Vlachovo Březí) a pan Mgr. Jiří Srch (Dobrovolný svazek obcí Prachaticko).

c) Předseda sdružení

Předseda sdružení naplňuje rozhodnutí rady a zastupuje sdružení navenek, jedná jeho jménem, přijímá zaměstnance sdružení do pracovního poměru, rozhoduje o běžných záležitostech sdružení a připravuje podklady pro jednání rady sdružení. Je odpovědný za plnění rozhodnutí rady, za vedení účetní evidence a plynulý chod sdružení. V jeho nepřítomnosti jej zastupuje místopředseda.

d) Programový výbor

Programový výbor je orgánem pro přípravu strategického plánu LEADER (dále jen SPL) a orgánem pro dozor nad jeho realizací. Jedná se o konzultační skupinu, která byla jmenována proto, aby se podílela na zpracování SPL. Je sestaven z členů MAS, kteří zastupují jednotlivé subjekty a zájmové místně působící skupiny. Seznam členů programového výboru je totožný se seznamem členů MAS (viz. příloha č. 4). Dle rozhodnutí valné hromady je Programový výbor totožný s Valnou hromadou (tzn. všichni členové jsou rovněž členy programového výboru).

e) Výběrová komise a monitorovací komise

Výběrová komise se zabývá především výběrem projektů, které bude MAS realizovat. Jednotliví členové byli voleni nediskriminačně.

Monitorovací komise má za úkol evaluaci a monitoring probíhajících projektů v průběhu i po skončení realizace projektů.

f) Manažer

Manažer zejména řídí realizaci SPL, spolupracuje s radou sdružení, programovým výborem, předsedou sdružení, výběrovou komisí a odborným poradcem MAS. Koordinuje činnost jednotlivých organizačních složek MAS, komunikuje za MAS navenek a vykonává další správní a manažerské činnosti.

g) Administrativní pracovník

Administrativní pracovník zajišťuje zejména komunikaci a organizaci činnosti uvnitř MAS. Organizačně zajišťuje jednání výběrové komise, programového výboru, rady sdružení, zajišťuje dodržování organizačních postupů a zpracovává agendu sdružení.

Podnikatelské subjekty

Velmi významným odvětvím v oblasti podnikání na území MAS je zemědělství a lesnictví. Drtivou většinu podnikatelů tvoří živnostníci a malé a střední podniky. Díky tomuto jevu klesla nezaměstnanost pod 5 %. Na území je celkem 6 222 podnikatelů, převážná většina se jich nachází ve městě Prachatice. Podnikatelé působí v mnoha oblastech, mezi něž patří například zemědělství, průmysl, stavebnictví, doprava, obchod, obchodní služby, veřejná správa, školství a ostatní veřejné, sociální a osobní služby. Podle právní formy výrazně převažují podnikatelé – fyzické osoby.

Strategický plán LEADER (SPL)

Strategický plán LEADER byl zpracován komunitním způsobem se zapojením expertů a byl schválen valnou hromadou dne 13. prosince 2007.

Výchozím dokumentem pro tvorbu tohoto plánu bylo zpracování Integrované strategie území. V rámci přípravy SPL byly definovány dvě priority:

- **priorita 1** – „Inovace jako hlavní motor trvale udržitelného rozvoje“ s cílem podpořit zapojení inovací a ekologicky šetrných technologií do poskytovaných služeb na venkově a podpořit tak udržitelný rozvoj podnikání v regionu a zvýšit kvalitu infrastrukturního zázemí využitím inovací a ekologických přístupů,
- **priorita 2** – „Partnerství k trvale udržitelné kvalitě života na venkově“ s cílem zapojit partnerství do řešení problematiky občanské vybavenosti a nabídky volnočasových aktivit a zachovat odkaz předchozích generací a inovativně přispět k dalšímu rozvoji regionu.

Členství v MAS, práva a povinnosti členů

Členem MAS mohou být fyzické nebo právnické osoby, které souhlasí se stanovami a cíli sdružení. O přijetí za člena MAS rozhoduje rada sdružení. Členství vzniká dnem přijetí za člena a zaniká vystoupením člena písemným oznámením radě, úmrtím člena, u právnické osoby jejím zrušením nebo zánikem.

K základním právům člena sdružení náleží:

- právo podílet se na činnosti sdružení,
- právo účastnit se pořádaných akcí,
- právo volit a být volen.

Z členství v MAS plynou především tyto povinnosti:

- dodržovat stanovy,
- aktivně se podílet na plnění cílů sdružení,
- svědomitě vykonávat funkce,
- platit členské příspěvky,
- nepoškozovat dobré jméno sdružení.

Majetek MAS

Provozní podmínky MAS zabezpečují budovy, kanceláře, dopravní prostředky a další majetek. Občanské sdružení Chance In Nature Local Action Group v současné

době nevlastní žádnou budovu. Pro svou činnost využívá sídlo v Malenicích a kancelář MAS ve Vlachově Březí. Kanceláře jsou vybaveny moderní počítačovou, audiovizuální, záznamovou a další kancelářskou technikou.

4.2 Projektová činnost

Administrativní postupy

Administrativní kroky se řídí pravidly a podmínkami Programu realizace venkova. Administrativu zabezpečuje dostatečný počet pracovníků a MAS má k dispozici i dostatečné technické kapacity pro zpracování jednotlivých administrativních kroků spojených s vyhlášením a realizací jednotlivých projektů od zpracování textu výzvy až po předání projektu k registraci.

Realizované projekty

V rámci realizace integrovaných územních strategií rozvoje venkova realizovala MAS v letech 2005 – 2007 záměr „Inovace a ekologické principy - cesta ke kvalitnímu životu“.

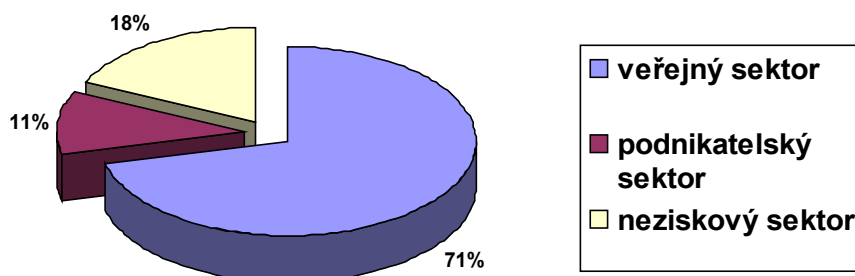
Cílem toho záměru, financovaného v rámci Operačního programu rozvoje venkova vyhlášeného ministerstvem zemědělství ČR, bylo přispět k dlouhodobě udržitelnému trvalému rozvoji oblasti s minimální ekologickou zátěží, maximálním využitím ekonomického potenciálu oblasti a s využitím tradičních produkcí s možností širokého uplatnění pro podnikatelský i veřejný sektor. V rámci tohoto záměru bylo zrealizováno 28 úspěšných projektů za 12 677 772,- Kč. Tři projekty v celkové částce 4 039 000,- Kč byly uskutečněny v podnikatelském sektoru, ostatní projekty ve veřejném a neziskovém sektoru.

Tabulka 1 – Počet realizovaných projektů v rámci záměru „Inovace a ekologické principy – cesta ke kvalitnímu životu“

sektor	počet realizovaných projektů	náklady na jejich realizaci
podnikatelský	3	4 039 000,- Kč
neziskový	6	1 429 205,- Kč
mikroregiony	2	236 900,- Kč
Města/obce	17	6 972 667,- Kč
celkem	28	12 677 772,- Kč

Procentuální vyjádření podílu jednotlivých sektorů na realizovaných projektech ukazuje obrázek 6.

Obrázek 6 – Procentuální vyjádření podílu jednotlivých sektorů na realizovaných projektech



Nejrozsáhlejším projektem realizovaným v rámci záměru „Inovace a ekologické principy – cesta ke kvalitnímu životu“ byl projekt „Vybavení Inovačního centra zdravé výživy a ekologie“ novými technologiemi. Celkové náklady na jeho realizaci činili 2 026 576,- Kč.

K nejvýznamnějším projektům realizovanými v uvedeném časovém období v rámci programu LEADER+ patřily projekty „Pekařství Vladimír Cais – Rozšíření provozu, nákup pekařské pece“ (podnikatelský sektor), „Obec Strunkovice nad Blanicí – Novými technologiemi ke zkvalitnění služeb a kulturně společenského života“ (veřejný sektor) a „Sbor dobrovolných hasičů Vlachovo Březí – Tlakem proti ohni“ (neziskový sektor).

V současnosti je v běhu několik projektů. Jedním z aktuálních projektů je Komunitní plánování sociálních služeb na území Chance in Nature - Local Action Group a území správního obvodu obce s rozšířenou působností (ORP) Prachatic. Smyslem akce je zavést efektivní proces plánování rozvoje sociálních služeb poskytovaných určitým skupinám obyvatel daného území. Záměrem je zpracování komunitního plánu sociálních služeb v rámci vytvořeného místního partnerství subjektů působících v sociální oblasti.

Dalším projektem je „LAG Chance in Nature – CESTY EVROPY – marketing cestovního ruchu“. Hlavním cílem projektu je zvýšení podílu cestovního ruchu v regionu LAG Chance in Nature, prodloužení turistické sezóny v regionu a přípravou regionu na vstup do mezinárodní sítě poutních cest Cammini d'Europa jako nástroje k zajištění celkového vyváženého rozvoje a růstu kvality života obyvatel regionu LAG.

Financování projektů

MAS získává peníze na realizaci projektů z různých zdrojů. Část peněz pochází z dotací (z rozpočtu EU, ze státního rozpočtu ČR, z operačního programu rozvoje venkova a multifunkční zemědělství), dalším zdrojem jsou příspěvky od Jihočeského kraje, z fondů rozvoje. Část potřebných finančních zdrojů je zajišťována z úvěrů. Část nákladů si u některých projektů musí zaplatit sám žadatel (předkladatel projektu).

Katalog příležitostí

Na podporu činnosti a na svou propagaci místní akční sdružení vydalo publikaci s názvem „Katalog příležitostí“. Vydání bylo spolufinancováno z prostředků EU v rámci iniciativy „Společenství INTERREG IIIA“. Publikace byla vytištěna

v českém, anglickém a německém jazyce a jsou v ní vytyčeny níže uvedené příležitosti, které skýtá spolupráce nebo členství v MAS Chance In Nature.

Příležitost v partnerství

MAS se specializuje na navazování, udržení a rozvoj partnerství. Hlavní náplní činnosti je vytvoření prostoru pro partnerství na místní úrovni mezi všemi aktéry regionu – podnikateli, neziskovými organizacemi a veřejnou správou.

MAS aktivně spolupracuje s LAG Strakonicko, MAS Rozkvět zahrady Jižních Čech, Krajským úřadem Jihočeského kraje. V rámci mezinárodní spolupráce rozvíjí MAS partnerství s obcemi Freyung-Grafenau, Regen a se zahraničními MAS v rámci projektu ELREN.

Příležitosti v podnikání

MAS se zaměřuje na podporu podnikatelských subjektů, zejména malého a středního podnikání. Současná činnost zaměřena na podporu podnikání v regionu zahrnuje nejen prezentaci výsledků podnikatelských projektů, ale je zaměřená zejména na navazování nových kontaktů a vytváření nových podnikatelských příležitostí.

Příležitost ve veřejném sektoru

MAS vychází ze zkušeností místních obcí, měst a mikroregionů s prací pro místní území. Sdružení navázalo na tyto zkušenosti a nabízí širší možnosti komunikace s dalšími aktéry v území. MAS dále navázal na dlouhodobé partnerství obcí s německými a hornorakouskými partnery, které vyústilo v projekt „Šance v partnerství, kooperační víkend“.

Příležitosti v neziskovém sektoru

Na podporu rozvoje místního území a lidských zdrojů operuje na území MAS mnoho neziskových organizací. Jsou to různé spolky, sbory ale i profesionální neziskové organizace.

MAS se snaží o maximální podporu těchto organizací. Pomáhá zakládat nové subjekty a usiluje o jejich aktivní zapojení do rozhodování o věcech veřejných a upevnění vazeb mezi těmito organizacemi a občany regionu.

Příležitost v komunikaci

MAS napomáhá rozvoji komunikace. Nabízí kvalitní prostory pro setkávání a konzultaci projektových záměrů, pro hledání partnerů a zajišťuje plný servis pro aktéry regionu. Podílí se na pořádání mezinárodních setkání a nabízí zprostředkování kontaktů mezi místními podnikateli, neziskovými organizacemi a veřejnou správou.

Využívá k tomu všechny dostupné způsoby komunikace, včetně využití ICT technologií. Současně pomáhá zavádět tuto progresivní a moderní komunikační technologii do dosud nepokrytých území regionu.

Příležitost LEADER+

Na podporu svých aktivit v letech 2005 a 2006 získalo Občanské sdružení Chance In Nature Local Action Group finanční podporu v rámci iniciativy LEADER+. Na území MAS tak díky tomu mohly být realizovány projekty za cca 12,5 mil. Kč.

Zahraniční stáže

Občanské sdružení Chance In Nature Local Action Group nabízí možnost získávání zkušeností ze zahraničí. V rámci této aktivity byla zorganizovaná zahraniční stáž do provincie Firenze v Itálii.

Účastníci stáže se seznámili s činností tamní MAS a zúčastnili se konference o obnovitelné energii a udržitelném rozvoji. Hostitelská MAS je seznámila s realizovanými projekty. Součástí programu byla i účast na představení projektu CAMMINI D'EUROPA, zaměřeného na kulturní a církevní turistiku, a souvisejících subprojektů na rozvoj cestovního ruchu v okolí.

4.3 Další informace zjištěné na základě rozhovoru

V rámci rozhovoru s představiteli MAS jsem položila následujících osm dotazů:

1. Jaký má dopad činnost MAS na rozvoj regionu?
2. V čem vidíte silné a slabé stránky regionu MAS, jeho příležitost a ohrožení?
3. Máte zájem o další členské obce?
4. Propagujete svoji činnost na veřejnosti?
5. Podporujete místní producenty? Členy, nečleny? A jakým způsobem?
6. S jakými dalšími subjekty spolupracujete?
7. Jak jste spokojeni s dosavadní činností MAS, naplňováním stanovených cílů?
8. S jakými problémy se setkáváte při snaze o naplnění stanovených cílů MAS?

Na otázky jsem dostala následující odpovědi:

1. Dopad činnosti MAS na rozvoj regionu

MAS je zaměřena především na inovace a trvale udržitelný rozvoj a toto zaměření se ukázalo jako strategicky správné.

Uskutečnění této strategie vedlo k realizaci projektů, které jsou v ČR pilotní. Jsou to především podnikatelské projekty „Pekařství Vladimír Cais – Rozšíření provozu, nákup pekařské pece“ nebo projekt společnosti KOTLE FIEDLER. Tyto projekty jsou výjimečné nejen z hlediska regionu, ale i v rámci celé ČR a jejich realizátoři jsou díky implementaci inovací příkladem pro další společnosti v regionu. V současné době již rozvoj podnikatelských aktivit, nabídky služeb, či aktivit v neziskové formě je v rámci konkurenčního prostoru tržně obsazen. Prostý rozvoj nebo obměna neznamenají výhodu, ale případně pouze snižují riziko ztráty. Díky činnosti MAS došlo také ke snížení nezaměstnanosti v regionu.

2. Silné a slabé stránky regionu MAS, jeho příležitost a ohrožení.

MAS se touto oblastí pravidelně zabývá. Ke stanovení silných a slabých stránek regionu, vytyčení jeho příležitostí nebo vytipování rizik ohrožení regionu byla použita, na základě stanovené Integrované strategie území, SWOT analýza.

Za silné stánky je považováno především funkční propojení obcí na území MAS, praktické zkušenosti s realizací projektů na bázi místního partnerství, administrativní připravenost území MAS k realizaci projektů, navázané partnerské smlouvy, výhodná poloha, existence průmyslových zón, dostatečná nabídka rozvojových ploch a mnohé další.

Slabiny jsou spatřovány především v nedostatečném pokrytí mikroregionu internetem, nedostatečné propojení infosystémů v rámci regionu a nad jeho rámec, nedostatečná kapacita infrastruktury, podprůměrná úroveň mezd, neexistence VŠ v regionu MAS, nedostatečná vybavenost technikou pro úpravy veřejných prostranství a stok.

Příležitosti regionu jsou spatřovány především v ochraně přírodních zdrojů, rozvoji možností na využití obnovitelných zdrojů energie, v podpoře ekologických způsobů vytápění, v zavádění šetrných technologií a další.

Hrozby pro region MAS představují v první řadě nezájem občanů o dění v regionu, zhoršení komunikace mezi jednotlivými obcemi, osobní spory, politické záměry, vedení současných a výstavba nových důležitých dopravních tras mimo území regionu MAS, konkurence blízkých center cestovního ruchu a další.

3. Další rozšiřování území MAS

MAS samozřejmě má zájem o další členské obce a tím i o rozšíření svého regionu. Cílem sdružení je spojit region do jednoho pevného celku, který bude úspěšnější při získávání dotací než jednotlivé jeho obce zvlášť.

MAS by se ráda rozšířila, nikoli ale směrem k Šumavě. Obce a města na Šumavě mají odlišné problémy a tudíž by toto spojení vedlo k rozporům v prioritách a cílech MAS. Tato oblast je navíc obtížně řešitelná z důvodu vysokého stupně ochrany přírody hraničící s konzervací.

K úspěšnému rozšíření došlo již v roce 2007. Do té doby bylo několik obcí uvnitř území nezapojeno, ale právě v roce 2007 došlo k výraznému zacelení a spojení regionu v jeden celek. (příloha č. 5)

4. Propagace činnosti na veřejnosti

Občanské sdružení Chance in nature má bohaté zkušenosti s prezentováním výsledků své práce a to nejen v rámci regionu, ale i na národní a mezinárodní úrovni.

MAS využívá ke své propagaci vlastní webové stránky – www.chanceinnature.cz, na kterých se setkáme s prezentací samotné MAS a jejích aktivit, jako i s prezentací projektů žadatelů o dotace. WWW stránky jsou pravidelně aktualizovány, můžeme na nich najít kontakty, údaje o území MAS a další zajímavá témata, která jsou vždy aktuální k činnosti MAS.

Komplexně se představila MAS tuzemské veřejnosti na výstavě Země živitelka. Na této významné akci se prezentovala MAS představením náplně své činnosti a cílů. Byly zde představeny taky realizované a připravované projekty členů MAS. Výsledkem této prezentace byla velká návštěvnost již zmíněných webových stránek, mezi návštěvníky patřil mimo jiné i bývalý 1. místopředseda vlády a ministr pro místní rozvoj Jiří Čunek.

Z propagace v zahraničí představitelé sdružení vyzdvihují především účast na konferenci ELREN. Na této konferenci se představila MAS jako taková, představila projekty žadatelů o dotace, své cíle a došlo i na výměnu zkušeností.

Na propagaci a prezentaci své činnosti u zahraničních partnerů byla využita i již zmíněná zahraniční stáž v Itálii, v provincii Firenze. Poznatky a zkušenosti získané v průběhu pobytu v této provincii jsou shrnuty v brožurě „Zahraniční stáž do provincie FIRENZE, Itálie“.

Sdružení se aktivně prezentovalo i na semináři „Projektový management – manager specialista“, výstupem tohoto projektu je brožura „Projektový management“. Mimo jiné MAS vydává tiskovinu „Občasník“, informační letáky, různé propagační materiály a rozvíjí spolupráci s oborovými partnery.

5. Podpora místních producentů, členů i nečlenů MAS a její způsoby.

MAS podporuje místní producenty, členy i nečleny sdružení, ale pouze na území svého regionu. Jedná se o podporu finanční, je podporováno zakládání podniků, jejich propagace a uplatnění podniků na trhu.

Finančně byly podpořeny projekty firem Pekařství Cais, KOTLE FIEDLER. Podpora v oblasti zakládání podniků je velmi problematická, dochází především k podpoře informační.

MAS propaguje místní producenty pouze z jejich vlastního podnětu. Dále doporučuje místním producentům účast na pořádaných konferencích, kde mohou získat důležité kontakty a získat nové znalosti.

Na základě podpory a propagace ze strany MAS získala firma KOTLE FIEDLER atest Národního zkušebního ústavu na nové, ekologické kotle, šetrné k životnímu prostředí. Jako palivo se v těchto kotlích používá biomasa. Firma s těmito kotli úspěšně prorazila na trhy v 8 zemích Evropy. V ČR je bohužel tento ekologický způsob vytápění málo rozšířen. Dále MAS podporuje kooperaci podnikatelů, je to jedním z jejich hlavních cílů.

6. Spolupráce s dalšími subjekty v regionu

Kromě podnikatelů, MAS spolupracuje i s neziskovými organizacemi, sbory dobrovolných hasičů, obcemi a jejich úřady, dalšími mikroregiony a místními akčními skupinami (např. MAS Podbrodsko o. s., MAS Rozkvět zahrady Jižních Čech, o. s., MAS Vodňanská ryba a MAS Strakonicko), Jihočeským krajem nebo Jihočeskou observatoří venkova či Národní sítí MAS.

7. Spokojenost s dosavadní činností MAS a s naplňováním stanovených cílů

Spokojenost s dosavadní činností MAS a s úspěšností při naplňování stanovených cílů byla prezentována odpovědí:

„S činností MAS jsme velice spokojeni, daří se nám úspěšně realizovat projekty, v některých jsme dokonce nejúspěšnější v ČR, některé jsou v ČR pilotní. Těšíme se uznání jak v ČR, tak v zahraničí, kde nadále čerpáme důležité znalosti, navazujeme důležité kontakty a prezentujeme tam svou činnost.“

8. Problémy, které vznikají při snaze o naplnění stanovených cílů

Každá nová věc sebou přináší i řadu problémů a starostí. Nejinak to bylo i po vzniku MAS „Občanské sdružení Chance In Nature Local Action Group“.

„Během prvních období naší působnosti jsme se setkali s mnohými problémy, ale teď jsme se z nich již poučili a víme, kde a jak se zlepšovat. Například při první výzvě k předložení žádostí o dotace jsme se setkali s velmi nízkým zájmem předkladatelů. V podstatě byly předloženy pouze žádosti, které jsme komunikovali již v průběhu přípravy strategického dokumentu. Ostatní subjekty na našem území nevěřily programu LEADER. Proto jsme zintenzivnili propagaci úspěšných projektů, prezentaci důvodů proč se vyplatí spolupracovat, využili jsme maximálního náporu publicity a propagace. Dalším problémem je menší připravenost podnikatelských projektů. Obecně jsou s čerpáním finančních prostředků více seznámené obce a neziskové organizace, které již mají určité zkušenosti. Proto jsme se zapojili do aktivity „Projektový management“ v rámci projektu Jihočeského kraje a díky tomuto jsme mohli pomáhat připravovat a plánovat projekty formou školení, osobních konzultací apod.

Vážným problémem je neschopnost neziskových organizací dofinancovat schválené projekty. Proto se musíme zaměřit na přesné vymezení nákladů, které budou muset být uhrazeny. Šanci budou mít velmi dobře připravené neziskové organizace, které budou mít zajištěné prostředky na dofinancování.“

5 Existence vtahu mezi činností MAS a rozvojem regionu

Na základě získaných informací můžu konstatovat, že vztah mezi činností MAS a rozvojem regionu určitě existuje.

V roce 2004, kdy MAS vznikla, byla nezaměstnanost na jejím území 7,2 %. V průběhu jejího působení se postupně snižovala a k 31. 12. 2007 byla nezaměstnanost pouhých 4,4 %. Za tuto dobu došlo i k nepatrnému nárůstu počtu obyvatel z 26 332 na 26 403 obyvatel, z toho 18 893 v produktivním věku.

MAS Chance In Nature se snaží podporovat svůj region i v rámci cestovního ruchu. Snaha o zviditelnění území pro turisty je zatím v realizační části a to konkrétně v rámci projektu „LAG Chance In Nature – CESTY EVROPY – marketing CR“. Projekt je ve fázi zmapování a fotodokumentace přírodních a historických památek, služeb a ostatních zajímavostí regionu, které by mohly v budoucnu nalákat více turistů na jejich území.

Po dokončení této fáze budou vytvořeny turistické produkty, propagační materiály. Předpokládá se organizovat nejrůznější kulturních, náboženské a jiné akce na úrovni národní i mezinárodní. Primárním cílem je zapojení regionu do mezinárodní sítě poutních cest Cammini d'Europa. V rámci naplnění této priority byla sepsána předběžná smlouva o spolupráci.

V rámci strategie „Využívání nového know-how a nových technologií ke zvýšení konkurenceschopnosti místních produktů a služeb“ bylo zrealizováno celkem 28 projektů na bázi partnerství. Na základě úspěšné realizace dochází k nárůstu spolupráce místních firem a neziskových organizací se zahraničními partnery, vznikají mezinárodní kooperace. Mezi úspěšné projekty patří projekt Pekařství Cais – využití odpadní energie. Tento projekt stál celkem 4 605 300,- Kč a celková výše přiznané podpory činila 1 935 000,- Kč. Dopadem tohoto projektu bylo zavedení Ekobloku (zařízení regulující spalovací proces, umožňující využití až 97 % primární energie), který převádí odpadní tepelnou energii spalín a odtahové páry z více pekařských pecí do zásobníku vody. Katalyzátor spalín vytváří z plynových pecí zařízení, která nepotřebují komíny,

z pekárny odchází pouze ekologicky nezávadný vzduch. Pekařství Cais požádalo ještě o jednu podporu, které byla také úspěšně realizována. Název projektu je Pekařství Cais – rozšíření provozu, nákup pekařské pece. Zavedení moderní pece výrazně podpořilo konkurenceschopnost podnikatele a vedlo ke zvýšení produkce.

MAS dále řeší problém s nízkou penetrací internetu. V rámci této problematiky již uskutečnila několik projektů. Internet byl zaveden například v obci Žárovná, současně byly této obci vytvořeny www stránky a byly nakoupeny moderní počítačové sestavy. Dalším žadatelem o zavedení internetu a nákup moderních komunikačních technologií je Sbor dobrovolných hasičů Vlachovo Březí. Díky pomoci MAS bylo vytvořeno nové pracovní místo správce sítě a internetových stránek. Použití moderních technologií vedlo ke zjednodušení práce hasičů a byly vytvořeny www stránky hasičů.

MAS se dále soustředí na opravy a rozvoj základní infrastruktury ve svých obcích. Bylo například opraveno veřejné osvětlení v obci Lažiště, byly pořízeny inovativní technologie pro komplexní údržbu a rozvoj obce Dvory. Dalším významným počinem je projekt „Zvýšení přehlednosti a bezpečnosti na místních komunikacích novým strojem – nákup mulčovače“ realizován v obci Strunkovice nad Blanicí. Pomocí tohoto stroje došlo ke snížení provozních nákladů obce na údržbu okrajů a příkopů místních komunikací.

MAS působí v dalších oblastech, které výrazně přispívají k rozvoji regionu.

6 Vyhodnocení dotazníku

Hlavním cílem mé práce bylo zanalyzovat vybranou formu regionální kooperace a vymezit její potenciál v oblasti podpory produkce.

Pro analýzu vybrané formy regionální kooperace, v mém případě MAS, jsem zvolila strukturovaný rozhovor, jehož rozbor je v kapitole 4.

K vymezení potenciálu MAS jsem zvolila dotazníkové šetření, které proběhlo ve dvou částech.

První část se zaměřuje na místní podnikatele, kteří jsou členy MAS. Od těchto podnikatelů jsem chtěla zjistit především to, z jakého důvodu do občanského sdružení vstoupili, kde se o jeho činnosti dozvěděli a zda členství v MAS naplnilo jejich očekávání.

Druhý vypracovaný dotazník byl adresován místním podnikatelům, kteří však členy MAS nejsou. Hlavním cílem bylo zjistit, zda místní producenti vůbec vědí o existenci a činnosti MAS.

6.1 Dotazníkové šetření - členové

Dotazníkové šetření u podnikatelů - členů probíhalo od 16. 2. 2009 do 3. 3. 2009. V rámci spolupráce při psaní mé práce jsem dostala nabídku od manažera MAS, pana Ing. Poláška, že se ujme rozšíření dotazníků mezi podnikatele – členy. Díky jeho iniciativě a ochotě spolupracovat jsme z celkem 10 rozeslaných dotazníků získali sedm vyplněných. Dosáhli jsme tedy 70% úspěšnosti.

Způsob dotazování

V první části dotazníkového šetření Ing. Polášek nejprve telefonicky oslovil všech 10 podnikatelů – členů. V rámci telefonátu je informoval o faktu, že píše bakalářskou práci o MAS, ve které jsou členem, a že jim v této souvislosti přijde e-mailem dotazník.

Druhým krokem bylo rozeslání zmíněných dotazníků a v poslední fázi telefonické poděkování za spolupráci.

Výběr respondentů a rozsah výběru

Výběr respondentů byl v tomto případě jednoznačný. Protože jsem byla schopna oslovit každého podnikatele, který je členem MAS, proběhlo v první části dotazování tak zvané vyčerpávající šetření. Vyčerpávající šetření, tzv. census, je sběr dat od nebo o každém prvku populace (např. sčítání lidu). (21)

Rozsah souboru, souborem rozumíme celou skupinu lidí nebo objektů, o kterých chceme získat informace (21), tvořilo celkem 10 podnikatelů – členů. Jak již bylo zmíněno, úspěšnost dotazování byla 70%.

Struktura dotazníku

Dotazník byl vypracován za pomoci vedoucího mé práce, pana Ing. Kamila Píchy Ph.D., a následně byl konzultován se zástupcem MAS. Po schválení zástupcem byl dotazník rozšířen mezi podnikatele. Dotazník byl vypracován v MS Word a byl rozeslán pomocí e-mailových adres.

Pro práci jsme zvolili dotazník kratší, z důvodu větší návratnosti, který čítal celkem 7 otázek + informace o podnikatelském subjektu. V dotazníku byly použity otázky uzavřené i otevřené, kde měl respondent možnost vyjádřit blíže svůj názor či postoj.

Dotazník určený členům MAS měl potvrdit, případně vyvrátit, hypotézy číslo 1 a 2.

V pracovní hypotéze č. 1 předpokládám, že místní producenti, kteří jsou členy MAS, jsou spokojeni s podporou, kterou jim poskytuje místní akční skupina.

Pracovní hypotéza č. 2 předpokládá, že vstup místních producentů do MAS naplnil jejich očekávání.

Výsledky dotazníkového šetření

1. Kdy jste do MAS vstoupili?

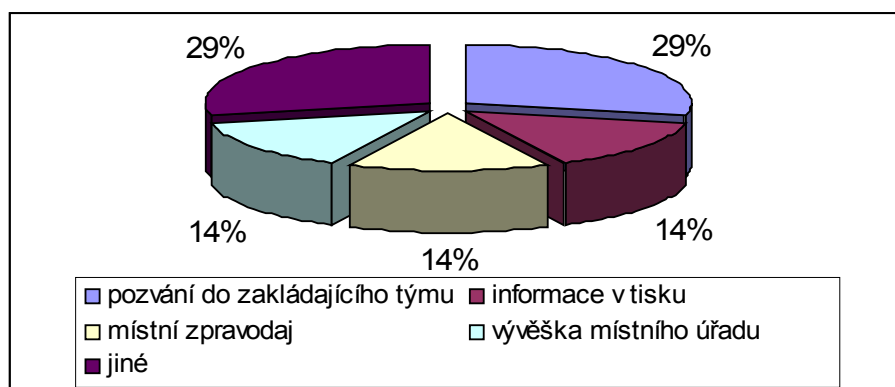
Na první otázku mohli podnikatelé odpovědět pouze 2 nabídnutými odpověďmi. Podnikatelé mohli odpovědět, buď že jsou zakládajícím členem, anebo že do MAS vstoupili později. Pokud podnikatel zaškrtnl odpověď druhou, tedy že do MAS vstoupil později, měl uvést datum vstupu.

Z celkem 7 získaných odpovědí jsem zjistila, že 3 podnikatelé jsou zakládajícími členy a 4 podnikatelé vstoupili do MAS později. Z těchto 4 podnikatelů vstoupili 3 v roce 2007 a jeden v roce 2008.

2. Jak jste se o MAS dozvěděli?

Účelem otázky číslo 2 bylo zjistit, jakým způsobem se místní producenti dozvěděli o činnosti MAS a o možnosti stát se členy tohoto občanského sdružení.

Graf č. 1 - Grafické vyhodnocení otázky č. 2 - Jak jste se o MAS dozvěděli?



Podnikatelům bylo nabídnuto celkem 5 možností odpovědí, 4 byly předem dané a 1 umožňovala podnikatelům napsat jiný důvod, jak se o MAS dozvěděli. U této otázky bylo možno zaškrtnout více odpovědí najednou. Žádný z podnikatelů této možnosti nevyužil.

Z grafu vyplývá, že 2 podnikatelé se MAS dozvěděli na základě pozvání do zakládajícího týmu. Stejně častou odpovědí byla odpověď jiné. Jeden podnikatel se o MAS dozvěděl na základě poskytnutých informací od předsedy MAS v Malenicích

a druhý podnikatel na základě jiných získaných materiálů, bohužel neupřesnil jakých. Poslední 3 odpovědi byly zastoupeny stejnoměrně. Jeden z podnikatelů se o MAS dozvěděl z tisku, druhý díky místnímu zpravodaji a poslední na základě vývěsky místního úřadu.

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

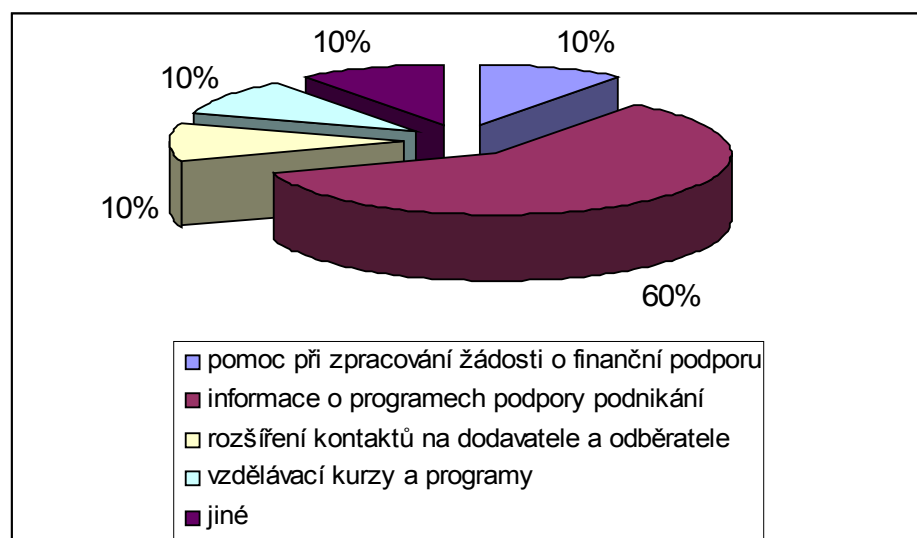
Na tuto otázku mohli podnikatelé odpovědět výlučně ano nebo ne.

Na tuto otázku odpověděli kladně pouze 2 podnikatelé, kteří vstoupili do MAS shodně 7. 9. 2007. Zbýlých 5 podnikatelů nevědělo, že MAS na území ČR působí.

4. Z jakého důvodu jste vstoupili do MAS?

Další otázkou jsem zkoumala, co vedlo místní podnikatele, aby vstoupili do občanského sdružení CHANCE IN NATURE - LAG.

Graf č. 2 - Grafické vyhodnocení otázky č. 4 - Z jakého důvodu jste vstoupili do MAS?



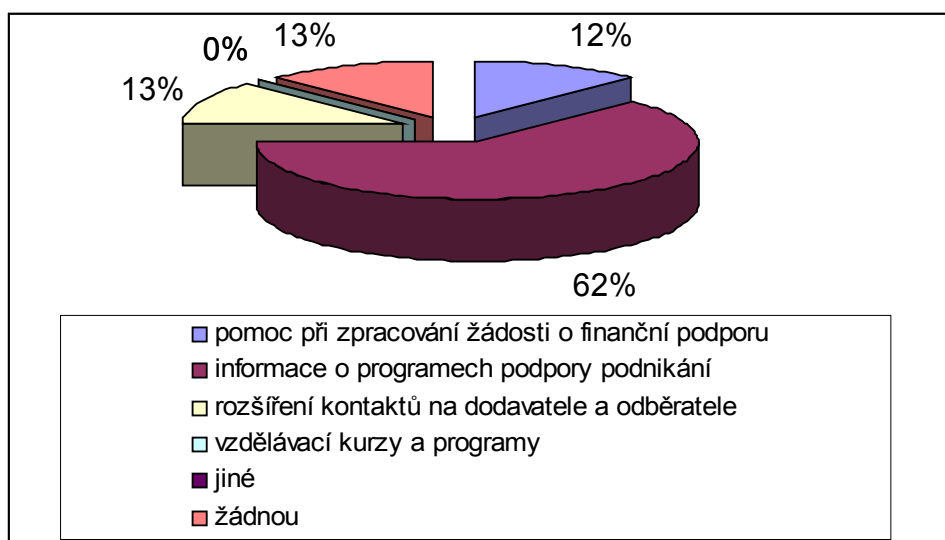
Podnikatelům bylo nabídnuto celkem 5 možných odpovědí, 4 byly předem definované a 1 umožňovala podnikatelům zadat jiný důvod, který vedl k jejich vstupu do MAS. V rámci této otázky bylo možno zaškrtnout více odpovědí najednou. Jeden z oslovených podnikatelů této možnosti využil.

Podnikatelé nejčastěji odpovídali, že do MAS vstoupili z důvodu získání informací o programech podpory podnikání. Celkem tak odpovědělo 6 podnikatelů. Kromě nabídnutých odpovědí, mohli podnikatelé uvést i jiný důvod vstupu. Takto odpověděl pouze jeden z dotázaných, který do MAS vstoupil z důvodu podílet se na organizování semináře s možností prezentace své činnosti.

5. Jakou konkrétní podporu jste ve svém podnikání obdrželi?

Pomocí otázky číslo 5 jsem se chtěla dozvědět, zda členové MAS již získali nějakou podporu a pokud ano, tak jakou.

Graf č. 3 - Grafické vyhodnocení otázky č. 5 - Jakou konkrétní podporu jste ve svém podnikání obdrželi?



Podnikatelům bylo nabídnuto celkem 6 možností odpovědí, 5 bylo předem daných a 1 umožňovala podnikatelům zaškrtnout možnost získání jiné podpory. V rámci této otázky bylo možno zaškrtnout více odpovědí najednou. Jeden z oslovených podnikatelů této možnosti využil.

Nejčastější podpora, kterou podnikatelé doposud získali, je získání informací o programech podpory podnikání. Stejná odpověď byla nejčastějším důvodem vstupu do MAS. Jeden z podnikatelů obdržel pomoc při zpracování žádosti o finanční podporu,

další získal podporu formou rozšíření kontaktů na dodavatele a odběratele a jeden z dotázaných zatím žádnou podporu neobdržel.

6. Naplnilo členství v MAS vaše očekávání?

Účel otázky číslo 6 je zřejmý. Jejím cílem bylo zjistit, zda vstupem do MAS získali podnikatelé to, co očekávali, případně to co chtěli.

Na tuto otázku mohli podnikatelé odpovědět pouze ano nebo ne. Pokud odpověděli ne, byli vyzváni, aby napsali proč.

Pět podnikatelů odpovědělo, že členství v MAS naplnilo jejich očekávání. Dva odpověděli, že nikoli. Bohužel blíže neurčili důvod jejich nespokojenosti.

7. Zastáváte v MAS nějakou konkrétní funkci?

Na otázku číslo 7 podnikatelé mohli odpovědět ano nebo ne. Pokud odpověděli ano, byli vyzváni k uvedení dané funkce.

Ze 7 získaných dotazníků odpověděli 2 místní producenti, že v MAS zastávají nějakou funkci. Oba dva jsou členy výběrové komise. Zbýlých 5 podnikatelů žádnou funkci v MAS nezastává.

6.2 Dotazníkové šetření - nečlenové

Dotazníkové šetření probíhalo od 15. 2. 2009 do 15. 3. 2009. Druhou část dotazníkového šetření jsem absolvovala již samostatně.

Celkem bylo pomocí pošty, e-mailu a osobního dotazování osloveno 223 podnikatelů. Návratnost byla 17,94 %, celkem jsem získala 40 dotazníků.

Technika dotazování

Největší část podnikatelů jsem oslovila pomocí e-mailových adres, které jsem získala z internetu. Tento způsob jsem zvolila z důvodu jeho nulové nákladnosti a časové nenáročnosti. Nevýhodou však zůstává fakt, že ne každý podnikatel má své webové stránky, kde by měl uveden i kontakt, a mnozí podnikatelé ani nejsou vedeni v různých internetových databázích či vyhledávačích. Nicméně jsem tímto postupem

získala odpovědi od zástupců těch podnikatelů, kteří pracují s internetem a využívají ho pro svou propagaci. Celkem jsem takto oslovila 179 podnikatelů a obdržela jsem 9 odpovědí. Návratnost tedy činila 5,03 %.

Doplňkem k e-mailovému dotazování bylo dotazování pomocí České pošty. Vzhledem k finanční náročnosti této formy dotazování, jsem písemně oslovila pouze podnikatele, kteří byli v internetové databázi, ale jako kontaktní adresu měli uvedenu pouze adresu poštovní. Pro zvýšení návratnosti jsem k dotazníku přidala ještě ofrankovanou obálku se zpáteční adresou. Takto jsem oslovila 12 podnikatelů a celkem jsem získala 8 odpovědí. Návratnost činila 66,67 %.

Jako třetí formu dotazování jsem zvolila dotazování osobní. Tímto způsobem jsem oslovila 32 podnikatelů. Celkem jsem získala 23 odpovědí. Velkou výhodou této formy dotazování je, že tazatel může blíže přiblížit problematiku a případně blíže vysvětlit nějaké pojmy. Návratnost této formy dotazování byla velmi vysoká, 71,88 %. Bylo to především z důvodů bližšího vysvětlení problematiky a faktem, že jsem si osobní dotazování nechala záměrně až na konec výzkumu. Tudíž jsem mohla oslovit pouze tolik respondentů, kolik mi chybělo vyplněných dotazníků.

Výběr respondentů a rozsah výběru

Výběr respondentů byl v této části šetření velmi problematický. Vzhledem k nedostatku času jsem nemohla oslovit každého podnikatele na území MAS, dokonce jsem ani neměla k dispozici plný výpis těchto podnikatelů. Proto jsem zvolila výběr nahodilý. Nahodilý výběr, tzv. pohodlnostní výběr – využití jednoduše dosažitelných lidí.⁽²¹⁾ Při využití takového výběru nemá každý podnikatel stejnou pravděpodobnost, že bude osloven.

Písemné dotazování bylo ovlivněno především tím, zda podnikatel má webovou stránku, kde jsem mohla získat kontaktní e-mailovou adresu, případně kontaktní poštovní adresu.

Osobní dotazování bylo ovlivněno tím, zda byl ve firmě či prodejně přítomen majitel, zda měli zaměstnanci pravomoc nebo dostatečné znalosti o firmě pro vyplnění dotazníku, zda byla prodejna či kancelář otevřena a dalšími okolnostmi.

Struktura dotazníku

Dotazník byl vypracován za pomoci vedoucího mé práce, pana Ing. Kamila Píchy Ph.D., a následně byl konzultován se zástupcem MAS. Po schválení zástupcem byl dotazník rozšířen mezi podnikatele. Dotazník byl vypracován v MS Word a byl rozeslán pomocí e-mailových nebo poštovních adres, a dále byl rozšířen osobním dotazováním.

Pro práci jsme zvolili dotazník kratší, z důvodu větší návratnosti, který čítal celkem 9 otázek + informace o podnikatelském subjektu. V dotazníku byly použity otázky uzavřené i otevřené, kde měl respondent možnost vyjádřit blíže svůj názor či postoj.

Dotazník určený místním producentům měl potvrdit, případně vyvrátit, hypotézy číslo 3 a 4.

V pracovní hypotéze č. 3 předpokládám, že místní producenti, kteří nejsou členy MAS, neví o existenci MAS.

Pracovní hypotéza č. 4 předpokládá, že místní producenti, kteří nejsou členy MAS, nemají zájem o spolupráci s MAS, protože neznají její činnost.

Výsledky dotazníkového šetření

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

Otázkou číslo 1 jsem zjišťovala, zda podnikatelé už s nějakým jiným subjektem spolupracují. Všeobecně je známo, že se podnikatelé bojí navazovat vztahy s jinými podnikateli, mají strach z kooperací. Bojí se například ztráty samostatnosti, prozrazení obchodního tajemství či know-how a další.

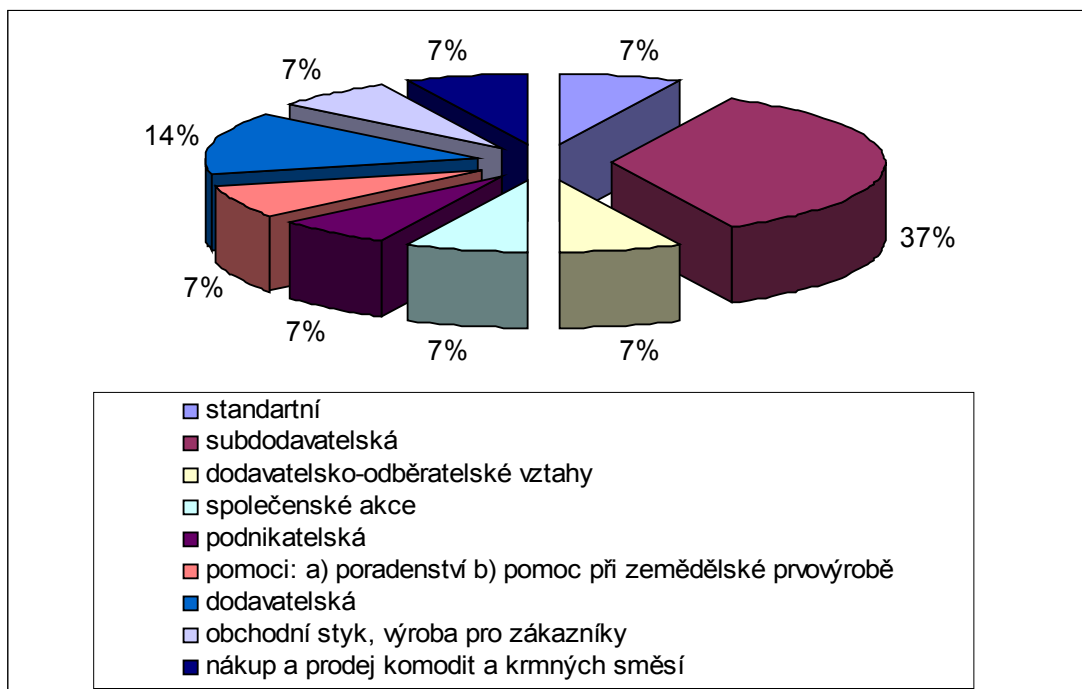
Na tuto otázku mohli podnikatelé odpovědět pouze ano či ne.

62% dotázaných odpovědělo, že s nikým nespolupracují. Zbývajících 38% podnikatelů spolupracují s jinými subjekty. Tímto se potvrdilo, že se podnikatelé bojí spolupráce.

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

Na otázku číslo 2 odpovídali pouze podnikatelé, kteří odpověděli kladně na otázku číslo 1. Odpovídalo tedy oněch 38% podnikatelů, kteří spolupracují s jinými subjekty.

Graf č. 4 - Grafické vyhodnocení otázky č. 2 - Jakou formu má tato spolupráce?



Na otázku číslo 2 odpovídali podnikatelé vlastními slovy. Jednalo se o otázku otevřenou.

Nejčastější formou spolupráce je spolupráce subdodavatelská (37%), následována spoluprací dodavatelskou (14%).

Dodavatel (dle zákona o veřejných zakázkách) je právnická nebo fyzická osoba, která:

- poskytuje služby,
- dodává zboží,
- provádí stavební práce. (22)

Subdodavatel je podnik (organizace) dodávající jinému subjektu (podniku) dílčí dodávky pro jejich kompletnost, tedy dodavatel dodávající dodavateli. (23)

3. Měli byste zájem o takovou spolupráci?

Na otázku číslo 3 odpovídali pouze podnikatelé, kteří odpověděli záporně na otázku číslo 1. Odpovídalo tedy oněch 62% podnikatelů, kteří nespolupracují s jinými subjekty.

Na danou otázku mohli podnikatelé odpovídat jenom ano či ne. Pokud odpověděli kladně, byli vyznáni k upřesnění, o jakou formu spolupráce by měli konkrétně zájem. Pokud odpověděli ne, byli vyznáni, aby napsali proč.

Ano odpovědělo pouze 24% dotázaných. Konkrétně odpověděli pouze tři respondenti, a to takto:

- 1x pro rozšíření působnosti,
- 1x pro zajišťování stavebních zakázek,
- 1x pro dodavatelskou formu spolupráce.

Ne odpovědělo zbývajících 76% dotázaných. Odpověď upřesnili pouze čtyři respondenti:

- specifický druh výrobků s dlouholetou tradicí a praxí. Naše firma se touto výrobou zabývá již 22 let a spolupráce s jinou firmou není třeba,
- spolupráce s MAS zatím vždy vedla k naší škodě,
- ceníme si své samostatnosti a suverenity,
- spolupráce pro nás nemá žádný přínos.

Opět se potvrdil všeobecný fakt, že se podnikatelé bojí spolupráce s jinými podnikatelskými subjekty.

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

Čtvrtá otázka se již zaměřuje na místní akční skupiny. Zajímala jsme se o to, zda podnikatelé vědí o existenci a činnosti MAS.

Na otázku číslo 4 již odpovídali všichni respondenti. I na tuto otázku mohli podnikatelé odpovědět pouze ano nebo ne.

Z výzkumu vyplývá, že o existenci MAS ví pouze menšina dotázaných. Celkem odpovědělo ano jen 13% podnikatelů. Zbylých 87% o existenci MAS neví.

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

Otázka číslo 5 je velmi podobná otázce předchozí. Jediným rozdílem bylo, že jsem se nyní ptala na to, zda podnikatelé vědí o existenci MAS, která působí v místě jejich podnikání.

Na tuto otázku odpovídali všichni respondenti, a mohli odpovídat pouze ano nebo ne. Pokud zaškrtnli ano, byli dotázáni, zda ví, jak se daná MAS jmenuje.

Kladně odpovědělo celkem 13% podnikatelů. Z těchto pěti podnikatelů čtyři znali název MAS - Chance In Nature - LAG a jeden uvedl název Air services CS, Pilot klub LAA. Byl to ten samý podnikatel, který uvedl, že spolupráce s MAS zatím vždy vedla k jeho škodě. Ne odpovědělo zbylých 87% dotázaných podnikatelů.

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

Na otázku číslo 6 odpovídali pouze ti podnikatelé, kteří odpověděli záporně v předchozí otázce. Odpovídalo tedy 87% = 35 podnikatelů.

Na tuto otázku odpovídali podnikatelé ano nebo ne.

Kladně odpovědělo 34% respondentů a záporně 66%.

7. Přemýšlíte o členství v místní akční skupině?

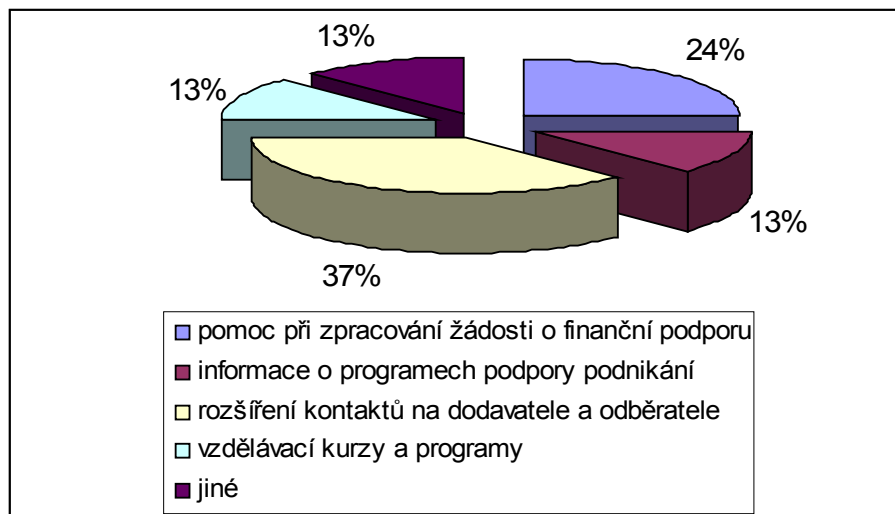
Na otázku číslo 7 odpovídali pouze opět všichni podnikatelé. I na tuto otázku mohli podnikatelé odpovídat pouze ano nebo ne.

Kladně odpovědělo 13% podnikatelů a záporně 87%.

8. Co očekáváte od případného členství?

Na tuto otázku odpovídali pouze ti podnikatelé, kteří odpověděli na otázku číslo 7 kladně. Odpovídalo tedy pouze 13% = 5 podnikatelů.

Graf č. 5 - Grafické vyhodnocení otázky č. 8 - Co očekáváte od případného členství?



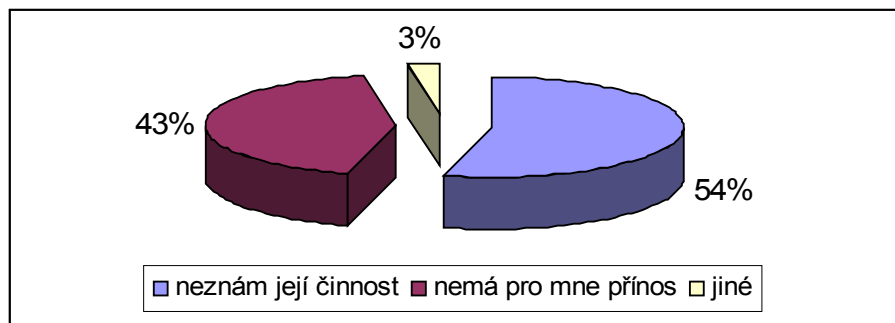
Podnikatelům bylo nabídnuto celkem 5 možností odpovědí, 4 byly zadané a jedna umožňovala podnikatelům zaškrtnout jinou možnost a tím upřesnit, co od případného členství očekávají. V rámci této otázky bylo možno zaškrtnout více odpovědí najednou. Dva z oslovených podnikatelů této možnosti využili.

Podnikatelé by nejvíce ocenili, kdyby jim vstup do MAS umožnil rozšíření kontaktů na dodavatele a odběratele. Odpovědělo tak 37% dotázaných. Druhou nejčastější odpovědí bylo, že podnikatelé by od případného členství v MAS nejvíce očekávali pomoc při zpracování žádosti o finanční podporu. Zbylé tři odpovědi byly zastoupeny každá jednou. Bohužel podnikatel který zaškrtnl odpověď jiné neupřesnil co by od členství v MAS očekával.

9. Proč nemáte zájem o členství v MAS?

Na otázku číslo 9 odpovídali ti podnikatelé, kteří odpověděli že nepřemýšlí o členství v MAS. Tedy ti, kteří na otázku č. 7 odpověděli záporně. Odpovídalo 87% respondentů.

Graf č. 6 - Grafické vyhodnocení otázky č. 9 - Proč nemáte zájem o členství v MAS?



Podnikatelé měli nabídnut výběr z 3 možností, z nichž jim ta poslední umožňovala napsat jiný důvod, než který jim byl nabídnut. Na tuto otázku mohli podnikatelé odpovídat více možnostmi. Této nabídky nikdo nevyužil.

Nejčastějším důvodem proč podnikatelé nemají zájem o členství v MAS je neznalost jeho činnosti. Důvod, že členství v MAS nemá pro podnikatele přínos volilo 43% respondentů. Pouze jeden podnikatel zvolil možnost jiné, kde uvedl, že nemá zájem o členství v MAS, protože ji nezná a neví, zda by pro něj měla nějaký přínos.

Informace o podnikatelském subjektu:

Závěr dotazníku tvořily otázky týkající se podnikatelského subjektu. Podnikatelé měli uvést název, sídlo, předmět podnikání, formu podnikání a počet zaměstnanců.

Dotazníkem jsem oslovila všechny skupiny firem. Odpověď jsem získala jenom od malých a středních podnikatelů. Počet zaměstnanců v těchto podnicích se pohyboval od 0 do 35 zaměstnanců.

Předmětem činnosti většiny podniků byla obchodní činnost. Několik oslovených podnikatelů podniká v oblasti poskytování služeb a nejmenší zastoupení mají podniky výrobní.

Zajímavým zjištěním je fakt, že pokud již podnikatelé spolupracují s jinými subjekty nebo podnikateli při naplňování své podnikatelské činnosti, nemají zájem o členství v MAS.

Dalším zajímavým zjištěním bylo, že 4 z 5 podnikatelů, kteří vědí o existenci MAS, nemají zájem stát se členy tohoto sdružení. Shodně uvádějí, že činnost MAS by pro ně neměla přínos.

7 Závěr

Bakalářská práce na téma „Formy regionální kooperace z pohledu podpory produkce“ je zaměřena na místní akční skupinu Občanské sdružení „CHANCE IN NATURE – LOCAL ACTION GROUP“, která se nachází v jižních Čechách. Jejím cílem je analýza vybrané formy regionální kooperace a vymezení jejího potenciálu v oblasti podpory místní produkce. Na základě informací, které jsem získala díky dvěma absolvovaným strukturovaným rozhovorům se slečnou Dolanskou, administrativní pracovnící a panem Ing. Poláškem, manažerem MAS, mohu konstatovat, že MAS je velmi dobře se rozvíjející a perspektivní občanské sdružení, které má budoucnost. Přestože činnost tohoto sdružení je zaměřena především na zkvalitnění života občanů, v podpoře místních podnikatelů pracuje velmi aktivně a hlavně úspěšně. Během svého působení MAS podpořila již tři podnikatelské subjekty a to částkou 4 039 000,- Kč.

V bakalářské práci jsem si stanovila hlavní pracovní hypotézu, ve které předpokládám, že Místní akční skupina Chance In Nature Local Action Group podporuje místní produkci. Pro rozhodnutí, zda tuto hypotézu můžu potvrdit nebo vyvrátit mi opět posloužily oba strukturované rozhovory, na základě kterých jsem získala potřebné množství kvalitních informací. MAS má celkem 30 členů, z toho deset členů jsou podnikatelé. Tímto zjištěním jsem splnila dílčí cíl, zjistit kolik místních producentů s MAS spolupracuje. Je jich celkem 10. Tito podnikatelé již získali různé formy podpory. Podporu informační, finanční, poskytnutí kontaktů na další podnikatele, se kterými by byla možná spolupráce a další. Vzhledem k zjištěným okolnostem mohu hlavní pracovní hypotézu potvrdit.

Odpověď na výzkumnou otázku, zda existuje vztah mezi činností MAS a rozvojem regionu, mi daly opět dva strukturované rozhovory. Od roku 2004, kdy MAS na svém území působí, výrazně klesla nezaměstnanost v regionu, mírně stoupl počet obyvatel. Co se týče rozvoje regionu, tak je momentálně v realizační fázi projekt „LAG Chance In Nature – CESTY EVROPY – marketing CR“, který má za cíl přilákat do jižních Čech turisty a tím rozšířit podnikatelské příležitosti a možnosti zaměstnání. V oblasti zvýšení konkurenceschopnosti místních producentů bylo zrealizováno celkem

28 projektů na bázi partnerství. Díky těmto projektům vzrůstá spolupráce místních producentů se zahraničními podniky. Další oblastí, kde je patrná činnost MAS, je rozšíření internetu v členských obcích, opravy místních komunikací a další.

Abych mohla potvrdit či vyvrátit další pracovní hypotézy, uskutečnila jsem dvojí dotazníkové šetření. První dotazníkové šetření bylo zaměřeno na podnikatele, kteří jsou členy MAS. Toto šetření mělo vyvrátit či potvrdit pracovní hypotézy číslo 1 a 2, ve kterých předpokládám, že místní producenti, kteří jsou členy MAS, jsou spokojeni s podporou, kterou jim poskytuje místní akční skupina a že vstup místních producentů do MAS naplnil jejich očekávání.

V rámci prvního dotazníkového šetření jsem rozeslala celkem 10 dotazníků, zpět se mi vrátilo celkem 7 vyplněných dotazníků. Na základě vyhodnocení odpovědí na předložené otázky mohu konstatovat potvrzení pracovních hypotéz 1 a 2.

Druhé dotazníkové šetření bylo naopak zaměřeno na místní producenty, kteří členy MAS nejsou. Vyplněné dotazníky měly potvrdit nebo vyvrátit hypotézy číslo 3 a 4, ve kterých předpokládám, že místní producenti, kteří nejsou členy MAS, neví o existenci MAS a že místní producenti, kteří nejsou členy MAS, nemají zájem o spolupráci s MAS, protože neznají její činnost. I zde výsledky dotazníkového šetření potvrzují obě pracovní hypotézy.

V souladu s tématem mé práce, výsledky dotazníkových šetření a závěrů mohu představitelům MAS doporučit, aby více prezentovali svou činnost, více komunikovali s místními podnikateli a aby jim ukázali, že členství je dostupné pro každého zájemce z jejich řad a že spolupráce s MAS není aktivita, které by se měli obávat.

V rámci dotazníkového šetření mezi podnikateli – nečleny, jsem se často setkávala s jevem, že mnozí místní podnikatelé o činnosti místní akční skupiny neslyšeli, neznají náplň a zaměření její činnosti nebo možnosti podpory, které svým členům MAS nabízí. Mnozí nikdy pojem MAS ani neslyšeli.

Po vysvětlení účelu dotazníkového šetření a stručném seznámení s činností a programem MAS oponovali odpovědí, že by jim spolupráce stejně k ničemu nebyla, protože výhody jsou jen pro „vyvolené“ a dalšími negativními argumenty.

Potvrdilo se všeobecné povědomí o tom, že spolupráce je pro malé podnikatele oblast, které se zatím převážně obávají a následně i vyhýbají.

Na základě tohoto zjištění doporučuji Místní akční skupině Chance In Nature Local Action Group, aby ještě více úsilí věnovala propagaci své činnosti především mezi místními drobnými podnikateli. V návaznosti na výsledky druhého dotazníkového šetření se jeví jako vhodné místním producentům ukázat, že kooperace není nic špatného, že spolupráce může být i v podnikání velmi prospěšná a že členství nebo spolupráce s MAS může být pro podnikatele velkým přínosem.

Ráda bych se v této části zmínila ještě o webových stránkách MAS. Na stávajících webových stránkách je uvedeno velké množství informací o aktuálních, probíhajících projektech, jsou tam uváděny jednotlivé výzvy a kontakty na statutární orgány sdružení a další užitečné informace. Chybí tam ale základní informace, které by srozumitelnou formou seznamovali návštěvníky stránek s posláním místní akční skupiny, stanovenými cíli činnosti, formami a metodami práce.

Na webových stránkách v dnešní podobě se podnikatel toto nedoví. V případě, že některý podnikatel bude mít zájem se o MAS něco dozvědět, bude tedy muset kontaktovat některého ze zaměstnanců sdružení, z členů rady nebo statutárního zástupce sdružení a to by mohlo být odrazující. Podnikatel se tím, že bude muset kontaktovat MAS osobně, může vůči občanskému sdružení cítit zavázán nějakou povinností další spolupráce. A to ho může výrazně odradit byť jen od získávání informací.

Z těchto důvodů bych ráda doporučila představitelům MAS, aby na zmíněných webových stránkách byly zveřejněny základní informace o sdružení, o cílech jeho činnosti, aby zde bylo podnikatelům vysvětleno, co všechno mohou vstupem do MAS získat, co případně ztratit a tím usnadnit podnikatelům rozhodování o vstupu do občanského sdružení.

8 Summary

The name of this thesis "Forms of Regional Co-operation in the Light of the Promotion of Production" is to analyze forms of regional cooperation and to define its potential for promoting local production. I have chosen the local action group fully named Civic Association "CHANCE IN NATURE – Local Action Group" for my thesis. This action group is located in southern Bohemia.

To achieve the main goals I have made two structured interviews with Miss Dolanská, secretary and Mr. Ing. Polášek, manager. On the basis of the information I noted that MAS is very promising and growing civic association that has a good future in the field of production. To achieve incremental goals: to determine how many local producers cooperate with MAS, I have used two interviews as well. MAS works with a total of 10 entrepreneurs.

I have used the two interviews again to confirm or refuse the main thesis hypotheses: that the Local Action Group Chance In Nature Local Action Group supports local production again we were both interviews. On the basis of the information I can confirm this hypothesis.

For confirmation or refutation of the secondary hypotheses, I conducted a double questionnaire survey. The first was focused on entrepreneurs who are members of MAS and on confirmation or refutation hypotheses number 1 and 2, which assume that the local producers who are members of MAS are satisfied with the support granted to them by the local action group and the entry of local producers MAS to fulfil their expectations. According to seven questionnaires, which we have received back from total ten sent, we can confirm the thesis hypotheses 1 and 2. The second questionnaire survey was by contrast, focused on local producers who are not members of MAS. Completed questionnaires should help to confirm or refute hypotheses number 3 and 4, which assume that the local producers who are not members of the LAG do not know about existence of MAS and the local producers who are not members of the LAG are not interested in cooperation with MAS, because they do know nothing about its activities. I can confirm the thesis hypotheses even here.

9 Seznam literatury

- (1) GAVLASOVÁ, I. a kolektiv. *Spolupráce obcí jako faktor rozvoje*. Brno: Georgetown, 2007. 138 s. ISBN 80-251-20-9
- (2) ŠKRABAL, I. et al. *Metodika zavádění managementu rozvoje mikroregionů*. Přerov: Centrum pro komunitní práci, 2006. 182 s. ISBN 80-86902-39-0.
- (3) Program rozvoje venkova České Republiky na období 2007 – 2013, Ministerstvo zemědělství ČR, Praha, 2007.
- (4) ČEPELKA, O. *Místní partnerství a rozvoj venkova: (příprava na iniciativu Leader)*. Liberec: Omega, 2004. 105 s. ISBN 80-902376-5-7
- (5) **CzechTrade Program Leader ČR**. © 1997-2009, [online] [cit. 8. 7. 2008] Dostupné na WWW: <http://www.businessinfo.cz/cz/rubrika/program-leader-cr/1001045/>
- (6) Pravidla programu Leader ČR. Ministerstvo zemědělství ČR, 2007.
- (7) Národní strategický plán rozvoje venkova ČR na období 2007 – 2013. Ministerstvo zemědělství ČR, 2006
- (8) Copyright Seal s.r.o. *Aktivní přehledová mapa regionů pracující metodou Leader*. © 2009, [online] [cit. 8. 7. 2008] Dostupné na WWW: <http://www.leaderplus.cz/cz/plus/mapa.asp>
- (9) Publikační a redakční systém Public4u *Program Leader a místní akční skupiny*, 2000-2009, [online] [cit. 9. 7. 2008] Dostupné na WWW: <http://www.prvo.cz/redakce/index.php?xuser=&lanG=cs&slozka=7789&clanek=9132>
- (10) Publikační a redakční systém Public4u *Místní produkce*. © 2000-2009, [online] [cit. 9. 7. 2008] Dostupné na WWW: <http://www.prvo.cz/redakce/index.php?clanek=9169&xuser=&lanG=cs&slozka=7788>
- (11) HAVEL, P. *Nejdůležitější je podpora produkce*. Časopis Profit, 2007, roč. 18, č. 31.
- (12) KOZEL, R. a kolektiv. *Moderní marketingový výzkum*. Praha: Grada, 2006. 277 s. ISBN 80-247-0966-X

- (13) BUNEŠOVÁ, M., VANĚČEK, D. *Technika zpracování bakalářských a diplomových prací*. České Budějovice: EF JU, 2008, 28 s.
- (14) Wikipedie, otevřená encyklopedie, *Analýza*, [online] [cit. 12. 8. 2008] Dostupné na WWW: <http://cs.wikipedia.org/wiki/Anal%C3%BDza>
- (15) Wikipedie, otevřená encyklopedie, *Statistika*, [online] [cit. 12. 8. 2008] Dostupné na WWW: <http://cs.wikipedia.org/wiki/Statistika>
- (16) DISMAN, M. *Jak se vyrábí sociologická znalost*. Praha: Karolinum, 2005. 374 s. ISBN 80-246-0139-7
- (17) Wikipedie, otevřená encyklopedie. *Metody sociologie*, [online] [cit. 10. 7. 2008] Dostupné na WWW: http://cs.wikipedia.org/wiki/Sociologie#Metody_sociologie
- (18) SURYNEK, A., KOMÁRKOVÁ, R., KAŠPAROVÁ, E. *Základy sociologického výzkumu*. Praha: Management Press, 2001. 160 s. ISBN 80-7261-038-4
- (19) KOTLER, P. *Marketing od A do Z*. Přeložila Škapová Hana. Praha: Management Press, 2003. 203 s. ISBN 80-7261-082-1
- (20) HESKOVÁ, M. a kolektiv. *Marketing*. České Budějovice: ZF JCU, 2003. 189 s. ISBN 80-7040-620-8
- (21) VOJTKO, V. *Marketingový výzkum v kognitivních mapách*. Praha: Profess Consulting, 2008. 95 s. ISBN 978-80-7259-606-5
- (22) HAVIT, s.r.o. *Slovník pojmů - dodavatel (dle zákona o veřejných zakázkách)*. © 1998 – 2009, [online] [cit. 13. 3. 2009] Dostupné na WWW: <http://business.center.cz/business/pojmy/pojem.aspx?PojemID=2164>
- (23) Slovník cizích slov. *Subdodavatel*. [online] [cit. 13. 3. 2009] Dostupné na WWW: <http://slovník-cizich-slov.uzdroje.com/?s=subdodavatel>
- (24) Copyright Seal s.r.o, *Socioekonomické ukazatele*. © 2009, [online] [cit. 25. 3. 2009] Dostupné na WWW: <http://www.leaderplus.cz/cz/plus/detail.asp?kodsdu=518>

10 Seznam použitých zkratk

aj.	a jiné
apod.	a podobně
atd.	a tak dále
ČR	Česká republika
EAGGF	European Agricultural Guidance and Guarantee Fund
EAFRD	European Agricultural Fund for Rural Development
EU	Evropská unie
ICT	Information and Communication Technologies
INTERREG	Interregional Cooperation in the European Union
LAG	Local Action Groups
LEADER	Liaison Entre Actions de Développement de l'Economie Rurale
max.	maximálně
min.	minimálně
např.	například
MAS	Místní akční skupina
NSPRV	Národní strategický plán rozvoje venkova
OP	Operační program
ORP	obce s rozšířenou působností
SAPARD	Special Accession Programme for Agriculture and Rural Development
SPL	Strategický plán LEADER
SWOT	Strengths Weaknesses Opportunities Threats
tzn.	to znamená
tzv.	tak zvaně
VŠ	Vysoká škola
V-P-N	Veřejnost-Podnikatelé-Neziskové organizace

11 Seznam obrázků, tabulek a grafů

Obrázek 1 – Procentuální vyjádření podílu jednotlivých forem MAS	str. 7
Obrázek 2 – Schéma základního principu MAS	str. 8
Obrázek 3 – Řízení MAS	str. 9
Obrázek 4 – Aktivní přehledová mapa regionů pracujících metodou LEADER	str. 12
Obrázek 5 – Znak spolupráce	str. 16
Obrázek 6 – Procentuální vyjádření podílu jednotlivých sektorů na realizovaných projektech	str. 32
Tabulka 1 – Počet realizovaných projektů v rámci záměru „Inovace a ekologické principy – cesta ke kvalitnímu životu“	str. 32
Tabulka 2 - Socioekonomické ukazatele	příloha 3
Graf č. 1 - Grafické vyhodnocení otázky č. 2 - Jak jste se o MAS dozvěděli?	str. 45
Graf č. 2 - Grafické vyhodnocení otázky č. 4 - Z jakého důvodu jste vstoupili do MAS?	str. 46
Graf č. 3 - Grafické vyhodnocení otázky č. 5 - Jakou konkrétní podporu jste ve svém podnikání obdrželi?	str. 47
Graf č. 4 - Grafické vyhodnocení otázky č. 2 - Jakou formu má tato spolupráce?	str. 51
Graf č. 5 - Grafické vyhodnocení otázky č. 8 - Co očekáváte od případného členství?	str. 54
Graf č. 6 - Grafické vyhodnocení otázky č. 9 - Proč nemáte zájem o členství v MAS?	str. 55

12 Seznam příloh

Příloha 1 – Globální cíl NSPRV a cíle jednotlivých os

Příloha 2 – Členské obce a jejich stručná charakteristika

Příloha 3 – Geografické a demografické údaje o regionu MAS

Příloha 4 – Seznam členů/partnerů MAS

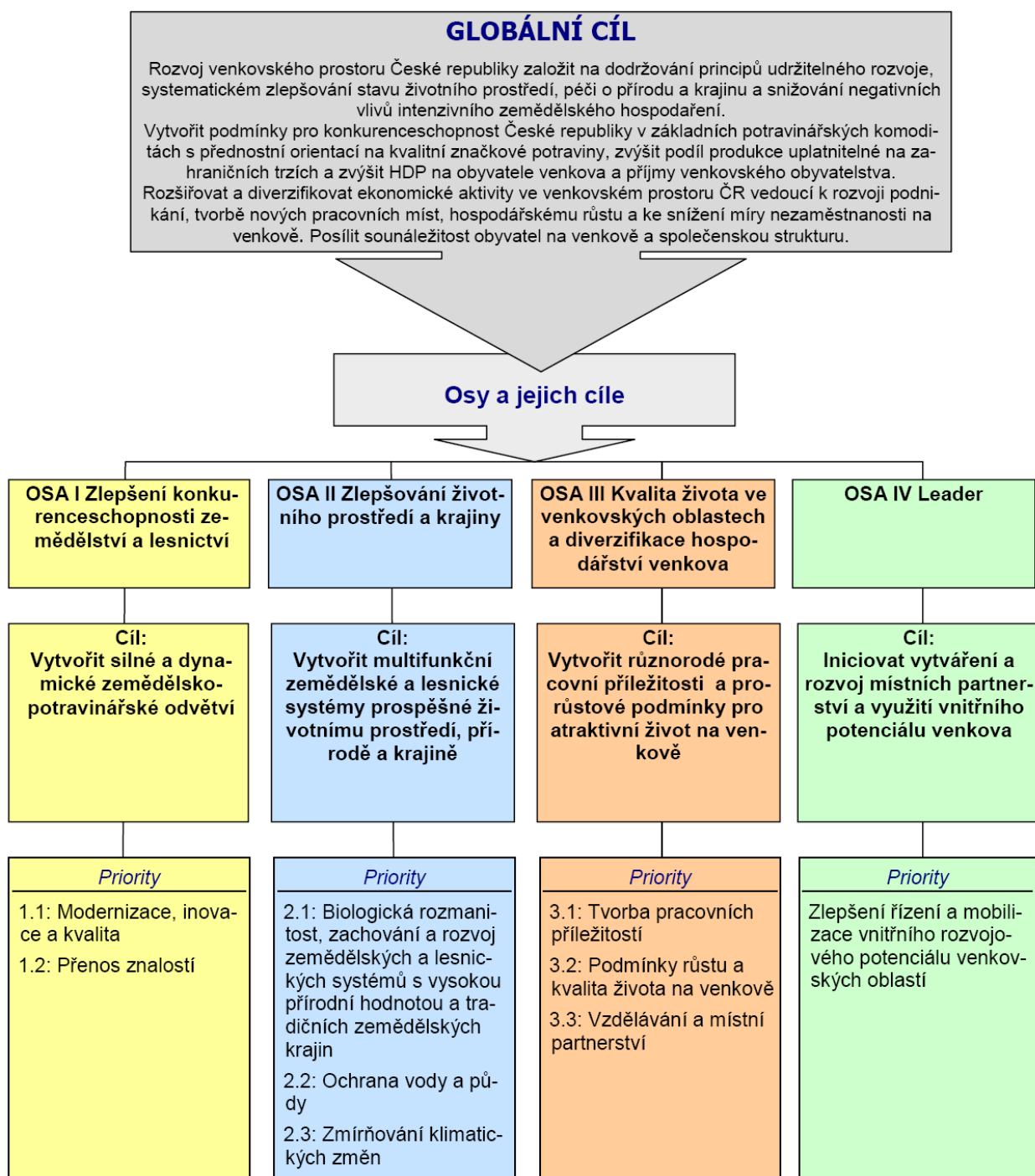
Příloha 5 – Mapa regionu MAS

Příloha 6 – Dotazník pro podnikatele – členy

Příloha 7 – Dotazník pro podnikatele – nečleny

13 Přílohy

Příloha 1 – Globální cíl NSPRV a cíle jednotlivých os



Příloha 2 – Členské obce a jejich stručná charakteristika

Bohumilice – První písemná zpráva pochází z roku 1352. Obec se nachází v nadmořské výšce 656 metrů. Na území o rozloze 342 ha žije 324 obyvatel.

Bohunice - První písemná zpráva pochází z roku 1315. Obec se nachází v nadmořské výšce 478 metrů. Na území o rozloze 257 ha žije 43 obyvatel.

Bošice - První písemná zpráva pochází z roku 1315. Obec se nachází v nadmořské výšce 588 metrů. Na území o rozloze 833 ha žije 297 obyvatel.

Budkov – První písemná zpráva pochází z roku 1356. Obec se nachází v nadmořské výšce 490 metrů. Na území o rozloze 503 ha žije 93 obyvatel.

Bušanovice - První písemná zpráva pochází z roku 1315. Obec se nachází v nadmořské výšce 540 metrů. Na území o rozloze 971 ha žije 256 obyvatel.

Čepřovice – První písemná zpráva pochází z roku 1315. Obec se nachází v nadmořské výšce 529 metrů. Na území o rozloze 1 021 ha žije 191 obyvatel.

Čkyně – První písemná zpráva pochází z roku 1243. Obec se nachází v nadmořské výšce 523 metrů. Na území o rozloze 2 068 ha žije 1 504 obyvatel. V obci lze navštívit gotický kostel sv. Marie Magdalény, židovský hřbitov s původními cennými náhrobky nebo zámek z 19. století.

Drslavice – První písemná zpráva pochází z roku 1384. Obec se nachází v nadmořské výšce 665 metrů. Na území o rozloze 475 ha žije 77 obyvatel.

Dub - První písemná zpráva pochází z roku 1274. Obec se nachází v nadmořské výšce 474 metrů. Na území o rozloze 1 451 ha žije 390 obyvatel.

Dvory - První písemná zpráva pochází z roku 1404. Obec se nachází v nadmořské výšce 621 metrů. Na území o rozloze 333 ha žije 67 obyvatel.

Hoštice - První písemná zpráva pochází z roku 1274. Obec se nachází v nadmořské výšce 515 metrů. Na území o rozloze 392 ha žije 178 obyvatel.

Husinec - První písemná zpráva pochází z roku 1291. Obec se nachází v nadmořské výšce 504 metrů. Na území o rozloze 1 034 ha žije 1 332 obyvatel.

Chlumany - První písemná zpráva pochází z roku 1383. Obec se nachází v nadmořské výšce 528 metrů. Na území o rozloze 556 ha žije 292 obyvatel.

Chroboly - První písemná zpráva pochází z roku 1317. Obec se nachází v nadmořské výšce 758 metrů. Na území o rozloze 3 470 ha žije 470 obyvatel.

Kratušín - První písemná zpráva pochází z roku 1389. Obec se nachází v nadmořské výšce 613 metrů. Na území o rozloze 396 ha žije 52 obyvatel.

Ktiš - První písemná zpráva pochází z roku 1310. Obec se nachází v nadmořské výšce 762 metrů. Na území o rozloze 3 718 ha žije 506 obyvatel.

Lažiště - První písemná zpráva pochází z roku 1352. Obec se nachází v nadmořské výšce 663 metrů. Na území o rozloze 426 ha žije 304 obyvatel. V obci se nachází kostel sv. Mikuláše.

Lčovice - První písemná zpráva pochází z roku 1321. Obec se nachází v nadmořské výšce 566 metrů. Na území o rozloze 576 ha žije 125 obyvatel.

Lipovice - První písemná zpráva pochází z roku 1386. Obec se nachází v nadmořské výšce 568 metrů. Na území o rozloze 469 ha žije 182 obyvatel.

Litochovice - První písemná zpráva pochází z roku 1400. Obec se nachází v nadmořské výšce 458 metrů. Na území o rozloze 1 095 ha žije 273 obyvatel.

Malenice - První písemná zpráva pochází z roku 1318. Obec se nachází v nadmořské výšce 483 metrů. Na území o rozloze 986 ha žije 635 obyvatel. V obci se nachází kostelíček a pila poháněná vodní elektrárnou.

Milejovice - První písemná zpráva pochází z roku 1315. Obec se nachází v nadmořské výšce 530 metrů. Na území o rozloze 622 ha žije 50 obyvatel.

Nebahovy - První písemná zpráva pochází z roku 1317. Obec se nachází v nadmořské výšce 745 metrů. Na území o rozloze 1 627 ha žije 428 obyvatel.

Prachatice - První písemná zpráva pochází z roku 1300. Obec se nachází v nadmořské výšce 561 metrů. Na území o rozloze 3 890 ha žije 11 789 obyvatel. Město patří k nejlépe zachovalým městským komplexům v ČR. Jeho historické jádro je Městskou památkovou rezervací.

Předslavice - První písemná zpráva pochází z roku 1352. Obec se nachází v nadmořské výšce 528 metrů. Na území o rozloze 1 157 ha žije 235 obyvatel.

Radhostice - První písemná zpráva pochází z roku 1315. Obec se nachází v nadmořské výšce 770 metrů. Na území o rozloze 1 040 ha žije 175 obyvatel.

Strunkovice nad Blanicí - První písemná zpráva pochází z roku 1227. Obec se nachází v nadmořské výšce 458 metrů. Na území o rozloze 2 468 ha žije 1 230 obyvatel.

Šumavské Hoštice - První písemná zpráva pochází z roku 1352. Obec se nachází v nadmořské výšce 765 metrů. Na území o rozloze 836 ha žije 396 obyvatel. V obci se nachází barokní kostel Sv. Filipa a Jakuba z roku 1748.

Těšovice - První písemná zpráva pochází z roku 1356. Obec se nachází v nadmořské výšce 501 metrů. Na území o rozloze 837 ha žije 255 obyvatel.

Tvrzice - První písemná zpráva pochází z roku 1315. Obec se nachází v nadmořské výšce 509 metrů. Na území o rozloze 316 ha žije 108 obyvatel.

Újezdec - První písemná zpráva pochází z roku 1300. Obec se nachází v nadmořské výšce 532 metrů. Na území o rozloze 290 ha žije 49 obyvatel.

Vacov - První písemná zpráva pochází z roku 1352. Obec se nachází v nadmořské výšce 732 metrů. Na území o rozloze 3 520 ha žije 1 362 obyvatel.

Vlachovo Březí - První písemná zpráva pochází z roku 1274. Obec se nachází v nadmořské výšce 525 metrů. Na území o rozloze 1 997 ha žije 1 672 obyvatel.

Záblatí - První písemná zpráva pochází z roku 1359. Obec se nachází v nadmořské výšce 593 metrů. Na území o rozloze 2 449 ha žije 360 obyvatel.

Zábrdí - První písemná zpráva pochází z roku 1359. Obec se nachází v nadmořské výšce 642 metrů. Na území o rozloze 490 ha žije 55 obyvatel.

Zálezly - První písemná zpráva pochází z roku 1370. Obec se nachází v nadmořské výšce 565 metrů. Na území o rozloze 931 ha žije 304 obyvatel.

Žárovná - První písemná zpráva pochází z roku 1394. Obec se nachází v nadmořské výšce 725 metrů. Na území o rozloze 241 ha žije 113 obyvatel.

Žernovice - První písemná zpráva pochází z roku 1334. Obec se nachází v nadmořské výšce 651 metrů. Na území o rozloze 529 ha žije 235 obyvatel.

Příloha 3 – Geografické a demografické údaje o regionu MAS

Poloha

Sdružený region Prachaticka, Vlachovobřezska, Čkyňska a části Strakonicka zastřešený MAS se nachází v západní části jižních Čech. Od západu k východu kopíruje masiv Šumavy a je propleten řekami povodí Vltavy. Směrem k severu přechází Šumava v členité Šumavské podhůří – Vimperskou vrchovinu, Prachatickou hornatinu a Bavorskou vrchovinu. V severní části se šumavské pohoří sklání k typické jihočeské krajině v okolí Vlachova Březí s rybníky a vesničkami se stylovým selským barokem stavitele Jakuba Bursy.

Přírodní podmínky

Krajina regionu MAS je tradičně zemědělská, malé a střední firmy podnikají především ve zpracovatelském a lehkém průmyslu, prvovýrobě, potravinářství a službách. Území je historicky, ekonomicky a kulturně jednotné, obce i firmy dlouhodobě spolupracují, mezinárodní kooperace funguje především s obcemi z Bavorska.

Region MAS je regionem s převažující vesnickou strukturou osídlení. Lesní pozemky zauímají spolu se zemědělskou půdou největší plochy. Také díky převažující zemědělské výrobě byla místní krajina uchráněna výraznějšího znečišťování životního prostředí. Součástí území MAS jsou i přírodní rezervace a přírodní památky, například Háje, Irův dvůr, Libín, Mařský vrch, Žižkova skalka.

Povodí

Většina území MAS spadá do povodí Labe a tedy k úmoří Severního moře (dílčí povodí Vltavy), střední a severní části regionu patří do dílčího povodí Otavy, která se svými přítoky odvodňuje Strakonicko. Severozápadní části odvodňuje Volyňka s přítoky tekoucí k severovýchodu na Strakonicko.

Významným prvkem v regionu je Husinecká přehrada. Výstavba této údolní přehrady na řece Blanici mezi Husincem a Prachaticemi byla zahájena v roce 1934 s účelem ochránit Husinec a další obce před povodněmi.

Přehrada byla dokončena v roce 1939 a k jejímu základnímu využití přibyla postupně i další. Nádrž vzniklá před hrází se stala rezervoárem, který zásobuje okresní město Prachatice pitnou vodou. V letech 1950 - 1954 byla pod hrází postavena malá hydroelektrárna s výkonem 0,5 MW.

Životní prostředí

Na základě převažující zemědělské výroby můžeme konstatovat, že v jednotlivých obcích MAS se nenachází žádný vážný zdroj znečištění. Významným tématem je využívání obnovitelných zdrojů energií. Mezi úspěšné akce v této oblasti patří vybudování velké fotovoltaické elektrárny v Bušanovicích, zavedení automatizovaných systémů pro stabilizaci kvality pitné vody v obci Lažiště. Tématem kvality života a životního prostředí se také zabývá projekt Vlachova Břeží zaměřen na vybavení inovačního centra zdravé výživy a ekologie novými technologiemi na úpravu pitné vody.

Obyvatelstvo

Věkový průměr MAS podtrhuje celokrajské trendy. Průměrný věk obyvatelstva Jihočeského kraje byl v roce 2005 39,8 let. Nejvyšší věkový průměr měly v roce 2004 obce Kratušín (46,7) a Předslavice (44,6), které vysoce přesahují průměr krajský. Nejnižším věkovým průměrem jsou charakteristické obce Dub a Lažiště se shodným průměrem 34,8 roku a za nimi následuje Ktiš s průměrem 35 let.

Z údajů ČSÚ (dle sčítání lidu, domů a bytů k 1. 3. 2001) dále vyplývá trvalý vzestup vzdělanosti obyvatelstva. Avšak z tohoto hlediska je region MAS průměrný v rámci Jihočeského kraje. Je zde menší počet vysokoškolsky vzdělaných lidí. Celkový počet obyvatel za poslední uzavřený kalendářní rok (2007) činí dle údajů ČSÚ 26 403 obyvatel. Další socioekonomické ukazatele jsou uvedeny v tabulce 2.

Tabulka 2 - Socioekonomické ukazatele

Socioekonomické ukazatele v letech 1999 - 2007									
Ukazatel	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Nezaměstnanost k 31. 12. 2007 (v %)	7	5,4	5,7	6,2	6,1	7,2	5,8	5	4,4
Daňová vytíženost (Kč/obyv.)	5588	7631	6485	-	-	-	-	-	-
Počet obyvatel	25839	25817	26345	26250	26264	26332	26332	26415	26403
Počet obyvatel v produktivním věku	16961	17037	17363	17329	18653	18736	18832	18893	-
Výměra (ha)	44620	44620	44624	44620	44620	44621	44621	44620	44621
Hustota (obyv./km ²)	57,91	57,86	59,04	58,83	58,86	59,01	59,01	59,2	59,17

Zdroj: (24)

Příloha 4 – Seznam členů/partnerů MAS

Název MAS: CHANCE IN NATURE – LOCAL ACTION GROUP

Celkový počet členů MAS:

30

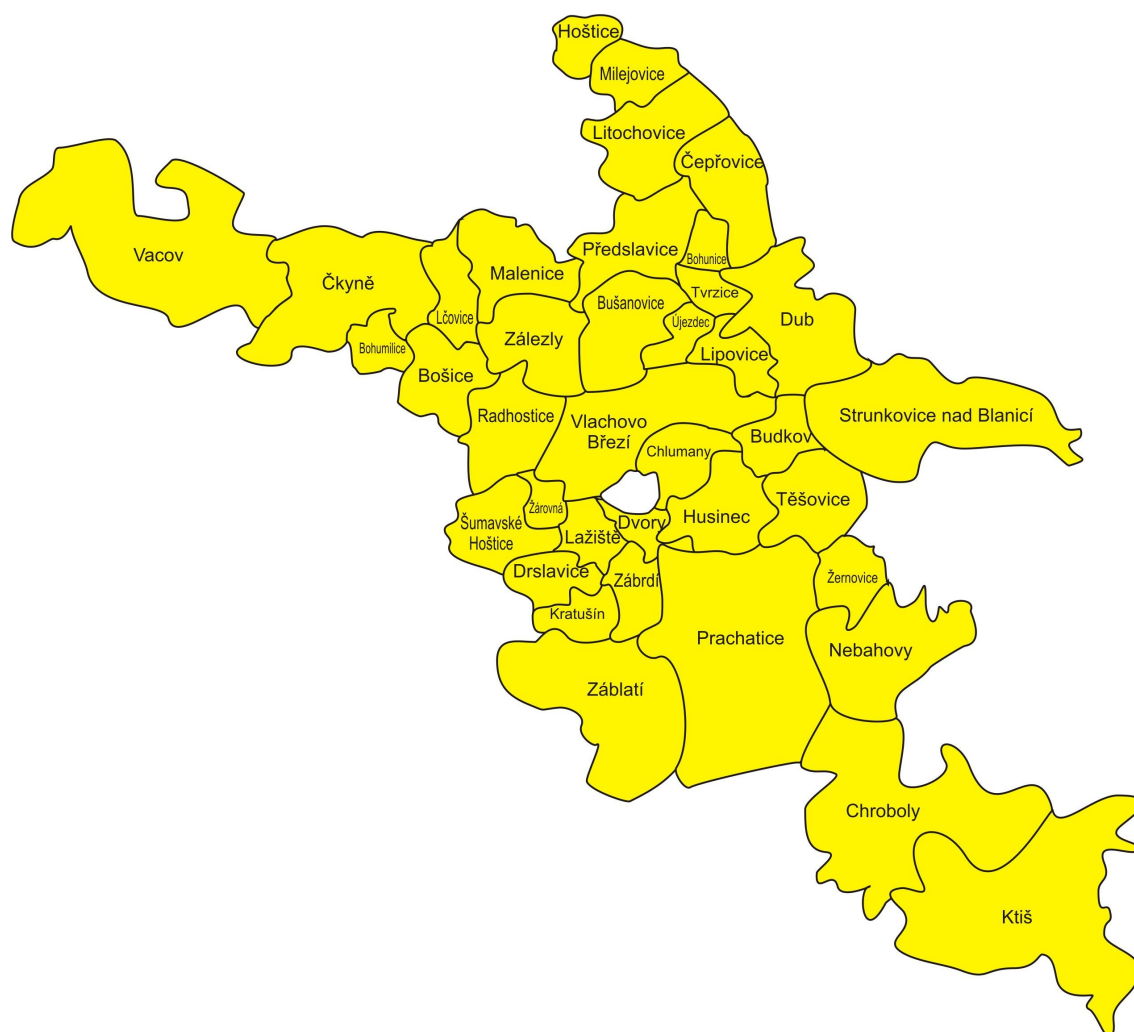
Subjekty zastupující soukromý sektor:

73 %

Název subjektu ¹⁾	FO/PO ²⁾	Sídlo/adresa trvalého bydliště ³⁾	Zástupce subjektu pro MAS	Oblast působení ⁵⁾	Postavení a funkce v MAS
1. Pekařství Vladimír Cais	FO	Sídlíště 385, 384 22 Vlachovo Březí	Vladimír Cais	ekonomická	člen
2. Zdeněk Fiedler spol. s r. o.	PO	Nerudova 472, 384 22 Vlachovo Březí	Zdeněk Fiedler	ekonomická	člen
3. Jitka Kožková	FO	Sídlíště 410, 384 22 Vlachovo Březí	Jitka Kožková	ekologická	člen
4. KVINT Vlachovo Březí, spol. s r. o.	PO	Lipovice – Konopiště 45, 384 22 Vlachovo Březí	Ing. Bohumil Sellner	ekonomická	člen
5. Josef Bláhovec	PO	Vracov - Žár 25 384 73 Stachy	Josef Bláhovec	ekonomická	člen
6. Zemědělská spol. Chlumany a. s.	PO	Chlumany 101, 384 22 Vlachovo Březí	Ing. František Vavruška	zemědělská	člen
7. Pavel Friedberger	FO	Chelčického 130, 384 21 Husinec	Pavel Friedberger	zemědělská	člen
8. Jindřich Fridrich	FO	Budkov 29, 384 22 Vlachovo Březí	Jindřich Fridrich	zemědělská	člen
9. Malířství Jan Kouba	FO	Lažiště 19, 384 32 Lažiště	Hana Koubová	ekonomická	člen
10. TJ Sokol Strunkovice nad Blanicí	FO	Bavorovská 12, 384 26 Strunkovice nad Blanicí	Ing. Karel Matějka	kulturní ekonomická sociální	člen
11. ZŠ a MŠ škola Šumavské Hoštice	FO	Šumavské Hoštice 66, 384 71 Šumavské Hoštice	Petr Fleischmann	kulturní ekonomická sociální	člen

12. OS Cassini – Husinec – Výrov 55	FO	Kostnická 243, 384 21 Husinec	Jana Klesnerová	kulturní	člen
13. SDH Zálezly	FO	Zálezly 82, 384 81 Čkyně	Josef Kouba	kulturní ekonomická sociální	člen
14. OS Cassini – Husinec – Výrov 55	FO	Třemblat 46, Ondřejov	Markéta Friedbergerová	kulturní	člen
15. Ivana Vlková	FO	Chlumany 58, 384 22 Vlachovo Březí	Ivana Vlková	kulturní ekonomická sociální	člen
16. Ženy a dívky pro změnu	FO	Lažiště 112, 384 32 Lažiště	Anna Pecková	kulturní ekonomická sociální	člen
17. Občanské sdružení Rybka	PO	Komenského 73 384 21 Husinec	Eva Dvořáková	sociální	člen
18. SDH Vlachovo Březí	PO	Pražská 32, 384 22 Vlachovo Březí	Helena Fiedlerová	kulturní	člen
19. Penzion Benešova Hora	PO	Benešova Hora 102, 384 73 Stachy	Milan Bůžek	ekonomická	člen
20. Jan Šťastný	FO	Vlkonice 101, 384 86 Vacov	Jan Šťastný	ekonomická	člen
21. DUPY DUB, o. s.	PO	Mlýn 33, 384 25 Dub	Kateřina Kulhánková - Čejková	kulturní sociální	člen
22. Občanské sdružení Hradiště ve Vlachově Březí	PO	Komenského 346, 384 22 Vlachovo Březí	Tatjana Tláskalová	kulturní	člen

Příloha 5 – Mapa regionu MAS



Příloha 6 - Dotazník pro podnikatele – členy

DOTAZNÍK pro podnikatele – členy místních akčních skupin

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

1. Kdy jste do MAS vstoupili?

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

2. Jak jste se o MAS dozvěděli?

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

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

- a) ano
- b) ne

4. Z jakého důvodu jste vstoupili do MAS?

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

5. Jakou konkrétní podporu jste ve svém podnikání obdrželi?

- a) pomoc při zpracování žádosti o finanční podporu

- b) informace o programech podpory podnikání
- c) rozšíření kontaktů na dodavatele a odběratele
- d) vzdělávací kurzy a programy
- e) jiné
- f) žádnou

6. Naplnilo členství v MAS vaše očekávání?

- a) ano
- b) ne – proč?
.....
.....
.....

7. Zastáváte v MAS nějakou konkrétní funkci?

- a) ano – jakou?
- b) ne

Informace o podnikatelském subjektu:

Název:.....

Sídlo:.....

Předmět podnikání:

.....

Forma podnikání:.....

Počet zaměstnanců:.....

Příloha 7 - Dotazník pro podnikatele – nečleny

DOTAZNÍK pro podnikatele

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

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

a) ano – pokračujte otázkou 2

b) ne – pokračujte otázkou 3

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

.....
.....

3. Měli byste zájem o takovou spolupráci?

a) ano – o jakou konkrétně?

.....
.....

b) ne – z jakého důvodu?

.....
.....

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

a) ano

b) ne

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

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

b) ne

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

a) ano

b) ne

7. Přemýšlíte o členství v místní akční skupině?

a) ano

b) ne (pokračujte otázkou 9)

8. Co očekáváte od případného členství?

a) pomoc při zpracování žádosti o finanční podporu

b) informace o programech podpory podnikání

c) rozšíření kontaktů na dodavatele a odběratele

d) vzdělávací kurzy a programy

e) jiné

9. Proč nemáte zájem o členství v MAS?

a) neznám její činnost

b) nemá pro mne přínos

c) jiné.....

Informace o podnikatelském subjektu:

Název:.....

Sídlo:.....

Předmět podnikání:

.....

.....

Forma podnikání:.....

Počet zaměstnanců:.....