

**Univerzita Hradec Králové**  
**Fakulta informatiky a managementu**  
**Katedra managementu**

**Charakteristika a marketingová strategie**  
**MAS Společná Cidlina**  
Diplomová práce

Autor: Bc. Pavel Vejvoda  
Studijní obor: Informační management

Vedoucí práce: Ing. Václav Zubr, Ph.D.

Hradec Králové

duben 2023

Prohlášení:

Prohlašuji, že jsem diplomovou práci „Charakteristika a marketingová strategie MAS Společná Cidlina“ zpracoval samostatně a s použitím uvedené literatury.

V Hradci Králové dne 27.4.2023

Pavel Vejvoda





Poděkování:

Tímto bych rád poděkoval svému vedoucímu práce Ing. Václavu Zubrovi, Ph.D., za jeho odbornou pomoc, cenné rady a poskytnuté materiály, které mi pomohly při zpracování diplomové práce.

## **Anotace**

Tato diplomová práce je zaměřena na charakteristiku a marketingovou strategii místní akční skupiny Společná Cidlina a obcí spadajících do tohoto regionu. Společná Cidlina je místní akční skupina nacházející se ve východních Čechách v okrese Hradec Králové. Cílem práce je pomocí průzkumu prostřednictvím dotazníku a analýz marketingového výzkumu najít vhodnou marketingovou strategii, a poté navrhnout způsoby, jak ji dále vylepšit.

Diplomová práce je strukturována do dvou částí: teoretické a praktické. V teoretické části se věnuje terminologii z oblasti marketingu s ohledem na potřeby obcí a zmíněné místní akční skupiny. V této části práce jsou také popsána témata, jako je financování neziskových organizací, místní akční skupina, marketingové prostředí obce, SWOT analýza a komunikační mix.

V praktické části je uvedena charakteristika místní akční skupiny a významných objektů v jejím regionu, dále pak zhodnocení marketingové strategie skupiny, jsou zmíněny některé dokončené a plánované projekty skupiny, popsán komunikační mix a vytvořena SWOT analýza života na území Společné Cidliny. S využitím dotazníkového šetření je analyzováno vnímání stávajícího marketingu regionu Společné Cidliny a obcí, které do skupiny patří. Výsledkem práce je vytvoření "best practices" a návrhů na zlepšení životní úrovně v regionu.

## **Klíčová slova**

Strategie, Organizace, Marketingové prostředí, Marketing, Společná Cidlina, Obec, MAS Společná Cidlina, Komunikační mix, SWOT analýza

# **Title: Characteristics and marketing strategies of MAS Společná Cidlina**

## **Annotation**

This thesis focuses on the characterization and marketing strategy of the local action group Společná Cidlina and the municipalities within the region. Společná Cidlina is a local action group located in the eastern part of the Czech Republic in the Hradec Králové district. The aim of the thesis is to conduct a survey through a questionnaire and analyze marketing research to find a suitable marketing strategy and suggest ways to improve it.

The thesis is structured into two parts: theoretical and practical. The theoretical part deals with marketing terminology in relation to the needs of municipalities and the mentioned local action group. This part also describes topics such as financing non-profit organizations, local action group, marketing environment of municipalities, SWOT analysis, and communication mix.

The practical part provides a characterization of the local action group and significant objects in its region, evaluates the marketing strategy of the group, mentions some completed and planned group projects, describes the communication mix, and creates a SWOT analysis of life in the Společná Cidlina area. Using a questionnaire survey, the perception of the existing marketing of the Společná Cidlina region and its municipalities is analyzed. The result of the thesis is the creation of best practices and suggestions for improving the standard of living in the region.

## **Keywords**

Strategy, Organization, Marketing, Společná Cidlina, Municipality, MAS Společná Cidlina, Communication Mix, Marketing Environment, SWOT Analysis

## Obsah

1	Úvod.....	1
2	Cíl práce a metodika zpracování .....	3
3	Teoretická část.....	6
3.1	Veřejná správa.....	6
3.1.1	Veřejná správa ve vztahu k občanům.....	7
3.2	Zapsaný spolek (z. s.).....	8
3.3	Místní akční skupina (MAS) .....	9
3.4	Financování neziskových organizací .....	10
3.5	Obec .....	12
3.5.1	Orgány obce .....	13
3.5.2	Území obce .....	15
3.5.3	Rozpočet obce .....	16
3.5.4	Občan.....	17
3.6	Marketing jako pojem.....	18
3.7	Marketing obce.....	18
3.8	Marketingové prostředí obce .....	21
3.8.1	Vnitřní prostředí.....	22
3.8.2	Vnější prostředí.....	23
3.9	Komunikační mix.....	26
3.9.1	Reklama.....	27
3.9.2	Elektronická marketingová komunikace .....	27
3.9.3	Public relations.....	28
3.10	SWOT analýza (Marketingová strategie obce) .....	28
3.10.1	Části SWOT analýzy.....	28
4	Praktická část.....	30

4.1	Charakteristika zkoumaných subjektů .....	30
4.1.1	MAS Společná Cidlina.....	30
4.1.2	Mikroregion Novobydžovsko.....	33
4.1.3	Svazek obcí Cidlina.....	34
4.1.4	Chlumeck nad Cidlinou .....	34
4.1.5	Nový Bydžov.....	35
4.1.6	Nepolisy.....	36
4.2	Zajímavosti v regionu .....	37
4.2.1	Zámek Karlova Koruna.....	37
4.2.2	Rozhledna Kosice.....	38
4.2.3	Zámek Sloupno .....	39
4.2.4	Fajnpark Chlumeck nad Cidlinou.....	40
4.2.5	Městské muzeum Loreta.....	41
4.2.6	Kostel sv. Máří Magdalény.....	42
4.3	Katalog projektů .....	43
4.3.1	Realizované projekty z OPŽP (Operační program Životní prostředí).....	43
4.3.2	Realizované projekty z OPZ (Operační program Zaměstnanost) .....	44
4.3.3	Realizované projekty z PRV (Program rozvoje venkova) .....	45
4.3.4	Realizované projekty z IROP (Integrovaný regionální operační program).....	46
4.4	Komunikační mix.....	48
4.4.1	Webové stránky .....	48
4.4.2	Sociální sítě .....	49
4.4.3	Tištěná média.....	49
4.4.4	Rozhlas.....	50
4.4.5	Zjišťování zpětné vazby .....	50

4.5	SWOT analýza .....	51
4.6	Dotazníkové šetření .....	56
4.6.1	Vyhodnocení dotazníku .....	56
5	Shrnutí výsledků.....	69
6	Závěry a doporučení .....	75
7	Seznam použité literatury.....	77
8	Přílohy .....	81

## Seznam obrázků

Obrázek 1: Marketingové prostředí (trh).....	21
Obrázek 2: Mapa území .....	31
Obrázek 3: Logo MAS Společná Cidlina .....	32
Obrázek 4: Zámek Karlova Koruna .....	37
Obrázek 5: Zámek Sloupno .....	39
Obrázek 6: Fajnpark.....	40
Obrázek 7: Muzeum Loreta.....	41
Obrázek 8: Kostel sv. Máří Magdalény.....	42
Obrázek 9: Informace o MAS v dotazníkovém šetření .....	57

## Seznam tabulek

Tabulka 1: Organizační struktura.....	32
Tabulka 2: Rozložení počtu odpovědí mužů a žen podle věkových kategorií.....	56
Tabulka 3: Vztah mezi spokojeností s prací MAS a hodnocením kvality bydlení na jejím území .....	59
Tabulka 4: Spokojenost s kvalitou a dostupností kulturních služeb v regionu .....	63
Tabulka 5: Spokojenost s bezpečnostními službami v regionu .....	63
Tabulka 6: Spokojenost se službami správy odpadů v regionu.....	63
Tabulka 7: Spokojenost se zdravotní péčí v regionu .....	64
Tabulka 8: Spokojenost s restauračními zařízeními v regionu.....	64
Tabulka 9: Spokojenost s vzdělávacími službami v regionu .....	65
Tabulka 10: Spokojenost s kvalitou a dostupností služeb Správy veřejného prostoru v regionu.....	65
Tabulka 11: Spokojenost s veřejnou dopravou v regionu .....	65
Tabulka 12: Spokojenost respondentů se službami pro seniory v závislosti na jejich věku.....	68
Tabulka 13: Spokojenost respondentů s kvalitou života na území MAS.....	70
Tabulka 14: Spokojenost respondentů s poskytovanými službami pro seniory v závislosti na jejich bydlišti .....	71

## Seznam grafů

Graf 1: Vývoj počtu obyvatel v regionu MAS .....	33
Graf 2: Graf k otázce o povědomí, co nebo kdo je MAS Společná CIDLINA? .....	57
Graf 3: Graf zobrazující odpovědi na otázku týkající se délky pobytu respondentů na území MAS .....	58
Graf 4: Rozložení respondentů podle obcí .....	58
Graf 5: Úroveň komunikace a zapojení obyvatel do rozhodování .....	60
Graf 6: Analýza nejoblíbenějších oblastí na území MAS .....	60
Graf 7: Identifikace hlavních nedostatků území MAS .....	61
Graf 8: Spokojenost respondentů s údržbou a čistotou regionu .....	62
Graf 9: Spokojenost s informovaností na území MAS .....	66
Graf 10: Mezilidské vztahy v regionu .....	67
Graf 11: Dostatečné množství kontejnerů na tříděný odpad .....	67



# 1 Úvod

Žijeme v době, kdy se vyskytují odlišné názory mezi obyvateli a jejich spokojenost s bydlením na daném území se liší. Obce a organizace, které jsou odpovědné za kvalitu života obyvatel, kladou důraz na spokojenost svých obyvatel jako svou prioritu. V České republice existuje mnoho obcí, spolků a organizací, které usilují o uspokojení potřeb obyvatel, veřejnosti a zvířat. Konkurenční prostředí mezi územními celky stále roste, proto je tedy propracovaná marketingová strategie důležitou součástí k dalšímu budování a rozvoji územních celků. Důležité je zaměřit se například na naplnění cílů strategického rozvoje územní, podpoře image, cílené prezentaci událostí na daném území, naplnění cílů strategického rozvoje území, ať už to je budování cyklostezek, chodníků nebo turistických stezek, ale také nalézt problematické okruhy a ty následně odstranit.

Autor diplomové práce si zvolil téma, které je mu velmi blízké. Ať z důvodu, že v této lokalitě žije, ale také je členem zastupitelstva obce Nepolisy, ve které se nachází sídlo místní akční skupiny Společná Cidlina. Autor práce se aktivně podílí na pořádání akcí pro širokou veřejnost. Název práce je tedy „Charakteristika a marketingová strategie MAS Společná Cidlina“. Místní akční skupina Společná Cidlina je nezisková organizace, která vzniká postupně od roku 2002. Díky výhodné poloze v České republice patří území Společné Cidliny mezi atraktivní lokality pro mladou generaci s touhou po založení rodiny a koupi nemovitosti. Toto území, na kterém také působí Dobrovolný svazek obcí Pocidlinska, se nachází v Královéhradeckém kraji, 20 km od Hradce Králové směrem na Prahu, a zahrnuje 36 vesnic a 2 města.

Diplomová práce se skládá ze dvou stěžejních částí, teoretické a praktické. První (teoretická) část je založena na relevantní odborné literatuře a odborných článcích. Zabývá se popisem obce/města a její správy, pojmem místní akční skupina a financováním neziskových organizací. Dále se v této části pojednává o marketingu, marketingové strategii měst a obcí, marketingovém prostředí obcí a v neposlední řadě o komunikačním mixu. V této části je také popsáno téma zapsaného spolku a jeho správného fungování.

Druhá část práce je pak zaměřena na praktickou aplikaci teoretických poznatků. Autor se z počátku zaměřil na samotnou charakteristiku MAS Společná Cidlina a území, na kterém tato skupina působí. Dále se čtenář v diplomové práci seznámí s vybranými důležitými projekty, které již byly realizovány nebo jsou stále ve fázi realizace. Jako další součást praktické části je popsán komunikační mix obcí, kde se autor práce zaměřil na analýzu komunikace mezi občany a představenstvem místní akční skupiny, případně obcemi v tomto regionu. Na závěr je vytvořena SWOT analýza, která identifikuje vnitřní vlivy, kterými jsou silné a slabé stránky, dále pak vnější vlivy (hrozby a příležitosti). V poslední části praktického výzkumu je předmětem zájmu práce vytvoření návrhu na zlepšení životní úrovně v dané lokalitě. Pro dosažení tohoto cíle bylo provedeno výzkumné dotazníkové šetření mezi obyvateli obcí, které se nachází na území Společné Cidliny.

Výsledek práce vychází z předpokladu, že úspěšná marketingová strategie území může utvrdit občany v přesvědčení, že jejich bydliště je ideálním místem k pobytu. Dále by strategie rozvoje území měla maximalizovat využití silných stránek a minimalizovat vliv slabých stránek. Důraz by měl být kladen na propagaci silných stránek, aby byly dobře vnímány veřejností. Zpracování komplexní strategie by mohlo sloužit jako silný podklad pro argumentaci při návrhu realizace nových projektů jak na krajské, tak republikové úrovni a podpořit tak získání finančních prostředků od nových investorů a fondů.

## 2 Cíl práce a metodika zpracování

Diplomová práce si klade za cíl zanalyzování marketingové strategie místní akční skupiny "Společná Cidlina" a následně navrhnout možnosti jejich zlepšení. Dalším dílčím cílem je charakterizovat místní akční skupinu a obce spadající do jejího regionu, následně poukázat na jejich sociální a ekonomické stránky stejně jako na potřeby turistů a možnosti rozvoje cestovního ruchu.

V samotném začátku práce si kladl autor za cíl seznámit čtenáře s termíny, které jsou používány v praktické části, například: veřejná správa, zapsaný spolek, financování neziskových organizací, marketing jako pojem, marketingové prostředí, marketingová strategie a nástroj, kterým je komunikační mix.

Charakteristika základních termínů spojených s tématem práce je popsána na základě odborné literatury, online zdrojů a různých publikací od českých i zahraničních autorů, což má za úkol uvést čtenáře do dané problematiky. Dále byly shromážděny a analyzovány odborné publikace a články vztahující se k tématu práce z online zdrojů a databází, jako jsou Science Direct, Web of Science, Scopus. Pro účely vyhledávání relevantních informací byla využita klíčová slova jako SWOT analysis, SMART City, Municipality, Health care nebo třeba technology.

V návaznosti praktické části na teorii je v úvodu nastíněna charakteristika akční skupiny Společné Cidliny a regionu, v němž se skupina nachází. Zmíněna je historie, zajímavosti v regionu, geografická poloha, obyvatelstvo, kulturní vyžití a samotná propagace. Dále jsou uvedeny charakteristiky vybraných obcí v daném regionu na základě kritérií velikosti, služeb a činnosti. Konkrétně autor práce popsal důležitá města lokality, Nový Bydžov a Chlumeck nad Cidlinou, které tvoří 46 % obyvatel regionu, a dále obec Nepolisy, kde se nachází sídlo MAS Společná Cidlina. Popsány jsou také projekty, které místní akční skupina za pomoci dotačních fondů realizovala v minulosti, a projekty, které jsou stále v realizaci.

Předposledním dílčím cílem je zpracování komunikačního mixu, který poukazuje na to, jak probíhá komunikace mezi obyvateli regionu, obcemi a skupinou Společná Cidlina. Dále je zpracována SWOT analýza, která pomůže identifikovat problémové oblasti. Posledním cílem je vyhodnocení výsledků dotazníkového šetření a zhodnocení spokojenosti obyvatel žijících na území Společné Cidliny.

Na základě sestavené SWOT analýzy a vyhodnocení dotazníkového šetření jsou popsány návrhy na zlepšení marketingové strategie, která by měla zvýšit konkurenceschopnost regionu a přispět ke zlepšení životní úrovně obyvatel a potenciálních návštěvníků regionu.

Byly stanoveny tyto **výzkumné otázky**:

- Je komunikace s občany na dobré úrovni, jaká komunikační média preferují?
- Jaká je úroveň spokojenosti obyvatel s kvalitou života na daném území?
- Dostává se zejména seniorům a handicapovaným osobám potřebné sociální a zdravotní péče?
- Jaké jsou silné stránky území?
- Jaké jsou slabé stránky území?
- Jsou obce na území dostatečně připraveny na rozvoj turistického ruchu?

Během tvorby diplomové práce autor věnoval potřebný čas polostrukturovaným rozhovorům s lidmi z představenstva skupiny, například s Ing. Janou Bitnerovou, která je manažerkou akční skupiny Společná Cidlina, a dále s členkou zastupitelstva a předsedkyní společenského výboru obce Nepochy paní Lucií Vejvodovou. Rozhovory proběhly v období od ledna do dubna roku 2023.

Vlastní výzkum zahrnoval dotazníkové šetření a byl proveden v období dubna 2023. Dotazníkové šetření mělo za úkol zjistit spokojenost občanů s akční skupinou Společné Cidliny a územními celky v místě jejich bydliště. V rámci průzkumu byl použit dotazník s kombinací uzavřených a otevřených otázek, který byl vytvořený za použití online platformy "docs.google.com" a bylo položeno 19 otázek občanům se stálým pobytem v daném regionu. Uzavřené otázky byly použity k získání kvantitativních dat, jako jsou například demografické údaje nebo názory respondentů na určité otázky, zatímco otevřené otázky byly použity k získání kvalitativních dat a názorů respondentů na téma daného průzkumu. Nejprve byla provedena pilotní studie, která měla ověřit srozumitelnost dotazníku. Do této studie bylo zapojeno celkem 20 respondentů, díky kterým byla ověřena správnost a srozumitelnost dotazníku. Následně z rozhovorů s některými z respondentů

zapojenými do pilotní studie vyplynulo, že srozumitelnost dotazníku je dobrá a mohla se tedy publikovat finální verze dotazníku mezi veřejnost.

Odkaz na finální verzi dotazníku byl zveřejněn na webových stránkách obcí Nepochy, Chlumeck nad Cidlinou a Nový Bydžov, které jsou považovány za hlavní střediska regionu. Kromě toho byl dotazník publikován na sociálních sítích Facebook, včetně profilu místní akční skupiny Společná Cidlina a obce Nepochy, odkud byl dotazník dále sdílen mnoha lidmi. K některým respondentům pokročilého věku byl dotazník distribuován v tištěné formě. Elektronická i tištěná forma byly následně sjednoceny. Pro distribuci dotazníku v tištěné formě byly využity volnočasové kroužky pro seniory. Paní Vejvodová distribuovala tento dotazník na kroužku s názvem "Posilovna mozků", který se koná pro seniory v obci Nepochy. Dotazník celkem vyplnilo 211 respondentů a k vyplnění bylo zapotřebí přibližně deset minut.

Poznatky získané ze shromážděných dat byly zpracovány pomocí tabulek a grafů v programu Microsoft Office 2016 Excel za použití deskriptivní statistiky a následně doplněny komentářem. Výsledkem analýzy je návrh na zlepšení kvality marketingové strategie Společné Cidliny.

### **3 Teoretická část**

Tato část obsahuje teoretické poznatky z oblasti veřejné správy, obce jako celku a termínu „zapsaný spolek“, kterým je akční skupina Společná Cidlina. Dále se práce zaměřuje na popis místní akční skupiny jako pojmu, marketingu obecně, jeho historie, marketingu obce, marketingové strategie a marketingového prostředí obce. Kromě toho je v této části popsán nástroj marketingu, jako je komunikační mix. Všechny tyto teoretické poznatky byly autorovi nápomocny při zpracování praktické části práce.

#### **3.1 Veřejná správa**

Pod veřejnou správou si můžeme představit mnoho definic. Obecně lze veřejnou správu chápat jako soubor správních činností, které se týkají poskytování veřejných služeb a řízení veřejných záležitostí na místní i centrální úrovni s cílem zajištění služeb pro občany a ochrany jejich zájmů. Jeho cílem je tedy zajistit, aby byly záležitosti spravovány v souladu s veřejným zájmem a aby byly občanům nabízeny efektivní a adekvátní služby (Pomahač, 2013).

Kadeřábková a kol. (2008) definují veřejnou správu jako aktivitu, která se zabývá uskutečňováním, prováděním a zajištěním veřejných záležitostí ve prospěch veřejného zájmu. Tento proces zahrnuje jak správní a politické činnosti, tak i poskytování různých veřejných služeb, jako jsou sociální služby, kulturní služby, zdravotní péče, školství a bezpečnost. Tato činnost, která je specifikována veřejným právem, je povinností těch, kteří jsou zodpovědní za její provádění. Tyto povinnosti jsou stanoveny právními předpisy a jsou vymezeny přesně stanovenými limity, které jsou určeny zákony.

Veřejná správa se zabývá správou (řízením, rozvíjením a udržováním) veřejných záležitostí, uskutečňovaných jako projev státní moci. Osoby nebo organizace, které vykonávají činnosti pro veřejný prospěch prostřednictvím veřejné správy, tak činí v souladu se zákonem a v rámci jemu přidělených pravomocí. Veřejnou správu můžeme rozdělit na dvě podoby: státní správu, která je založena na zákonech a na pravidlech, která platí pro všechny občany. Provádí se prostřednictvím různých úřadů a institucí, jako jsou ministerstva, soudy a další

státní orgány. Druhou podobou je územní samospráva, která zastupuje pouze občany určité části území státu, jako jsou kraje, obce a města. Celkově lze tedy říci, že veřejná správa v širším slova smyslu zahrnuje jak centrální, tak místní správu a zahrnuje nejenom činnosti správní a politické povahy, ale také poskytování různých veřejných služeb, které jsou nezbytné pro správné fungování společnosti (Heger, 2012).

### **3.1.1 Veřejná správa ve vztahu k občanům**

Vzájemné komunikace mezi těmito subjekty ve všech sférách vytváří zpětnou vazbu, která všem stranám poskytuje důležité informace. Komunikací spolků, úřadů, organizací a občanů vznikají vazby a výměny informací, které všem stranám poskytují cenné informace potřebné pro plnění jejich funkcí a dosažení cílů. Kvalitní komunikace mezi veřejnou správou a občany tak přispívá k vytváření transparentního a demokratického prostředí, v němž jsou občané aktivními účastníky procesů rozhodování a plánování ve veřejném zájmu (Vacík, Šašek, 2010).

Úředníci a vysoce postavené osoby v organizacích by měli ctít zákon a uplatňovat principy přívětivosti a nestrannosti, což přispívá k vytváření důvěry mezi občany a veřejnou správou. Komunikace zde slouží především pro udávání pokynů a instrukcí občanům (Pomahač, 2013).

Hálek (2008) například uvádí, že z dotazníkových akcí je zřejmé, že stále převládají negativní postoje a názory k úřadům. Mezi nejčastější kritiky patří příliš dlouhé čekací doby, neschopnost vyřešit problém, diskriminace, zavádějící předpisy, zbytečně dlouhé vyřizování záležitostí, příliš krátké úřední hodiny, nejasné kompetence, příliš úzké předpisy, nekvalifikovaní a v některých případech dokonce i nepřátelští úředníci. Někdy se může stát, že úřady nejsou dostatečně transparentní vůči lidem, což může být důvodem dalších stížností. Podle Hála je tedy nezbytné permanentně sledovat, jak se mění potřeby různých skupin obyvatelstva ve městě, nové hospodářské, technologické a kulturní trendy a také změny v legislativě.

## **Povinná komunikace**

Tato rovina je určena pravidly chování, která vycházejí z různých právních předpisů, jako jsou zákony, nařízení, smlouvy nebo interní pravidla organizace, které je třeba respektovat. Povinná komunikace se týká situací, kdy musí být určitá informace, zpráva nebo žádost předána od jedné osoby nebo organizace k druhé. Tato rovina je určována zejména právem každé právnické i fyzické osoby na informace, které jsou k dispozici orgánům veřejné správy. Lze sem například řadit právo občanů na získávání informací od úřadů, které mají k dispozici. Bývá prováděna ústně, písemně nebo elektronicky a probíhá například, když je potřeba podat žádost o povolení, nahlásit porušení zákona nebo když se jedná o plnění pracovních povinností. Každá obec má zákonnou povinnost vést úřední desku a to i elektronicky (Komunikující město, 2006).

## **Nepovinná komunikace**

Jedná se o formu chování, která vychází z neformálních zdrojů, jako jsou tradice, kultura, obecné zvyklosti a představy o slušnosti, není zakotvena žádnými právními předpisy. Tyto faktory určují, co je považováno za správné a vhodné v různých situacích a vztazích mezi lidmi. I když tato forma chování není explicitně upravena zákonem, tak řeší konkrétní problémy a respektuje standardy. Nepovinná komunikace hraje důležitou roli v tom, jak demokratická je společnost. Když jsou lidé otevření a ochotní vést dialog, dochází k vytváření prostoru pro společné řešení problémů (Komunikující město, 2006).

## **3.2 Zapsaný spolek (z. s.)**

Podle Víta (2015) je zapsaný spolek sdružením (slovy zákona „svazkem“) nejméně tří osob, založeným k ochraně a uspokojování společného zájmu svých členů. Členy mohou být osoby fyzické i právnické, a to v jakémkoliv poměru či kombinaci, ať už tuzemské i zahraniční. Tato právní norma je „nástupcem“ občanského sdružení podle již zrušeného zákona 83/1990 Sb., o sdružování občanů.

Podle Víta (2015) se zapsaný spolek nesmí stát církví, politickým subjektem nebo dokonce politickou stranou. Může se však aktivně účastnit v hnutích.

Jednou z povinností orgánů spolku je zajistit řádné fungování a proto je nutné minimálně jednou ročně svolat schůzi. V případě, že schůze bude usnášeníschopná



(tj. musí na ní být přítomna minimálně polovina členů spolku), je povinností orgánů vyhotovit zápis z jednání, aby byly přijaté návrhy, usnesení a rozhodnutí zaznamenány a mohly být v budoucnu zpřístupněny (Pelikánová, 2018).

Podle zákona může být účelem spolku ochrana a uspokojování zájmů jeho členů, avšak zakládání spolků pouze za účelem podnikání nebo jiné výdělečné činnosti není povoleno. To znamená, že spolky nemohou být zakládány s cílem vydělávat peníze a musí se soustředit na uspokojování potřeb svých členů. Zákon nevyžaduje, aby spolky byly veřejně prospěšné, což znamená, že nemusí sloužit prospěchu širší veřejnosti. Nicméně je možné vytvářet i spolky, které uspokojují pouze zájmy svých členů a jsou vzájemně prospěšné, jako například kluby přístupné pouze pro své členy. Tyto spolky se však nedají považovat za neziskové organizace v běžném slova smyslu a nemohou získat status veřejné prospěšnosti, protože jejich hlavním cílem není přispívat k obecnému blahu, ale pouze k blahu svých členů (Vít, 2015).

### **3.3 Místní akční skupina (MAS)**

Podle autorů webových stránek Národní sítě MAS ČR (2023) je místní akční skupina nezávislé sdružení neziskových organizací, občanů, soukromého sektoru a veřejné správy, včetně obcí, svazků obcí a institucí veřejné moci. Tyto subjekty spolupracují na rozvoji venkovských oblastí a zemědělství a získávají finanční podporu z národních a evropských programů. Metodu, kterou využívají ke spolupráci, nazývají LEADER. Hlavním úkolem MAS je zlepšovat kvalitu života a životního prostředí ve venkovských oblastech a aktivně získávat a rozdělovat dotace na financování projektů zaměřených na podporu zemědělců, rozvoj venkova a ochranu přírody a krajiny.

Místní akční skupina (MAS) má významnou roli mezi orgány veřejné správy a obyvateli venkovských oblastí, můžeme říci, že plní roli prostředníka. Dále umožňuje koordinaci a spolupráci mezi různými organizacemi, které působí v daném regionu a jsou důležité pro jeho rozvoj. Významnou součástí práce místní akční skupiny je zapojení obyvatel do realizace a plánování projektů. Zapojení obyvatel do projektů MAS se realizuje například prostřednictvím otevřených diskusí a setkání skupiny s obyvateli. Podporuje to jejich aktivní účast na rozvoji jejich okolí

a vylepšení životního prostředí a životní úrovně obcí ve venkovských oblastech (Národní síť MAS ČR, 2023).

Šafářová (2008) ve své publikaci uvádí, že místní akční skupiny vznikají nejčastěji jako seskupení obcí kolem přirozeného centra. Přirozené centrum můžeme také nazvat jako spádové území, které zahrnuje nejen samotné město či obec, ale i okolní vesnice a oblasti, které jsou na něj napojeny z hlediska hospodářského, kulturního, sociálního a dalších aspektů. Obce a organizace jsou spojovány do mikroregionů nebo místních akčních skupin (MAS) především z důvodu sdíleného zájmu v obecném rozvoji území.

## **LEADER**

Program Leader jasně definuje velikost, vznik a charakteristiku území místních akčních skupin (MAS). Tento program Evropská komise (2006) definuje jako evropskou iniciativu, která se zaměřuje na podporu místních aktivit a rozvoje venkova. Stanovuje základní parametry, které musí být splněny pro vznik místní akční skupiny, a byl poprvé zaveden již v roce 1991. Tyto parametry zahrnují například založení partnerské sítě zahrnující široké spektrum aktérů působících v dané oblasti, vytvoření strategie rozvoje regionu, aktivní zapojení obyvatel do řízení a plánování projektů a další. Od doby zavedení byl implementován v různých zemích EU.

Základním principem této metody je přístup „zdola nahoru“. To znamená, že místní komunity a obyvatelé venkovských oblastí jsou iniciátory a vůdčími osobnostmi projektů. Místní komunity jsou aktivně zapojeny do procesu tvorby plánů a strategií pro rozvoj svých regionů a rozhodují o tom, jakým způsobem budou finanční prostředky použity. Podle Evropské komise je princip zdola nahoru jedním ze stěžejních faktorů úspěchu programu LEADER a pomáhá zlepšovat kvalitu života na venkovských oblastech, podporovat hospodářský růst a udržitelnost (Evropská komise, 2006).

### **3.4 *Financování neziskových organizací***

Financování neziskových organizací zahrnuje celou řadu zdrojů financování, mezi které patří třeba dotace od vládních a mezinárodních organizací, darů od jednotlivců a firem, grantů od soukromých nadací, sponzorských příspěvků

a výnosů z vlastních aktivit organizace. Neziskové organizace se obvykle snaží získat finanční podporu pro své projekty a aktivity, které mohou mít vliv na komunitu, ve které působí. Organizace svého dárce musí být schopny přesvědčit o tom, že jsou schopny účinně a efektivně využít finanční prostředky k dosažení svých cílů a poskytnout důkazy o tom, jaký vliv mají na své cílové publikum (Pelikánová, 2018).

Mezi další zdroje financování neziskových organizací podle Pelikánové (2018) patří: vlastní podnikání, spolupráce s jinými organizacemi a sponzorské příspěvky od firem, či prodej produktů a služeb. Tyto zdroje financí mohou organizaci pomoci udržet nezávislost a flexibilitu při plánování a realizaci svých projektů. Financování neziskových organizací může být velmi náročné a konkurenční. Organizace musí mít jasné cíle, které jsou schopny přesvědčit potencionální dárce o tom, že jsou schopny tyto cíle dosáhnout a jsou prospěšné. Musí být také schopny vytvořit a udržet dlouhodobé vztahy s dárci, aby mohly pravidelně získávat stabilní finanční podporu.

Pelikánová (2018) má ve své publikaci uvedené 3 finanční zdroje nestátních neziskových organizací, kterými jsou:

### **Vlastní zdroje**

Podle Pelikánové (2018) mají vlastní zdroje financování své výhody i nevýhody. Někdy se také nazývají jako zdroje samofinancování a jednou z hlavních výhod je pravidelný příjem, který organizace získává pravidelným pořádáním svých akcí. To umožňuje organizaci získávat pravidelný přísun financí, nejen ze vstupného, ale také z prodeje občerstvení nebo vlastních výrobků spojených s akcemi. Jednou z hlavních výhod pravidelného finančního příjmu je jistota a stabilita, kterou poskytuje. Díky pravidelnému příjmu mají organizace k dispozici určité množství finančních prostředků, se kterými můžou plánovat a využívat je pro budoucí investice. Organizacím to dává pozitivní ekonomické smýšlení a případné zvažované investice. Mezi další pozitivum vlastního příjmu můžeme zařadit garanci nezávislosti a samostatnosti.

Často se hovoří pouze o výhodách vlastního financování, nelze opomenout určité nevýhody, které s tímto způsobem financování souvisejí. Nejvýznamnějším omezením je nízká kapacita získaných financí (Pelikánová, 2018).

Mezi další zdroje vlastního financování podle Pelikánové (2018) můžeme zařadit **příjmy z doplňkových činností**, které jsou zaměřeny na maximalizaci ekonomického potenciálu. Dá se říci, že je to možná nejjednodušší cesta, jak lze u neziskové organizace dosáhnout zlepšeného výsledku hospodaření, který je následně zdrojem jejích peněžních prostředků. Typické jsou pronájmy různých ploch, budov, pozemků a speciálního vybavení. Tyto prostředky jsou vlastněny jinými subjekty a jsou poskytovány organizacím za úplatu, obvykle v podobě měsíčních či ročních pronájmů. Výnos může také přinášet i volný finanční majetek, kterým je například podílový list.

### **Cizí zdroje**

*„Poskytovateli cizích zdrojů mohou být např. banky. Nezisková organizace může tyto zdroje získat na určitou dobu a po sjednané době je musí vrátit. Samozřejmě, při tomto druhu financování musí vypůjčitel zaplatit úrok.“* (Pelikánová, 2018, str. 40)

### **Potencionální zdroje**

Jedná se o zdroje, které nejsou nárokové a nezisková organizace je může získat prostřednictvím projektů nebo žádostí od veřejných institucí, jednotlivců nebo podnikatelských subjektů. Je důležité použít finanční prostředky pouze na účely, které byly předem určeny, a nikoliv na nové účely, které nebyly předem schváleny. Pokud podpora není dostatečná na pokrytí všech nákladů projektu nebo akce, organizace se musí podílet na nákladech určitou částí. Po skončení projektu nebo akce musí organizace poskytovatele finančních prostředků informovat. Organizace poskytovatele informuje obvykle v podobě vyúčtování a závěrečné zprávy o využití prostředků. Mezi tyto zdroje financování patří například dotace ze státního rozpočtu nepřímé, příspěvky ze zdrojů Evropské unie, dotace ze státního rozpočtu přímé, příspěvky od územních samospráv (krajů a obcí), příspěvky od nadačních fondů a nadací, firemní dárcovství nebo individuální dárcovství (Pelikánová, 2018).

## **3.5 Obec**

V této části je na základě odborných publikací podrobně popsána obec a to včetně faktorů, které jsou klíčové pro její fungování. Tyto faktory zahrnují orgány obce, územní hranice a rozpočet obce. Nicméně, mezi nejdůležitější prvky, bez

kterých by obec nemohla plně fungovat, patří občané. To znamená, že zapojení a angažovanost občanů je klíčová pro úspěšnou správu a rozvoj obce. Všechny faktory, včetně orgánů obce, územních hranic a rozpočtu, jsou důležité pro správné fungování obce, ale občané by neměli být opomíjeni jako klíčový prvek pro úspěch.

Obec je základním územně-správním celkem v mnoha zemích. Obvykle má vlastní správu a zastupitelstvo, které se stará o různé záležitosti, jako jsou místní úpravy, údržba silnic a chodníků, veřejné osvětlení, odpadové hospodářství a mnoho dalšího (Svaz měst a obcí České republiky, 2018).

Obce jsou často místy, kde lidé žijí v menších komunitách a kde se vytvářejí silné vazby mezi lidmi. Obce mohou být velmi různorodé, od malých venkovských osad až po velká města. Každá obec má své vlastní charakteristiky a výzvy, se kterými se musí potýkat (Jelínková, 2017).

Obec veřejnoprávní korporace, tedy právnická osoba, která má vlastní majetek, vystupuje v právních vztazích svým jménem a nese odpovědnost vyplývající z daných právních vztahů (Zákon o obcích, 2000).

Podle Ústavy ČR je obec tvořena třemi základními pilíři, a to:

- územím, na kterém je samospráva vykonávána,
- občany podřazenými územnímu samosprávnému celku,
- samosprávou – existencí územního samosprávného celku jako právnické osoby veřejného práva se soustavou samosprávných orgánů.

### **3.5.1 Orgány obce**

Svaz měst a obcí České republiky (2018) uvádí, že zákon o obcích vymezuje orgány obce. V obci je nejdůležitějším orgánem zastupitelstvo, jelikož je jediným obecním orgánem, na který se přímo odkazuje Ústava ČR. Vedle zastupitelstva jsou dalšími důležitými orgány obecní úřad, rada obce (pokud je volena) a starosta.

Správa obce má za úkol zajistit správné a efektivní fungování obce, a to včetně poskytování služeb občanům, správy financí, plánování rozvoje obce a řešení problémů obce. Jejich význam spočívá v tom, že pomáhá udržovat a vytvářet kvalitní a udržitelné místní komunity. Občané mají možnost se podílet na rozhodování

o budoucnosti svého okolí a mohou ovlivňovat procesy, které mají vliv na jejich každodenní život (Svaz měst a obcí České republiky, 2018).

### **Starosta**

Podle zákona o obcích (2000) starosta zastupuje obec navenek a za výkon své funkce odpovídá zastupitelstvu. Starosta nemá pravomoc samostatně rozhodovat o záležitostech patřících do samosprávy obce. Většina rozhodnutí, která spadají do samostatné působnosti obce, jsou v kompetenci kolektivních orgánů obce, jako jsou zastupitelstvo nebo rada (v obcích, kde se rada volí). Výjimkou jsou obce, kde se rada nevolí a její pravomoci jsou vykonávány starostou.

Obecně můžeme říci, že starosta je zvolený zástupce obyvatel, který má za úkol řídit a spravovat určité území, jako je město, obec nebo vesnice. Mezi jeho povinnosti patří dohlížet na místní rozpočet, zastupovat obec vůči okolním orgánům a institucím, spolupracovat s místními orgány, jako jsou policie, hasiči a zdravotní služby, a zajistit efektivní provoz místních zařízení a služeb. Místostarosta má za úkol zastupovat starostu při jeho nepřítomnosti (Svaz měst a obcí české republiky, 2018).

### **Zastupitelstvo – vrcholný orgán obce**

Zastupitelstvo je orgán místní samosprávy, který zastupuje občany dané obce nebo města. Jeho hlavním úkolem je prosazovat zájmy občanů a rozhodovat o důležitých záležitostech týkajících se místního území a jeho rozvoje. Zastupitelstvo je zpravidla voleno na čtyři roky v obecních volbách a skládá se ze zástupců politických stran, hnutí a nezávislých kandidátů. Mezi hlavní pravomoci zastupitelstva patří schvalování rozpočtu, rozhodování o územním plánu, výstavbě infrastruktury, jako jsou silnice, chodníky, kanalizace, vodovody, veřejné osvětlení a parky. Další důležitou pravomocí zastupitelstva je stanovení místních daní a mnoho dalších úkolů, které mu přidělují místní zákony a předpisy. Zastupitelstvo kontroluje také výkon místního úřadu a má pravomoc vyjádřit nesouhlas s jeho rozhodnutími nebo návrhy (Zákon o obcích, 2000).

Zastupitelstvo obce je jediný a nejdůležitější orgán, o kterém se Ústava ČR přímo zmiňuje.

## Obecní úřad

Obecní úřad poskytuje služby občanům v dané obci. Nachází se v obci a je zodpovědný za správu obecních záležitostí. Mezi obecné záležitosti patří například správa komunikací, územní plánování, výstavba a údržba veřejných budov a zařízení, evidence obyvatel, péče o zeleň, vedení matrik a mnoho dalších úkolů (Svaz měst a obcí České republiky, 2018).

V obecním úřadu pracují lidé, kteří se věnují správě a řízení běžného provozu obce. Mezi ně patří úředníci, kteří se specializují na různé oblasti, jako je například stavební úřad, finanční úřad, úřad pro životní prostředí, sociální a zdravotní služby, dopravní úřad a další. Tito pracovníci mají za úkol zajistit, aby se veřejné služby poskytovaly řádně a efektivně. Obecní úřad má také za úkol spolupracovat s dalšími organizacemi a institucemi, jako jsou státní orgány, krajské úřady a neziskové organizace. Spolupráce mezi těmito subjekty je důležitá pro to, aby se poskytovaly co nejlepší služby pro občany. Například spolupráce s krajským úřadem může být potřebná při řešení záležitostí týkajících se silničního provozu, dopravy nebo při koordinaci místních akcí (Svaz měst a obcí České republiky, 2018).

*„Obecní úřad tvoří starosta, místostarosta (místostarostové), tajemník obecního úřadu, je-li tato funkce zřízena, a zaměstnanci obce zařazení do obecního úřadu. V čele obecního úřadu je starosta.“* (§ 109, zákon o obcích).

### 3.5.2 Území obce

*„Obec jako základní územní samosprávné společenství občanů je územní jednotkou, která je vymezena výčtem katastrálních území, která ji tvoří. Obec se dále může dělit na části obce. Část obce má jednoznačný název a je evidenční (ne územní) jednotkou obce dle § 27 zákona č. 128/2000 Sb., o obcích, ve znění pozdějších předpisů (dále jen „zákon o obcích“). Tvoří ji stavební objekty (budovy), které mají přiřazena čísla popisná (případně evidenční) v jedné číselné řadě.“* (Müllerová, 2023, str. 1).

Obecně tedy lze říci, že území obce zahrnuje veškerou plochu, která je spravována danou obcí. To zahrnuje jak zastavěnou oblast, tak i nezastavěné oblasti, jako jsou lesy, parky, pole, louky, rybníky a další pozemky. Území obce zahrnuje také veškerou veřejnou infrastrukturu, jako jsou silnice, mosty, chodníky, veřejné prostranství a budovy, které jsou v majetku obce. Tato infrastruktura slouží ke

společnému užívání obyvatel obce a je pod správou a údržbou dané obce (Ministerstvo vnitra České republiky, 2023).

Území obce je důležité pro určení mnoha věcí, jako je například vyměření daní, přidělování stavebních povolení, organizace veřejných akcí a plánování rozvoje dané obce. Různé pozemky a budovy v rámci území obce mohou mít různé využití a funkce, a proto je důležité mít přehled o celkové struktuře a rozsahu území dané obce (Svaz měst a obcí České republiky, 2018).

### **3.5.3 Rozpočet obce**

Rozpočet obce je klíčovým nástrojem pro plánování a řízení finančních prostředků obce. Jedná se o dokument, který stanovuje plánované příjmy a výdaje obce v určitém období, obvykle na jeden kalendářní rok. Dále je důležitým nástrojem pro efektivní hospodaření s finančními prostředky obce. Jeho správné plánování a řízení má vliv na kvalitu života občanů, rozvoj obce a celkovou ekonomickou stabilitu (Provazníková, 2015).

Svoboda a kol. (2021) definují rozpočet obce jako plán toku peněz pro určitý rok, který slouží jako nástroj pro řízení financování činností obce. Rozpočet obce se připravuje na základě střednědobého plánu obce a zohledňuje rozpočet státu, který stanoví vztahy mezi rozpočty obcí, nebo rozpočet kraje, který stanoví vztahy mezi rozpočty obcí v daném kraji. Mnoho obcí se drží pravidel rozpočtového provizoria a schvalují rozpočet až po schválení zákona o státním rozpočtu pro daný rok. Nicméně v zákoně není stanovena povinnost obce čekat na schválení rozpočtu vyššího stupně a opakované používání rozpočtových provizorií není vhodnou praxí.

Rozpočet obce může být financován z různých zdrojů, včetně příjmů z daní, dotací, poplatků či zisků z podnikatelských aktivit. Je klíčové mít na paměti, že při sestavování rozpočtu obce by mělo být zohledněno nejen běžné fungování obce, ale také plnění jejích dlouhodobých cílů a podpora rozvoje obce. To znamená, že rozpočet by měl být navržen tak, aby bylo možné plnit potřeby obce a současně investovat do projektů a iniciativ, které povedou ke zlepšení kvality života obyvatel a rozvoji obce jako celku (Svoboda a kol., 2021).

Využití rozpočtu obce může být velmi různorodé a závisí na potřebách a prioritách dané obce. Správně sestavený rozpočet by měl také umožnit obci



plánovat a realizovat dlouhodobé investice do infrastruktury, vzdělání, podpory místní ekonomiky, životního prostředí, sociální oblasti a mnoho dalších obecních aktivit (Svoboda a kol., 2021).

#### **3.5.4 Občan**

Podle zákona o obcích (§ 16, ods. 1) je občanem obce fyzická osoba, která:

- a) *„je státním občanem České republiky,*
- b) *je v obci hlášena k trvalému pobytu.“*

Občan obce, který dosáhl věku 18 let, má podle zákona o obcích (§ 16, ods. 2) právo volit a nebo být zvolen do zastupitelstva obce, vyjadřovat svá stanoviska k projednávaným věcem na zasedání zastupitelstva obce, hlasovat v místním referendu, vyjadřovat se k závěrečnému účtu obce a návrhu rozpočtu, nahlížet do zápisů z jednání zastupitelstva obce a rozpočtu obce, požadovat projednání záležitostí v oblasti samostatné působnosti radou obce nebo zastupitelstvem obce na základě žádosti podepsané nejméně 0,5 % obyvatel obce a podávat orgánům obce návrhy, připomínky a podněty, které musí být vyřízeny nejpozději do 60 dnů v případě zastupitelstva obce a do 90 dnů v oblasti samostatné působnosti obce.

Podle zákona o obcích (§ 16, ods. 2) má fyzická osoba, která vlastní nemovitost na území obce a dosáhla věku 18 let, následující oprávnění: vyjadřovat na zasedání zastupitelstva obce svá stanoviska k projednávaným věcem, vyjadřovat se k návrhu rozpočtu obce a k závěrečnému účtu obce za uplynulý kalendářní rok buď písemně ve stanovené lhůtě, nebo ústně na zasedání zastupitelstva obce. Dále pak nahlížet do rozpočtu obce a do závěrečného účtu obce za uplynulý kalendářní rok, do usnesení a zápisů z jednání zastupitelstva obce, do usnesení rady obce, výborů zastupitelstva obce a komisí rady obce a pořizovat si z nich výpisy. Může požadovat projednání určité záležitosti v oblasti samostatné působnosti radou obce nebo zastupitelstvem obce, a to nejpozději do 60 nebo 90 dnů v závislosti na působnosti orgánu obce, pokud je žádost podepsána nejméně 0,5 % občanů obce, a podávat orgánům obce návrhy, připomínky a podněty, které musí být vyřízeny bezodkladně, nejdéle však do 60 nebo 90 dnů v závislosti na působnosti orgánu obce.

### **3.6 Marketing jako pojem**

Podle Kotlera (2013) se marketing zabývá identifikací a uspokojováním lidských a společenských potřeb. Jednou z nejstručnějších a zároveň trefných definic marketingu je „Uspokojování potřeb ziskově“.

Marketing je klíčovým prvkem pro úspěch každého podnikání, neboť ovlivňuje jeho výkon a prosperitu. V jádru marketingového procesu se nachází nejvyšší hodnota pro zákazníka, kterou představuje kvalitní naplnění jeho potřeb a požadavků. Organizace musí mít jasno o svých zákaznících, jejich potřebách a přáních, aby mohla vytvořit správnou hodnotu a vést s nimi efektivní komunikaci. Tato hodnota musí být relevantní a zajistit zákazníkovi dlouhodobou spokojenost. Pro úspěšné fungování organizace na dlouhodobé bázi jsou zásadní strategické otázky, na které musí mít organizace odpovědi. Tyto otázky zahrnují, jakou hodnotu poskytujeme našim zákazníkům a kdo jsou naši zákazníci, jak zajistíme jejich dlouhodobou spokojenost, jakou konkurenční výhodu máme a jak ji udržovat (Karlíček, 2018).

### **3.7 Marketing obce**

Marketing obce je klíčovým aspektem pro úspěšné fungování, budování a rozvoj obce. Cílem tohoto procesu je dosažení souladu s cíli a hodnotami obce a poskytnutí vhodných služeb a produktů, které uspokojí potřeby obyvatel. Marketing obce je významný nástroj pro podporu místní ekonomiky a společenského života. Kromě toho umožňuje zástupcům obce prezentovat pozitivní stránky a identitu obce a zároveň identifikovat oblasti s problémy, které lze následně zlepšit a řešit. Celkově tedy lze říci, že hraje důležitou roli v rozvoji a úspěchu místní komunity (Skořepa a kol., 2008).

Aby se obce mohly úspěšně prosadit v konkurenci s jinými obcemi, mohou využít principy městského marketingu, jako je například propagace svých unikátních vlastností, podpora místních podniků, podpora investic do infrastruktury a podpora vzdělávání a výzkumu (Skořepa a kol., 2008).

Mnozí zástupci menších obcí a organizací si myslí, že využití marketingu není pro ně důležité a nevyhovuje jim, nebo se jim zdá být zbytečné. Kvůli tomu se soustředí pouze na řešení běžných problémů s nízkým rozpočtem a neuvědomují si,

že využití některých marketingových nástrojů by jim mohlo pomoci alespoň částečně těchto starostí zbavit. Marketing správně zaměřený na konkrétní oblasti může mít významný dopad na mnoho aspektů života, jako například na cestovní ruch a turistiku, kulturu a umění, sport a rekreaci a dokonce i na životní prostředí (Hálek, 2008).

Marketing obce je proces využití různých marketingových nástrojů a strategií k propagaci a prezentaci obce a jejích služeb. Nicméně, volba správných nástrojů a strategií je často v kompetenci místní samosprávy, která má zásadní roli při rozhodování o tom, jaké nástroje využít. Cílem je vytvořit příznivé podmínky pro rozvoj obce a jejího hospodářství. Marketingové aktivity mohou mít významný dopad na mnoho oblastí života v obci. Obec může prezentovat své produkty a služby, a tím zvýšit povědomí o sobě a atraktivitu pro návštěvníky a potenciální investory (Hálek, 2008)

Hálek (2008) konstatuje, že marketing je aplikovatelný v široké škále oblastí a nachází své využití například v:

- Marketingové kampaně a propagace kulturních a sportovních událostí v obci, jako jsou koncerty, výstavy, divadelní představení a festivaly.
- Marketingové aktivity spojené se sociální a zdravotní péčí v obci, jako jsou informační kampaně, propagace zdravého životního stylu nebo nabídka sociálních služeb.
- Propagace ubytovacích a dopravních služeb pro návštěvníky obce, jako jsou hotely, penziony, taxi služby a autobusová doprava.
- Propagace turistických atrakcí v okolí obce, jako jsou cyklostezky, lesy, parky a přírodní krásy.
- Marketingové aktivity v oblasti ekologie a rozvoje obce, jako jsou ekologické programy, výstavba nových zařízení a infrastruktury a humanitární podpora pro místní obyvatele.
- Propagace institucí v obci, jako jsou koupaliště, domovy pro seniory a jiné místní instituce, které nabízejí služby a zázemí pro občany.

- Marketingové aktivity spojené s prezentací názorů jednotlivců v obci, jako jsou volební kampaně, politické debaty nebo prezentace nových projektů a myšlenek.

Hlavními faktory městského marketingu jsou podle Hálek (2008) soutěže o udržení kvalitní a hlavně kvalifikované pracovní síly, boje o sportovní a kulturní akce, boje o pobočky progresivně orientovaných podniků a podpůrné finanční prostředky pro vědu a techniku. Aby město mohlo konkurovat ostatním destinacím, musí se správa snažit lépe využít nebo rozvíjet již existující potenciál v oblasti ekologie, kapitálu, území, trhu a infrastruktury. Město potřebuje podpůrné a finanční prostředky pro vědu a techniku, protože inovativní technologie a výzkum mohou přinést nové podnikatelské příležitosti a vytvořit nová pracovní místa.

Hálek (2008) ve své publikaci uvádí, že existuje mnoho klíčových faktorů lokalizace, které přispívají k vylepšení městského obrazu, zvyšování životní úrovně obyvatel ve městě a přilákání nového kapitálu, což zase přináší výhodu v konkurenci s jinými městy a přispívá k posílení ekonomického růstu a prosperity.

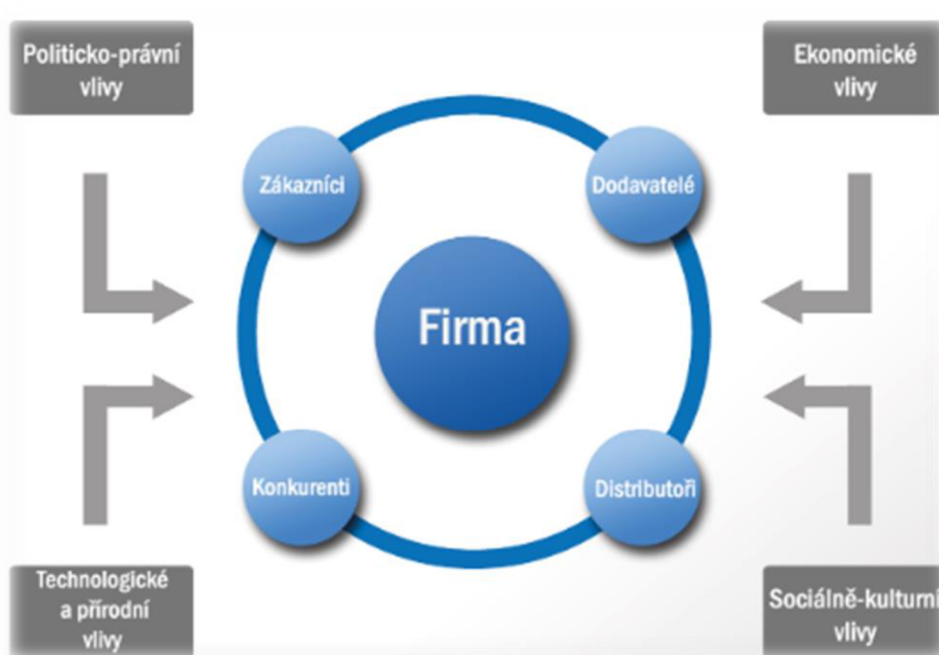
Patří mezi ně:

- kvalita životního prostředí a kvalita centra, což zahrnuje dostupnost služeb a nákupních možností,
- image obce a její prezentace,
- přírodní parky a regionální zelené plochy, které mohou být pro obyvatele i návštěvníky obce atraktivní a poskytovat příležitosti pro volný čas a relaxaci,
- možnosti vzdělávání a zvyšování jeho úrovně,
- sportovní a kulturní vyžití (divadlo, fotbalové utkání),
- lokální a regionální kulturní nabídka (Hálek, 2008).

### 3.8 Marketingové prostředí obce

Podle Karlíčka (2018) každé podnikání probíhá v určitém prostředí, které se v čase více či méně mění. Marketéři musí být schopni tuto informaci sbírat, analyzovat a aplikovat při tvorbě marketingových strategií a plánů, aby byli schopni reagovat na změny a přizpůsobit se novým podmínkám na trhu.

Změny na trhu mohou být velmi dynamické a často jsou způsobeny vnějšími faktory, jako jsou změny v technologiích, trendech nebo dokonce pandemií. Je důležité vnímat tyto změny jako příležitosti, nikoli jako hrozby. Je zapotřebí, aby se obce a organizace změnám neustále přizpůsobovaly, což je náročné, ale těm šikovnějším změny na trhu mohou poskytnout příležitost dostihnout nebo předstihnout svou konkurenci v průběhu času. Pokud organizace dokáže být rychlejší a flexibilnější než konkurence, může získat výhodu a posílit svoji pozici na trhu. Nejvýznamnější z faktorů marketingového prostředí (vnější) jsou uvedeny na obr. 1 Karlíček (2018).



Obrázek 1: Marketingové prostředí (trh)

Zdroj: Karlíček (2018)

Skořepa (2008) ve své publikaci uvádí, že rozhodnutí a aktivity místních samospráv mohou mít významný vliv na marketingové prostředí, v němž obec nebo organizace působí. Dále poukazuje na to, že některé síly ovlivňující marketingové

prostředí mohou být do jisté míry ovlivnitelné, zatímco jiné mohou být téměř neovlivnitelné. Marketingové prostředí přináší jak příležitosti, které mohou obci přinést prospěch a finanční zisk, tak i rizika a ohrožení, kterými mohou být finanční ztráty, technologická rizika nebo negativní vliv na zdraví a životní prostředí. To nastává v případě, pokud jsou marketingové aktivity nedostatečně promyšlené a vedou k ohrožení a poklesu obce nebo organizace.

Cílem rozdělení marketingového prostředí obce na vnitřní a vnější prostředí je získat lepší přehled o pozici obce vůči různým vlivům a subjektům, které mohou mít vliv na její činnosti.

### **3.8.1 Vnitřní prostředí**

Podle (Janečkové a Vašítkové, 1999) můžeme vnitřní prostředí z hlediska správy obce definovat jako situaci organizace, která je pověřena zabezpečováním správy a dalších úkolů svěřených obci ze zákona.

Podle Kaly (2007) je to prostředí obce, které zahrnuje fyzický prostor, kde se vykonávají veřejné funkce a správa obce. To umožňuje představitelům obce aktivně ovlivňovat fungování obce a plnit své povinnosti a úkoly. Zároveň vnitřní prostředí obce ovlivňuje i chování občanů a může mít vliv na jejich vnímání a spokojenost s místním životem.

Některé prvky, které mohou být zařazeny do kategorie vnitřního prostředí obce, zahrnují:

#### **Instituce zřízené obcí**

- mají za úkol zajišťovat sociální a veřejné služby (pečovatelské domy, mateřské školy, poradenské služby, bezpečnostní a pořádkové služby, zdravotnické služby a mnoho dalších),
- systémy včasného varování (ozvučené sirény, systémy monitorování kvality ovzduší) (Kala, 2007).

#### **Obecní úřad**

- zaměstnanci obecního úřadu (správa majetku obce),
- starosta (odpovědný za řízení obecní samosprávy) (Kala, 2007).

### **3.8.2 Vnější prostředí**

Samotná obec je ovlivňována různými vnějšími faktory. Tyto faktory lze rozdělit do několika skupin: demografické prostředí, ekonomické prostředí, politicko-právní prostředí, sociálně-kulturní prostředí, přírodní a technologické prostředí. Všechny tyto faktory mohou mít vliv na fungování a správu obce a je důležité, aby obec byla schopna reagovat na změny a přizpůsobit se novým podmínkám.

#### **Demografické prostředí**

Je velmi důležité brát v úvahu názory obyvatel ohledně budoucnosti obce, zejména vzhledem k poklesu počtu obyvatel, migraci a snížení porodnosti, což může vést k poklesu rozpočtu obce. Proto je důležité věnovat tomuto demografickému prostředí velkou pozornost. Hlavně zastupitelstvo nebo jakákoliv správa obce musí věnovat demografickému prostředí velkou pozornost, protože umožňuje pochopit charakteristiky obce a její obyvatelstvo a přizpůsobit nabízené služby a produkty potřebám konkrétních skupin obyvatel. Toto prostředí se zaměřuje na charakteristiku populace v dané obci, včetně informací o její velikosti, sociální struktuře, věkovém složení, kvalitaci a příjmech (Janečková a Vašítková, 1999).

Hálek (2008) toto prostředí rozdělil:

- sociální, vzdělávací, příjmová a kvalifikační struktura,
- populační složení obce (podíl dětí, dospělých lidí, důchodců apod.),
- pohyb (mobilita) občanů (dojíždění na nákup, za službami, za prací),
- proměny v ekonomické aktivitě občanů (zaměstnanost),
- proměny v demografické struktuře obyvatelstva (porodnost nebo stárnutí populace).

#### **Ekonomické prostředí**

Ekonomické prostředí v oblasti místní správy se podle Janečkové a Vašítkové (1999) skládá z tří základních prvků - ekonomického mikroprostředí, mezoprostředí a makroprostředí. Mikroprostředí představuje samotnou hospodářskou situaci dané obce. Makroprostředí pak tvoří hospodářská situace

státu, zatímco mezoprostředí je tvořeno nejbližším trhem, což zahrnuje konkurenci, veřejnost, a další faktory.

Podle Hálek (2008) se ekonomické prostředí týká celkové hospodářské situace v určitém geografickém území:

- hospodářská situace státu (inflace, HDP, daňová politika),
- pravidla pro hospodaření obce,
- ekonomická situace obce (investice, příjmy a výdaje obce).

### **Politicko-správní prostředí**

Správné využití vyhlášek, zákonů a předpisů může být pro obce velmi prospěšné, protože tím mohou aktivně přispět k vytváření příznivého podnikatelského prostředí pro malé a střední podniky. Vytvoření příznivého právního prostředí také přitahuje investory a nové podniky, což může mít pozitivní vliv na zaměstnanost a hospodářský růst. Obec dále může díky zákonům, vyhláškám a předpisům přijmout opatření a chránit své obyvatele před negativními dopady podnikatelských aktivit, jako je například podomní prodej, který může být obtěžující a rušivý pro obyvatele. Tato opatření mohou zajistit klidné a bezpečné prostředí pro obyvatele obce (Janečkové a Vašítkové, 1999).

Kala a kol. (2007) tvrdí, že politicko-právní prostředí má vliv na chod obce, protože vymezuje rámec pravomocí a určuje chování představitelů obcí. Například, pokud je v politicko-právním prostředí obce zákon, který vyžaduje, aby se obec účastnila na určitém programu týkajícím se obnovy infrastruktury, musí obec poskytnout zdroje a personál, aby splnila tento požadavek. Dalším příkladem by mohlo být, že pokud politické strany v politicko-právním prostředí obce mají silné programy na podporu zaměstnanosti, mohou představitelé obce pracovat na vytvoření podmínek pro přilákání nových firem a tím vytváření pracovních míst.

### **Přírodní prostředí**

Je důležitým faktorem pro rozhodování osob, organizací a turistů, kde se usadit, nebo které obce navštěvovat. Obce s příjemným přírodním prostředím mohou být atraktivnější pro potenciální obyvatele, podnikatele a turisty, což může přinést výhody pro místní ekonomiku a rozvoj. Pokud obec nabízí krásné přírodní



scenérie, jako jsou národní parky, lesy, pláže nebo hory, může to být silný impulz pro turisty k návštěvě obce a využívání tamních turistických služeb. Například, obce, které se nacházejí v blízkosti populárních turistických atrakcí, jako jsou historická města, kulturní památky nebo přírodní rezervace, mohou přilákat velké množství turistů, kteří přinášejí příjmy do místního hospodářství. Na druhou stranu, pokud je přírodní prostředí v obci kontaminované nebo nedostatečně udržované, může to být důvod pro odrazování potenciálních obyvatel nebo podnikatelů (Janečková a Vašítková, 1999).

### **Sociálně-kulturní prostředí**

Prostředí, které se výrazně promítá do vnímání obce veřejností a zahrnuje soubor kulturních projevů, vztahů a hodnot, se nazývá sociálně-kulturním prostředím. Bývá ovlivněno mnoha různými faktory, jako je geografické umístění, historie obce, vzdělávací a kulturní instituce, hospodářské podmínky, politické a náboženské organizace a další. Sociálně-kulturní prostředí obce může mít výrazný vliv na kvalitu života obyvatel. Dobře fungující sociální a kulturní instituce mohou lidem poskytnout možnosti pro zábavu, vzdělávání, sportování a rozvoj osobnosti (Janečková a Vašítková, 1999).

V současném sociálně-kulturním prostředí se vyskytuje mnoho aktivit, které slouží k udržení a rozvoji společnosti. Mezi hlavní akce patří spolková činnost, která zahrnuje například ochotnické divadlo, svaz myslivců, nebo činnost sborů dobrovolných hasičů. Dále se zde konají různé společenské akce, jako jsou plesy, zábavy, festivaly a sportovní akce. Tyto akce mají za cíl poskytnout lidem příležitost ke společenskému setkání a kultivaci volného času. Kromě toho se v tomto prostředí udržují a připomínají kulturní a historické tradice, jako jsou posvícenské sešlosti, poutě a staročeské máje, které jsou důležité pro uchování kulturního dědictví a identifikace s místní komunitou (Kala, 2007).

### **Technologické prostředí**

Podle Kaly (2007) je to prostředí, které je určováno vědou a technikou. Jedná se především o využití vědy a techniky pro řízení obcí. Dále toto prostředí rozdělil na tři části: vybavení komunikačními technologiemi pro elektronickou

komunikaci s občany, informační systém a systémy včasného varování, jako jsou sirény, rozhlas a hlásiče.

Song a kol. (2022) ve své publikaci k odolné síti uvádí, že moderní elektrická síť hraje zásadní roli v provozu chytrých měst. Odolná elektrická síť dokáže odolat výpadkům, přizpůsobit se jim a včas se z nich zotavit. Mezi odolnou elektrickou sítí zařadil například síť založené na mikro sítích nebo aktivní distribuční síť. Dále pak integrované a více energeticky založené systémy, které kombinují různé zdroje energie (sluneční, větrné). Tyto systémy mohou být navrženy pro zvýšení účinnosti, snížení emisí a zvýšení soběstačnosti v oblasti energie.

### **3.9 Komunikační mix**

Komunikační mix se skládá z různých komunikačních nástrojů, které obce a organizace mohou použít pro komunikaci s občany a informování o důležitých záležitostech. Mezi hlavní prvky komunikačního mixu, které jsou použity v této diplomové práci, patří: webové stránky, sociální sítě, reklama a zjišťování zpětné vazby.

Podle Janečkové a Vašítkové (1999) komunikační mix představuje různé typy komunikace se subjekty, kterou obec používá při prezentaci svého produktu zákazníkům. Obec se snaží ovlivnit postoje, znalosti a chování zákazníků ve vztahu k nabízeným produktům prostřednictvím komunikace, která je známá jako propagace. Tímto způsobem může obec zvýšit povědomí o svých produktech, podpořit prodej a vytvořit pozitivní image. Propagační strategie mohou být velmi účinné pro podporu ekonomického růstu a konkurenceschopnosti dané obce.

Marketingová komunikace organizací slouží jako nástroj, jímž se organizace snaží informovat, ovlivňovat a přesvědčovat stávající a potenciální zákazníky. Účelem této komunikace je poskytovat relevantní informace zákazníkům a efektivně využívat různé prvky komunikačního mixu k vytváření výhodných a trvalých vztahů nejen s nimi, ale i širší veřejností. Takto organizace mohou posílit svou pozici na trhu a zlepšit vztahy s potenciálními zákazníky a veřejností (Skořepa a kol., 2008).

### 3.9.1 Reklama

*„Je to každá placená forma nepersonální prezentace a podpory myšlenek, výrobků nebo služeb, kterou vykonává identifikovatelný sponzor.“ (Skořepa a kol., 2008, str. 81)*

Určité produkty a komunity mohou využít různé typy reklamy a metody propagace k budování svého povědomí a přilákání zákazníků. Reklama je sice široce dostupná díky hromadným sdělovacím prostředkům, ale vzhledem k tomu, že je jednosměrnou formou komunikace, může být méně osobní a ztrácí se možnost přímé interakce s publikem. To může vést k riziku přehnaného zdůrazňování pozitivních stránek produktů a ignorování nedostatků. Kromě toho je třeba mít na paměti, že reklamní kampaň může být velmi nákladná, a přesto se nemusí vždy setkat s očekávaným úspěchem a dosáhnout požadovaného účinku (Foret, 2011).

Reklama má několik základních funkcí, mezi něž patří informování, přesvědčování a připomínání. V době rostoucí konkurence se často uplatňuje přesvědčovací reklama, jejímž cílem je přesvědčit zákazníka o výhodnosti našeho produktu. Taková reklama často pracuje s principem srovnání s konkurenčními produkty, aby co nejvýrazněji zdůraznila přednosti našeho výrobku. Tento druh reklamy může být velmi účinný, ale zároveň může být považován za kontroverzní, zejména pokud se srovnáváme s konkurenčními produkty nepoctivým nebo nereprezentativním způsobem. Další typ reklamy je informativní reklama, jejímž účelem je přiblížit nám vlastnosti produktu a informovat nás o jeho existenci. Cílem této reklamy je vyvolat u zákazníka zájem a podpořit poptávku. Poslední, připomínající reklama slouží k udržení povědomí o produktu (Foret, 2011).

### 3.9.2 Elektronická marketingová komunikace

Internet má zásadní vliv na oblasti marketingu, obchodu a komunikace po celém světě a zároveň se rychle rozvíjel jako žádné jiné médium. Díky této globální síti a komunikační platformě se internet postupně stal klíčovou součástí činností obcí v různých regionech, státních i nevládních institucí, zájmových sdružení, organizací a jednotlivců. Internet také umožňuje obcím sledovat a analyzovat chování svých občanů a přizpůsobit své marketingové a prodejní strategie podle jejich potřeb (Přikrylová a Jahodová, 2010).

### 3.9.3 Public relations

Public Relations, nebo také vztahy s veřejností, představují strategickou a řízenou aktivitu, jejímž záměrem je navazovat pozitivní vztahy mezi organizacemi a klíčovými skupinami veřejnosti. Tímto nástrojem se obce snaží vytvářet důvěru mezi sebou a svými občany (Foret, 2011).

Cílem je dosáhnout vzájemného respektu, spolupráce a vytvořit pozitivní obraz organizace, vysvětlit její cíle a poslání a navázat a udržet skvělé vztahy s klíčovými skupinami veřejnosti, jako jsou obyvatelé, zákazníci, zaměstnanci, investoři, akcionáři a místní komunity. Úspěšné Public Relations mohou organizaci pomoci získat si důvěru a podporu těchto skupin, což může vést k lepšímu prodeji produktů nebo služeb, zlepšení vztahů s veřejnými institucemi a získání výhodnějších podmínek pro obchodní aktivity (Foret, 2011).

### 3.10 SWOT analýza (*Marketingová strategie obce*)

Brender (2007) ve své publikaci popisuje SWOT analýzu jako metodu, která slouží k identifikaci a analýze čtyř klíčových aspektů, a to silné stránky, slabé stránky, příležitosti a hrozby. Provedení SWOT analýzy může být jednoduché nebo složité, v závislosti na velikosti a složitosti tématu. Detailní SWOT analýza by měla zahrnovat zohlednění pravděpodobnosti realizace příležitostí a eliminace slabých stránek, stejně jako pravděpodobnosti výskytu rizik a jejich dopadů. Důležitým faktorem je také průběžné sledování rizik s cílem včasného odhalení a identifikace.

Podle Kaly (2007) je strategická analýza výchozím bodem pro stanovení strategických cílů s ohledem na potřeby občanů a ostatních subjektů působících v obci.

#### 3.10.1 Části SWOT analýzy

- **Silné stránky** (Strengths) – lze sem zařadit vše, co obec dokáže udělat či nabídnout lépe než konkurence, také to, čeho obec a region dokáží využít ve svůj prospěch (kvalitnější samospráva, vysoká bezpečnost v dané lokalitě, lepší životní prostředí, velmi dobré kulturní a sportovní vyžití),

- **Slabé stránky** (Weaknesses) – zahrnují všechny nedostatky, které obce mají v porovnání s konkurencí (nedostatečnou či špatnou pověst, špatná infrastruktura, malé nebo zastaralé využívání moderních technologií pro propagaci obce),
- **Příležitosti** (Opportunities) – existuje mnoho nových příležitostí pro rozvoj, které by mohly obce a region posunout dále (pozitivní ekonomické předpoklady, například návštěva slavné osobnosti),
- **Ohrožení** (Threats) – faktory, které mohou negativně ovlivnit fungování obce. Popisují budoucí očekávaná slabá místa a mohou ohrozit příležitosti a silné stránky. (klesající význam zemědělství – odliv obyvatel do větších měst, negativní vliv ekonomických krizí na rozpočet obce) (Kala, 2007).

## **4 Praktická část**

Samotná praktická část práce se zaměřuje na použití teoretických poznatků a metodologie pro řešení konkrétních problémů a situací. V první části praktické části se popisují zkoumané subjekty, zajímavosti regionu a projekty, které jsou realizovány pod záštitou MAS Společná Cidlina. Poté následuje popis komunikačního mixu v regionu a SWOT analýza, která analyzuje slabé stránky, silné stránky, příležitosti a hrozby. V závěrečné části praktického výzkumu jsou představeny výsledky získané z dotazníkového šetření a analýzy dat. Tyto výsledky jsou následně vyhodnoceny a na základě nich jsou formulovány vhodné návrhy pro zlepšení marketingové strategie Společné Cidliny a regionu jako celku.

### **4.1 Charakteristika zkoumaných subjektů**

#### **4.1.1 MAS Společná Cidlina**

##### **Historie**

V roce 2002 se začalo v regionu pracovat na vytvoření místního partnerství pro rozvoj regionu. Jedním z výsledků této práce bylo založení místní akční skupiny (MAS) s názvem Společná CIDLINA. Zakládajícími členy této skupiny byli aktivní zástupci zúčastněných obcí, které představovali Svazek obcí Cidlina a Novobydžovsko. Celkem se do MAS Společná CIDLINA sdružilo 38 obcí, které chtěly společně pracovat na rozvoji svého regionu (Společná Cidlina, 2023).

Dne 7. května 2003 se v Nepolisech konalo první setkání, které mělo za úkol jeden cíl - zorganizovat schůzku za účelem založení místního partnerství. Všichni zájemci obdrželi předběžné návrhy projektů, které měly sloužit jako podklady pro strategii rozvoje regionu. Dne 28. května 2003 se konalo další setkání, kde bylo jednohlasně schváleno téma strategie, podle které by se měl region rozvíjet a řídit v budoucnu: "Zhodnocení kulturních a místních lidských zdrojů, podpora drobného podnikání a kulturního a společenského života včetně volnočasových aktivit obyvatel a návštěvníků regionu". Byly vytvořeny čtyři tematické pracovní skupiny, které se podílely na zpracování strategie pro rozvoj regionu. Firma Tima Liberec, která se specializuje na poradenskou a výzkumnou činnost trhu, ve spolupráci s obcí Nepolisy zajistila veškerou přípravu a administrativu na vznik

místní akční skupiny. Tento proces měl zásadní význam při plánování rozvoje regionu a jeho obcí, neboť jeho cílem bylo posílit místní ekonomiku a společenský život. (Společná Cidlina, 2023).

### Charakteristika

Region Společná Cidlina se skládá ze dvou skupin obcí - mikroregionu Novobydžovsko a Cidliny, a dvou samostatných obcí – Olešnice a Klamoš. Tento region byl pojmenován podle řeky Cidliny, která spojuje všechny zúčastněné obce. Lokalita MAS Společná Cidliny se nachází v okrese Hradec Králové, který se nachází v Královéhradeckém kraji a oblast je charakterizována rovinným terénem východních Čech. Celková rozloha území působnosti místní akční skupiny činí 313,4 km<sup>2</sup> (Společná Cidlina, 2023).



**Obrázek 2: Mapa území**

Zdroj: Společná CIDLINA (2023)

*„V říjnu 2014 byly schváleny nové stanovy, zvoleny nové orgány MAS a název - Společná CIDLINA, z.s.“ (Společná Cidlina, 2023).*

*„Účelem spolku je všestranná podpora trvalého rozvoje daného území zejména činnostmi ve prospěch obcí, neziskových organizací, drobných podnikatelů, malých*

*a středních podniků a dalších subjektů, působících na území.“ (Stanovy Společná CIDLINA, z.s., 2020, str. 3)*

MAS Společná Cidlina se neustále zapojuje do rozvoje regionu již od roku 2008, a také se od této doby téměř nezměnila členská základna. Členové aktivně pracují na realizaci jednotlivých projektů a strategií. Organizace má strukturu místní akční skupiny a pracuje na základě partnerství s 38 obcemi, z nichž 2 jsou venkovská střediska (Nový Bydžov a Chlumeč nad Cidlinou) (Společná Cidlina, 2023).



**Obrázek 3: Logo MAS Společná Cidlina**

Zdroj: Společná CIDLINA (2023)

Strategie, které má akční skupina připravené, jsou financovány evropskými fondy a podporují různé oblasti, jako je školství, zemědělství, občanská vybavenost a další. Společná Cidlina není nijak omezena - poskytuje neomezenou možnost účasti jednotlivcům, kteří se snaží rozvíjet své vlastní podnikání, komunity nebo obce a věří, že svým přínosem mohou jakkoliv přispět k rozvoji regionu. Pro vstup do místní akční skupiny tedy není vyžadována žádná specifická kvalifikace nebo postavení a každý zájemce může podat písemnou přihlášku ke vstupu. Valná hromada následně projedná tuto přihlášku a rozhodne o tom, zda bude daná osoba nebo organizace přijata jako člen. (Společná Cidlina, 2023).

**Tabulka 1: Organizační struktura**

Ing. Jana Bitnerová	manažerka spolku, vedoucí zaměstnanec SCLLD (Strategie komunitně vedeného místního rozvoje)
Ing. Erika Jelínková	předsedkyně spolku
Bc. Žaneta Musilová	projektová manažerka
Bc. Lucie Říhová	projektová manažerka
Petra Pražáková	projektová manažerka
Lenka Jelínková	účetní

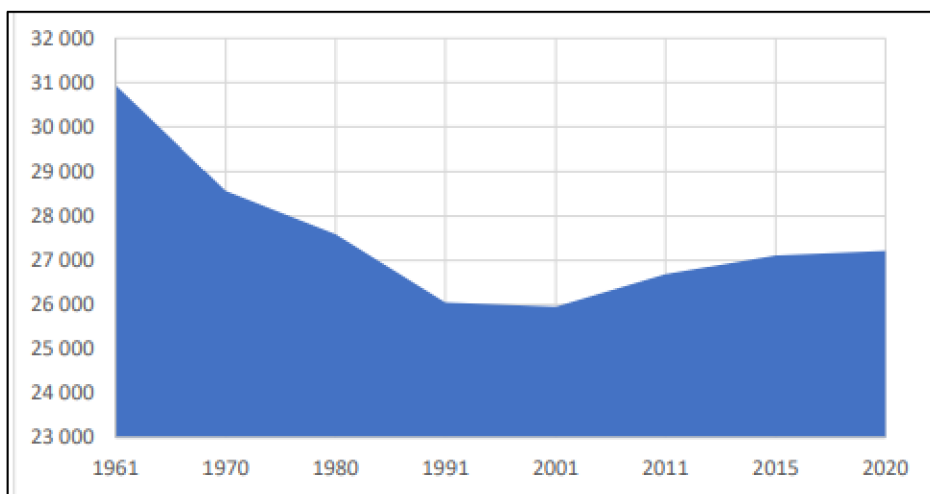
Zdroj: Vlastní zpracování s využitím [spolecnacidlina.cz](http://spolecnacidlina.cz) (2023)



## Obyvatelstvo

K datu 1. ledna 2020 bylo v celé oblasti zaznamenáno 27 215 obyvatel. To znamená, že v průměru na každém kilometru čtverečním žije 84 lidí. Tato informace může posloužit jako základ pro další analýzy a plánování v oblasti, jako například pro posouzení potřeby a dostupnosti veřejných služeb, infrastruktury a bydlení (Český statistický úřad, 2020).

V regionu lze pozorovat opětovný nárůstu počtu obyvatel od roku 2001. V období od roku 2001 do 1. ledna 2020 se počet obyvatel v regionu zvýšil o 1 262 osob. Největší podíl na celkovém počtu obyvatel připadá na dvě největší města v regionu, Nový Bydžov a Chlumeck nad Cidlinou, která společně obývá 46 % populace regionu (Český statistický úřad, 2020).



**Graf 1: Vývoj počtu obyvatel v regionu MAS**

Zdroj: ČSÚ (2020)

### 4.1.2 Mikroregion Novobydžovsko

Dříve bývalo v okrese Hradec Králové sdružení 19 obcí nazvané Mikroregion Novobydžovsko. Jeho hlavním úkolem bylo sjednocovat rozvoj daného území skrze společnou strategii, podporovat ekologickou udržitelnost, sdílet investice a propagovat region jako turistickou destinaci. Toto sdružení bylo založeno v roce 2001, ale v roce 2016 zaniklo. V dnešní době jsou obce, které byly součástí Mikroregionu Novobydžovsko, začleněny do Regionu Společná Cidlina (Mikroregion Novobydžovsko, 2023).

Seznam obcí, které byly součástí Mikroregionu Novobydžovska: Barchov, Hlušice, Humburky, Kobylice, Kosičky, Králíky, Myštěves, Nový Bydžov, Ohnišťany, Prasek, Petrovice, Skřivany, Smidary, Sloupno, Starý Bydžov, Šaplava, Vinary, Zachrašťany a Zdechovice (Mikroregion Novobydžovsko, 2023).

#### **4.1.3 Svazek obcí Cidlina**

Svazek obcí Cidlina vznikl jako spojení patnácti obcí v okrese Hradec Králové, které se rozhodly spolupracovat na koordinaci rozvoje mikroregionu na základě společné strategie. Sídlem svazku byly Nepochyby a jeho hlavním cílem bylo dosáhnout ekologické stability území pomocí koordinovaných investičních akcí. Svazek obcí Cidlina byl založen v roce 2000 a ukončil svou činnost v roce 2016. V současnosti jsou obce, které dříve patřily do Svazku obcí Cidlina, součástí regionu místní akční skupiny Společná Cidlina (Cidlina, svazek obcí, 2023).

Seznam obcí, které byly součástí Svazku obcí Cidlina: Babice, Chlumec nad Cidlinou, Chudeřice, Káranice, Kosice, Lovčice, Lišice, Lužec nad Cidlinou, Měník, Mlékosrby, Nepochyby, Nové Město, Převýšov, Písek a Stará Voda. (Cidlina, svazek obcí, 2023).

#### **4.1.4 Chlumec nad Cidlinou**

Chlumec nad Cidlinou je město v okrese Hradec Králové, ležící přibližně 28 km západně od krajského města Hradce Králové. Kromě centra zahrnuje také tři předměstí - Hradecké, Kolínské a Pražské. Dále ke Chlumci nad Cidlinou patří několik menších vesnic, jako jsou Pamětník, Kladruby a Lučice. Chlumec nad Cidlinou čítal v roce 2020 celkem 5 501 obyvatel (Český statistický úřad, 2020).

Chlumec nad Cidlinou se nachází na soutoku řeky Bystřice a Cidliny a je obklopen nádhernou rovinatou krajinou, která zahrnuje obilné lány, louky, ovocné sady, rybníky a lesy (Společná Cidlina, 2023).

Město má bohatou historii, která sahá až do 12. století, nicméně od roku 1611 je těsně spojena se šlechtickým rodem Kinských, jejichž zámek Karlova Koruna dominuje nejen městu, ale i jeho okolí. Mezi významné osobnosti, které jsou s městem spojeny, patří Jan Říha, podle kterého byl pojmenován Říhův dům, a V. K. Klicpera, podle něhož bylo pojmenováno náměstí v Chlumci nad Cidlinou.

Dalšími významnými osobnostmi jsou: Jaroslav Goll, Mistr Bartoloměj Klaret de Solencia a Berta Kinská (Společná Cidlina, 2023).

Město se může pyšnit i významnými historickými událostmi. Jednou z nich je porážka selského povstání v roce 1775, která je dodnes připomínána Památníkem selských bouří na malém návrší zvaném Skalka, nacházejícím se východně od města. Z dob této bitvy také pochází slavná hláška "dopadli jak sedláci u Chlumce" (Společná Cidlina, 2023).

Kulturní život v Chlumci nad Cidlinou je také velmi bohatý. Město pořádá pravidelně různé kulturní akce, jako jsou divadelní představení, koncerty, výstavy a festivaly. Mezi nejvýznamnější patří například mezinárodní folklorní festival, který přiláká tisíce návštěvníků z celého světa, nebo tradiční vánoční jarmark.

Město se snaží také podporovat rozvoj cestovního ruchu a zároveň chránit přírodu a životní prostředí. Proto se v posledních letech stalo členem místní akční skupiny pro rozvoj venkova a zapojilo se do projektů na ochranu přírody a krajiny. V rámci města a jeho okolí je rovněž dobře vybudovaná síť cyklostezek a turistických tras, které vedou přes krásný krajinný terén s mnoha přírodními a kulturními zajímavostmi

#### **4.1.5 Nový Bydžov**

Nový Bydžov je historickým městem, které bylo založeno v roce 1305 u řeky Cidliny. Středem města je náměstí, které má rozměry 100x100 metrů, a ze kterého vybíhají čtyři hlavní a osm vedlejších ulic. Na náměstí se nachází novogotická radnice, která byla vystavěna v roce 1865. Dominantou je barokní sousoší mariánského morového sloupu, umístěné uprostřed kruhového objezdu. Území Nového Bydžova je pro svou historickou hodnotu vyhlášeno jako památková zóna a je domovem mnoha historických budov a památek, včetně gotického kostela sv. Vavřince z počátku 14. století. Město má rovněž k dispozici třetí nejstarší židovský hřbitov v Čechách, který byl založen v roce 1520 (Společná Cidlina, 2023).

K Novému Bydžovu patří také další obce, mezi něž patří Nová a Stará Skřeněř, Žantov, Skochovice a Vysočany. V roce 2020 žilo v Novém Bydžově celkem 6 935 obyvatel (Český statistický úřad, 2020).

V Novém Bydžově se také nachází Městské muzeum, které má své prostory v secesní budově bývalé spořitelny. Muzeum má významné sbírky uměleckých děl, mezi které patří například obrazy Petra Brandla a sochy Václava Kudery Křapíka (Společná Cidlina, 2023).

Město má rozvinutou infrastrukturu, včetně škol, knihovny, sportovních zařízení a mnoha obchodů a restaurací. V blízkosti města se také nachází průmyslová zóna, která nabízí příležitosti pro podnikání a zaměstnanost.

Celkově lze říci, že Nový Bydžov je malebné historické město s bohatou kulturní a přírodní atmosférou, které nabízí svým návštěvníkům řadu aktivit a zážitků.

#### **4.1.6 Napolisy**

Obec Napolisy, která slouží jako sídlo MAS Společná Cidlina, se nachází v jihozápadní části Královéhradeckého kraje a skládá se ze tří částí. Nejsevernější částí obce jsou Zadražany, nejvýchodnější Luková a Napolisy se nacházejí na západní straně. V roce 2022 zde žilo celkem 1004 obyvatel a průměrný věk obce byl 42,4 let. Napolisy leží v Polabské nížině v nadmořské výšce 232 metrů (Český statistický úřad, 2023).

Obec Napolisy disponuje velmi výhodnou lokalitou v republice. Obcí prochází silnice II/327, která je velmi frekventovaná a spojuje města spádová města Chlumeck nad Cidlinou (5 km) a Nový Bydžov (6 km). Obec Napolisy se nachází v ústřední části mezi těmito městy (Obec Napolisy, 2023).

Dnes jsou Napolisy příjemnou a klidnou obcí s rozsáhlou historií, která sahá až do 13. století a má bohaté kulturní dědictví. Hlavní turistickou atrakcí obce je kostel sv. Máří Magdalény, který je významným místem pro tradiční půlnoční mše, koncerty a prohlídky. Dalšími zajímavostmi jsou například památník obětem první a druhé světové války, kaplička sv. Jana Nepomuckého nebo zvonička u kostela (Obec Napolisy, 2023).

Obec Napolisy nabízí mnoho aktivit a služeb pro své obyvatele i návštěvníky, například sportovní hřiště, cyklostezky, knihovnu, poštu, kadeřnictví, manikúru a další.

## 4.2 Zajímavosti v regionu

Níže jsou popsány zajímavosti v regionu vybrané na základě rozhovoru s Ing. Janou Bitnerovou a jejím doporučení.

### 4.2.1 Zámek Karlova Koruna

Zámek Karlova Koruna je krásná barokní stavba nacházející se v blízkosti města Chlumeck nad Cidlinou v Královéhradeckém kraji. Byl vybudován v letech 1721-1723 a nese typické prvky Santiniho geniality a osobitosti. Jedná se o jednu z nejvýznamnějších památek českého baroka a je znám pro svou dokonalou centrální kompozici (Zámek Karlova Koruna, 2023).

Hlavní dominantou zámku je velká oválná věž, která je vysoká 40 metrů. Celý zámek se skládá ze středového válce o dvou patrech, ke kterému jsou připojena tři jednopatrová křídla čtvercového půdorysu. Objekt je umístěn do krajiny tak, aby vynikl jeho dokonalý půdorys a centrální kompozice. Hlavní průčelí zdobí řada balkónů a okenních rámců s kamenickou výzdobou. Interiér zámku je bohatě zdobený freskami a sochami. V zámeckém parku se nachází původní barokní kašna a mnoho soch. V parku se také nachází malý zámecký pavilon a lovecký zámeček, který sloužil jako letní sídlo hraběte Šternberka (Zámek Karlova Koruna, 2023).



Obrázek 4: Zámek Karlova Koruna

Zdroj: archiv KHK (2023)

V 19. století došlo k výstavbě hospodářských budov v okolí zámku, jako je například Lichtensteinský trakt a Tereziánský trakt, kvůli nedostatku prostorů v samotném zámku. Po znárodnění majetku Kinských v roce 1948 se v budově usadila Národní galerie. V roce 1992 byl majetek navrácen rodině Kinských. Na zámku je k dispozici výstava, která je zcela ojedinělá a věnuje se tradicím chovu koní a historii rodu Kinských (Zámek Karlova Koruna, 2023).

Zámek Karlova Koruna je otevřen pro veřejnost a je oblíbenou turistickou atrakcí. Návštěvníci si mohou prohlédnout bohatě zdobené interiéry zámku, které jsou plné uměleckých děl a historických artefaktů. Park zámku je ideálním místem pro procházky a pikniky a nabízí krásné výhledy na okolní krajinu. Je to ideální místo pro milovníky historie, umění a přírody, kteří si chtějí užít krásného dne v tiché a klidné atmosféře zámeckého parku. Zámek je také oblíbeným místem pro svatby a jiné společenské události.

#### **4.2.2 Rozhledna Kosice**

Východní Čechy nabízejí mnoho krásných míst k návštěvě a jedním z nich je i rozhledna v obci Kosice u Chlumce nad Cidlinou, která se nachází západně od Hradce Králové.

Autor článku na webové stránce [turistika.cz](http://turistika.cz) (2018) toto místo popisuje jako ideální místo pro všechny, kteří se chtějí pokochat okolními hezkými výhledy. Součástí místního přírodního parku je uměle vytvořený kopec, který vznikl po vybagrování rybníka. V roce 2017 byla na vrcholu tohoto kopce postavena 8 metrů vysoká dřevěná rozhledna, která nabízí úchvatné kruhové výhledy. Přestože se vyhlídková plošina nachází ve výšce necelých 5 metrů, z rozhledny se otevírají kruhové výhledy na okolí, včetně vrcholků Železných hor a chladicích věží elektrárny Chvaletice. Kromě toho jsou z rozhledny vidět i Krkonoše, Orlické hory a vojenský radar u obce Nepochy.

Přístup k rozhledně je možný autem do vzdálenosti 700 metrů, nebo se sem návštěvníci mohou vydat na kole. Rozhledna v Kosicích u Chlumce nad Cidlinou je skvělým místem pro výlety s rodinou, přáteli nebo pro romantický výlet ve dvou.

### 4.2.3 Zámek Sloupno

Barokní zámek Sloupno se nachází v obci Sloupno nedaleko Nového Bydžova v okrese Hradec Králové v Královéhradeckém kraji. Původní zámek na místě dnešní budovy byl postaven v 16. století a později byl několikrát přestavěn. Projekt nynější stavby vypracoval roku 1748 břevnovsko-broumovský architekt Kilián Ignác Dientzenhofer a výstavba probíhala v následujících letech. Zámecká budova se nachází na západní straně rozsáhlého, hospodářského dvora, který je situován západně od původního jádra obce (Oficiální stránky obce Sloupno, 2023).



**Obrázek 5: Zámek Sloupno**

Zdroj: Obec Sloupno (2023)

Zámek Sloupno je historická budova, která nyní slouží jako kulturní centrum a místo pro různé společenské akce a je v současnosti ve vlastnictví obce Sloupno. Je přístupný po celou letní sezónu veřejnosti, a pod záštitou OS Pocidliní se zde pravidelně konají koncerty, výstavy, vernisáže a jiné kulturní a společenské akce.



#### 4.2.4 Fajnpark Chlumeck nad Cidlinou

Fajnpark Chlumeck nad Cidlinou je moderní rekreační areál nacházející se v krásné přírodě v blízkosti města Chlumeck nad Cidlinou v Královéhradeckém kraji v České republice. Tento areál, který nabízí širokou škálu aktivit pro rodiny s dětmi, byl v oblasti, která dříve sloužila jako vojenský prostor v Chlumci nad Cidlinou.

Toto centrum přináší komplexní zábavní zážitek spojující největší trampolínové centrum v České republice, písčaná hřiště pro plážový volejbal a tenis, Mini cars, atrakce v podobě vodních a vzduchových děl, hřiště pro nejmenší návštěvníky pod názvem Miniměsto a Dinoprales s pohyblivými se a hlasitě řvoucími prehistorickými ještěry. Kromě toho Fajnpark umožňuje návštěvníkům projít se přímo výběhem, kde jsou ovce, kozy, lamy, oslíci a dokonce i klokani. Nechybí ani Bosov, což je stezka bosou nohou, kde si návštěvníci mohou vychutnat klidnou relaxační zónu (Oficiální stránky Fajnpark, 2023).



**Obrázek 6: Fajnpark**

Zdroj: fajnpark.cz (2023)

Pokud si návštěvníci Fajnparku chtějí odpočinout od všech atrakcí a zábavy, mohou se usadit v jednom z pohodlných sedadel, které jsou rozmístěna v areálu. Zde si mohou vychutnat lahodné jídlo a nápoje, které nabízí širokou škálu kulinářských zážitků. Všechny atrakce jsou průběžně monitorovány zkušeným personálem. Vstupné do parku stojí 429,- Kč, ale jsou také k dispozici různé zvýhodněné vstupné pro rodiny nebo děti (Oficiální stránky Fajnpark, 2023).



#### 4.2.5 Městské muzeum Loreta

Městské muzeum Loreta se nachází ve městě Chlumec nad Cidlinou. Muzeum se nachází v blízkosti městské Lorety, což je barokní poutní místo a jedna z nejvýznamnějších památek města.

V muzeu jsou vystaveny sbírkové předměty, které se zaměřují na historii města Chlumce nad Cidlinou a jeho okolí, zahrnující archeologické nálezy a historické dokumenty. Expozice jsou prezentovány jak prostřednictvím stálých výstav, tak i krátkodobých výstav a dalších kulturně-výchovných aktivit určených pro různé věkové skupiny, včetně dětí a mládeže, seniorů a handicapovaných občanů (Oficiální stránky města Chlumec nad Cidlinou, 2023).



**Obrázek 7: Muzeum Loreta**

Zdroj: Pavel Picmaus (2017)

Muzeum Loreta je rovněž místem, kde se pořádají různé kulturní akce a výstavy, včetně tradičních vánočních jarmarků a koncertů vážné hudby. Pro turisty a návštěvníky města je muzeum zajímavým místem, které nabízí možnost seznámit se s historií Chlumce nad Cidlinou a jeho okolí.

#### 4.2.6 Kostel sv. Máří Magdalény

Kostel sv. Máří Magdalény se nachází v obci Nepochy v okrese Hradec Králové v Královéhradeckém kraji v České republice. Tento kostel je již zmiňován roku 1391 jako dřevěná gotická stavba, kterou roku 1707 nahradila barokní zděná stavba. V roce 1896 došlo k jeho poboření a v roce 1901 byl dokončen nový pseudorománský kostel sv. Máří Magdalény. Výrazné prvky kostela jsou jeho věž, fasády a interiér. Kostel má hranolovou věž s jehlancovou střechou, která dosahuje výšky 44 metrů. Fasády kostela jsou zdobeny plastickými prvky, kamennými rámci a profilovanými římsami. Interiér kostela obsahuje mnoho hodnotných uměleckých děl, včetně oltářů, soch a obrazů. (Špaček, 2017)

Dnes je tento kostel chráněn jako kulturní památka České republiky a je významnou kulturní památkou a turistickou atrakcí v regionu. Každoročně se zde konají různé kulturní akce, jako jsou například vánoční koncerty a výstavy. (Špaček, 2017)



Obrázek 8: Kostel sv. Máří Magdalény

Zdroj: Obec Nepochy (2023)

### **4.3 Katalog projektů**

V této kapitole jsou uvedeny projekty, které byly již realizovány nebo jsou stále v realizaci. Mezi konkrétní projekty, které MAS Společná Cidlina podporuje, patří například rozvoj turistických tras a cyklostezek, podpora drobných zemědělských podniků, podpora kulturních akcí a festivalů, či zlepšování kvality životního prostředí.

#### **4.3.1 Realizované projekty z OPŽP (Operační program Životní prostředí)**

##### **Projekt regenerace návsi v Lovčicích**

Obec Lovčice podala žádost o realizaci projektu regenerace návsi, který probíhá v období od 11. listopadu 2019 do 30. června 2024. Cílem projektu je obnova veřejně přístupného místa obce a revitalizace zelených ploch. Projekt zahrnuje péči o stávající stromy, výsadbu nových stromů a keřů a obnovu travnatých ploch. Realizací projektu je zvýšena druhová pestrost dřevin, zachována migrační prostupnost zastavěného území obce a podpořeno zachování zelené plochy jako významné biologické různorodosti v zastavěném území obce. Celkové náklady projektu činí 1.546.341,15 Kč, z čehož je dotace ve výši 790.434,90 Kč (Společná Cidlina, 2023).

##### **Revitalizace zeleně v Lužci nad Cidlinou**

Žádost o financování projektu "Revitalizace zeleně v Lužci nad Cidlinou" byla podána obcí Lužec nad Cidlinou s termínem realizace od 15. dubna 2019 do 30. června 2024. Projekt se zaměřuje na obnovu dvou veřejně přístupných ploch zeleně, které jsou součástí zastavěného území a jeho okraje. Cílem opatření je zlepšení bezpečnosti provozu, dosažení nové zeleně, obnova travnatých ploch a udržení a postupné zlepšení podmínek pro uchování biodiverzity (biologické rozmanitosti) a funkcí zeleně ve venkovském prostředí. Celkové náklady projektu činí 1.856.192,91 Kč, z čehož je dotace ve výši 1.042.470,- Kč. Monitorovacími indikátory projektu jsou plochy stanovišť s cílem zlepšit jejich stav zachování, počet prvků a ploch sídelní zeleně s posílenou ekostabilizační funkcí a celkový počet vysazených stromů (Společná Cidlina, 2023).

## **Sadové úpravy parku u Svaté Trojice a Duhového parku v Novém Bydžově**

Cílem projektu, který žádalo město Nový Bydžov, je realizace sadových úprav v parkových lokalitách Svaté Trojice a Duhového parku, které jsou veřejně přístupné. Termín realizace je od 14. srpna do 30. června 2024. Projekt zahrnuje založení nové plošné zeleně a revitalizaci stávající zeleně s cílem výrazně zvýšit biodiverzitu v okolí, vytvořit věkovou i druhovou různorodost a zajistit stabilitu celku. Realizací projektu dojde k posílení přirozených funkcí přírody, rozšíření přirozených stanovišť pro organismy a živočichy a zároveň bude posílena sociologická a zdravotní funkce parku. Celkové náklady projektu činí 3.549.987,85 Kč, z toho dotace je ve výši 1.423.351,76 Kč. Projekt je monitorován pomocí následujících indikátorů: plocha stanovišť, která jsou podporována s cílem zlepšit jejich stav zachování, počet prvků a ploch sídelní zeleně s posílenou ekostabilizační funkcí a celkový počet vysazených stromů (Společná Cidlina, 2023).

### **4.3.2 Realizované projekty z OPZ (Operační program Zaměstnanost)**

#### **Personální podpora a podpora vzdělávání v DUHA o.p.s.**

DUHA o.p.s. žádala o poskytnutí vzdělávací a personální podpory pro pobytovou odlehčovací službu pro osoby se zdravotním nebo tělesným postižením v souladu s §44 zákona 108/2006 Sb. o sociálních službách v platném znění. Tento projekt probíhal od 1. 3. 2018 do 31. 3. 2021 a umožnil poskytnutí kvalitní sociální služby po omezenou dobu těmto osobám, které jsou obvykle pečovány v domácím prostředí. Díky novému zaměstnanci, který nahradil pečujícího člena rodiny, bylo možné poskytnout nezbytný odpočinek a čas pro regeneraci sil a vyřízení osobních záležitostí. Celkové náklady projektu činily 2.060.950,- Kč a byly financovány v plné výši dotací. Monitorovacími indikátory byli 29 účastníků projektu a 9 účastníků procesu vzdělávání (Společná Cidlina, 2023).

#### **Podpora osob v sociálním podniku OK AQUALIGNUM**

Projekt s názvem "Podpora osob v sociálním podniku OK AQUALIGNUM" byl realizován společností OK AQUALIGNUM s.r.o. v období od 1. března 2018 do 31. října 2019. Cílem projektu bylo zaměstnat tři osoby z cílové skupiny znevýhodněných osob na pozicích výrobních dělníků, kteří se podíleli na výrobě dřevěných a plastových výrobků pro zahrady a vodní stavby. Společnost

OKAQUALIGNUM s.r.o. se řadí mezi sociální podniky a prosazuje principy sociálního podnikání, které spojují ekonomické nástroje s prováděním sociálně prospěšné činnosti (Společná Cidlina, 2023).

Celkové náklady projektu činily 1.219.400,- Kč, z čehož byla částka 1.036.490,- Kč financována z dotace. Mezi monitorovací indikátory patřily: tři účastníci projektu a jeden sociální podnik vzniklý díky podpoře (Společná Cidlina, 2023).

### **Společné prázdniny v DSO POCIDLINSKO**

Projekt s názvem "Společné prázdniny v DSO POCIDLINSKO" byl realizován Dobrovolným svazkem obcí POCIDLINSKO v období od 1. 7. 2017 do 31. 10. 2019. Projekt spočíval v organizaci letních příměstských táborů pro děti a mládež v oblasti Společná CIDLINA. Tábory probíhaly v celkem 56 turnusech na území 11 obcí a měst v regionu. Celkové náklady projektu dosáhly částky 2.919.375,00 Kč, z čehož byla dotace ve výši 2.773.406,30 Kč. Monitorovacími indikátory projektu byly celkový počet účastníků, který dosáhl hodnoty 280, a kapacita podporovaných zařízení, která byla stanovena na 148 (Společná Cidlina, 2023).

### **4.3.3 Realizované projekty z PRV (Program rozvoje venkova)**

Společná Cidlina má na webových stránkách zmíněno celkem 22 projektů realizovaných z PRV. V následující části jsou představeny tři projekty, které vycházejí z doporučení Ing. Jany Bitnerové.

#### **Nákup technologie a vybavení v rámci modernizace ubytovacího zařízení v Novém Bydžově**

V rámci modernizace ubytovacího zařízení v Novém Bydžově realizoval žadatel Miroslav Pošík projekt, který obsahoval nákup 30 ks židlí a 10 ks stolů z umělého ratanu pro venkovní posezení u restaurace, 16 ks postelí včetně roštu a matrace pro hotelové pokoje a 3 ks technologií do kuchyňského provozu (mrazicí stůl přístěnný, chladicí stůl pro gastrónadoby, šokový zchlazovač). Celkové náklady projektu dosáhly částky 585.925,- Kč, z čehož dotace představovala 217.906,- Kč. Monitorovacími indikátory projektu byly: 1 x počet podpořených podniků a 1 x vytvořené pracovní místo (Společná Cidlina, 2023).

## **Nákup lesnických strojů a technologií**

V rámci projektu "Nákup lesnických strojů a technologií II." obec Králíky žádala o podporu. Projekt zahrnoval nákup lesnických strojů a technologií, jako je traktor s ochrannou konstrukcí, čelní nakladač, rýhový zalesňovací stroj, klanicový vyvážecí vlek, příkopové rameno a lanový naviják pro soustředování dříví. Celkové náklady projektu činily 4.802.490,- Kč, z čehož byla poskytnuta dotace ve výši 1.984.500,- Kč. Projekt byl realizován v období od května 2019 do listopadu 2019 (Společná Cidlina, 2023).

## **Vybavení ordinace**

Název projektu "VYBAVENÍ ORDINACE" podaného MVDr. Měsíčkem Jiřím, byl realizován v termínu od května 2019 do listopadu 2019. Projekt se zaměřoval na vybavení veterinární ordinace o zubní ultrazvuk, sonograf, kauter a operační světlo. Celkové náklady projektu činily 466.602,- Kč, z čehož byla dotace poskytnuta ve výši 173.529,- Kč (Společná Cidlina, 2023).

### **4.3.4 Realizované projekty z IROP (Integrovaný regionální operační program)**

Společná Cidlina prezentuje na svých webových stránkách informace o 12 projektech, které byly realizovány nebo jsou v realizaci v rámci podpory regionálního rozvoje. Tyto projekty jsou důkazem úspěšné spolupráce mezi Společnou Cidlinou a dalšími organizacemi, a to včetně soukromých subjektů, obcí a měst v regionu.

Zejména čtyři projekty, které jsou uvedeny níže, jsou významné pro rozvoj regionu a významně přispěly k budování regionu. Tyto projekty byly vybrány na základě s Ing. Janou Bitnerovou a poskytují příklady úspěšného využití finanční podpory pro zlepšení regionálního hospodářství.

#### **Modernizace sociálních služeb pro DUHA o.p.s. Nový Bydžov**

DUHA o.p.s. Nový Bydžov realizovala v období od května 2017 do července 2018 projekt modernizace sociálních služeb pro podporu svého poslání. Projekt zahrnoval nákup automobilu pro terénní pečovatelskou službu a nákup 2 ks postelí a zvedacího zařízení pro odlehčovací služby. Celkové náklady projektu dosáhly částky 918.865,- Kč, z čehož 872.921,- Kč tvořila dotace.

Monitorovací indikátory projektu zahrnovaly: 1x počet podpořených zázemí pro služby a sociální práci, 2x počet poskytovaných druhů sociálních služeb a 12x kapacitu služeb a sociální práce (Společná Cidlina, 2023).

### **Rekonstrukce chodníku Nepochy**

Předmětem projektu "Rekonstrukce chodníku Nepochy" byla rekonstrukce chodníku v délce 559 m, který slouží jako základní prostředek pro dopravu do škol a zaměstnání v obci Nepochy. Projekt byl realizován obcí Nepochy v období od června 2018 do srpna 2018, a jeho celkové náklady činily 1.410.999,- Kč, z čehož byla částka 1.182.111,- Kč poskytnuta v rámci dotace. Jedním z monitorovacích indikátorů byl počet realizací vedoucích ke zvýšení bezpečnosti v dopravě (Společná Cidlina, 2023).

### **Nástavba přírodovědných učeben a umístění výtahu v ZŠ Skřivany**

Obec Skřivany si přála zvýšit kvalitu vzdělávání v místní základní škole, a proto požádala o dotaci na projekt nástavby přírodovědné a počítačové učebny, kabinetů, sociálního zázemí a instalaci výtahu pro kompletní bezbariérovost budovy. Projekt byl realizován v období od září 2017 do listopadu 2019. Celkové náklady projektu dosáhly částky 13.138.814,09 Kč, z čehož byla částka 9.498.611,85 Kč hrazena z dotace. Monitorovacími indikátory projektu byly: 1x kapacita podporovaných vzdělávacích zařízení a 250x počet podpořených zařízení péče o děti nebo vzdělávacích zařízení (Společná Cidlina, 2023).

### **Rekonstrukce chodníků v obci Kobylice**

Projekt s názvem "Rekonstrukce chodníků v obci Kobylice" byl podán obcí Kobylice a zahrnoval rekonstrukci stávajících chodníků podél hlavní místní komunikace II. třídy č. 324 z Nového Bydžova do Hradce Králové a místní komunikace pro pěší v husté bytové zástavbě s rodinnými domy. Celková délka budovaných komunikací pro pěší činila 556,03 metrů. Projekt byl realizován v období od března 2020 do září 2020 a jeho celkové náklady činily 3.949.349,73 Kč, z čehož byla dotace ve výši 3.538.886,31 Kč. Monitorovací indikátory projektu byly zaměřeny na počet realizací vedoucích ke zvýšení bezpečnosti v dopravě (Společná Cidlina, 2023).



## **4.4 Komunikační mix**

Tato část pojednává o strategii komunikace mezi obcemi v regionu Společné Cidliny a jejich obyvateli, a o způsobech, které místní akční skupina Společná Cidlina používá k interakci s místními občany. Komunikace s občany je klíčovým faktorem pro úspěšné fungování obcí a skupiny. Prostřednictvím různých komunikačních nástrojů je skupina schopna zapojit všechny obyvatele do dění v oblasti a zajistit jejich zájem o řešení problémů a najít nejlepší možná řešení. Důležitým prvkem správného fungování je také dobrá vzájemná komunikace, která pomáhá vytvořit atmosféru partnerství a posílit identitu obcí nejen v oblasti komunikace, ale i v lidském rozměru.

Místní akční skupina Společná Cidlina používá širokou škálu komunikačních nástrojů, včetně tradičních a moderních prostředků. Mezi tradiční nástroje patří propagační materiály, letáky rozdávány občanům nebo místní rozhlas v obcích. Moderní komunikační nástroje, jako jsou sociální sítě a webové stránky, jsou také velmi často používány.

### **4.4.1 Webové stránky**

Webové stránky jsou důležitou součástí komunikačního mixu. Jsou to nástroje, které umožňují obcím a MAS rychlou a efektivní komunikaci s občany a návštěvníky. Obce a MAS zde zveřejňují návrhy a plány. Další možností, jak využívají webové stránky, je prostřednictvím sdílení informací o svých aktivitách a projektových plánech, přináší zajímavé články a podporují interakci s občany.

V neposlední řadě slouží webové stránky také jako prostředek pro propagaci obcí a MAS. Na stránkách bývají umístěny fotografie a videa, dále jsou prezentovány informace o historii a kulturním dědictví obcí a MAS, turistických cestách a přírodních krásách. To vše může pomoci přilákat více návštěvníků a podpořit rozvoj turismu v regionu.

Místní akční skupina Společná Cidlina provozuje webové stránky, které lze nalézt na adrese <https://www.spolecnacidlina.cz>. Stránky jsou v Českém jazyce a poskytují návštěvníkům nejen základní informace o skupině a aktuálních událostech, ale také informace o území regionu, členské základně, orgánech MAS a realizovaných projektech. Úvodní lišta stránek se skládá z několika záložek



(Úvod, MAS, Aktivity a projekty, Aktuality, Foto, Kontakty), které se následně dělí na podsložky. Například v menu MAS jsou podsložky: území MAS, orgány MAS, členská základna a dokumenty MAS.

#### **4.4.2 Sociální sítě**

MAS je na těchto sítích aktivní a často zde publikuje informace a fotografie týkající se projektů a přírodních krás v okolí regionu. Momentálně se na těchto sítích objevuje mnoho odkazů na blížící se letní tábory pro děti.

Jako součást komunikačního mixu MAS Společná Cidlina je také zahrnuta i propagace na Facebooku, což poskytuje mnoho výhod pro obce v rámci této mikroregionální organizace. Facebook je využit pro snadnou komunikaci s obyvateli, dosažení velkého počtu čtenářů, propagaci událostí, získávání zpětné vazby, podporu komunity a propagaci místního podnikání.

Díky sociálním sítím můžeme rychle a snadno oslovit širokou skupinu lidí a získat zpětnou vazbu od nich. Navíc jsou elektronické metody obvykle levnější a ekologičtější než tradiční metody, jako jsou papírové letáky a plakáty. Nicméně jsou s touto formou komunikace spojeny také rizika. Baccarella a kol. (2018) ve své publikaci uvádí, že používání sociálních sítí ke komunikaci je rizikové. Výsledky jejich publikace ukázaly, že sociální média představují mnoho rizik, jako jsou nedostatečná ochrana soukromí, šíření dezinformací a napadení bezpečnostních systémů uživatelů.

#### **4.4.3 Tištěná média**

Obce a místní akční skupina (MAS) používají různé druhy reklamy, aby informovaly obyvatele o událostech, které se budou konat, a také k upozornění na možnosti, které nabízejí. Jedním z typů reklamy, kterou používají, jsou tištěná média. Tuto reklamu obvykle používají především k propagaci plánovaných událostí. Cílem této reklamy je informovat obyvatele o nadcházejících událostech a podnítit jejich zájem, aby se zapojili do místního dění a navštívili tyto akce.

Reklamy obcí a MAS jsou obvykle umístěny na informačních tabulích, které jsou umístěny v částech obce na strategických místech, jako jsou například náměstí, parky nebo v blízkosti důležitých budov. Dalším způsobem, jak obce a MAS šíří své

reklamy, jsou letáky, které jsou distribuovány obyvatelům do schránek. Tyto letáky obsahují informace o plánovaných akcích, výzvách a dalších důležitých informacích, které jsou pro obyvatele relevantní.

#### **4.4.4 Rozhlas**

Obce v regionu MAS velmi aktivně využívají rozhlas jako způsob, jak přenášet důležité informace ke svým občanům. Díky rozhlasu mohou obce rychle a efektivně informovat své obyvatele o novinkách týkajících se komunity, jako jsou události, projekty, změny v provozu služeb nebo výzvy k dobrovolnictví. Rozhlas využívají zejména ti, kteří nemají přístup k internetu nebo nejsou technicky zdatní. Obce mohou rychle a efektivně sdělovat důležité informace velkému množství lidí.

Využití rozhlasu k šíření informací mezi občany a obcí je zvláště důležité v době nouze a krize, jako jsou povodně, požáry, epidemie atd. Rozhlas může být použit k vysílání důležitých informací o evakuaci, zdravotních rizicích, místech nouzového ubytování a dalších důležitých informacích, které by mohly pomoci zachránit životy.

#### **4.4.5 Zjišťování zpětné vazby**

Samotný proces zjišťování zpětné vazby je důležitý, ale stejně důležité je s ním následně pracovat. Místní akční skupina a obce v jejím regionu aktivně pracují na získání zpětné vazby od svých obyvatel. K tomuto účelu vytvářejí dotazníky, které rozdistribuuji mezi občany a žádají je o názor na různé záležitosti týkající se obcí a regionu jako celku. Tyto dotazníky mohou být rozdistribovány prostřednictvím různých kanálů, jako jsou e-maily, webové stránky, sociální sítě, informační tabule nebo roznáška do schránek obyvatel.

Zpětná vazba, kterou obce a MAS získávají, je pro ně velmi cenná, protože jim umožňuje lépe porozumět potřebám a přáním obyvatel a lépe reagovat na jejich potřeby. Na základě této zpětné vazby mohou obce a MAS upravit své plány a strategie, aby lépe odpovídaly potřebám a přáním obyvatel. Kromě toho jim zpětná vazba také umožňuje monitorovat svůj vlastní výkon a zlepšovat své služby a komunikační strategie v budoucnosti. Je důležité mít pravidelný tok zpětné vazby a průběžně ji zpracovávat.

## 4.5 SWOT analýza

Při provádění SWOT analýzy regionu Společné Cidliny byl kladen důraz na získání informací týkajících se klíčových faktorů jako například poloha, infrastruktura, kultura a volnočasové aktivity, hospodářský potenciál a další.

V rámci dalšího postupu byla SWOT analýza regionu Společné Cidliny rozšířena o názory obyvatel, které byly získány pomocí dotazníkového šetření. Tento přístup je velmi užitečný, protože umožňuje získat názory od obyvatel, kteří region znají nejlépe a mají s ním osobní zkušenosti. Názory obyvatel lze také brát v úvahu při plánování budoucího rozvoje regionu. Zahrnutí těchto názorů do analýzy může pomoci lépe pochopit, jak sami obyvatelé vnímají region, což může být cenné při formulaci strategií a rozhodování o prioritách pro budoucí rozvoj.

### Silné stránky

- Jako první je uvedena silná stránka v podobě **výhodné polohy regionu**, která umožňuje snadnou dostupnost do krajských měst a využití jejich služeb a infrastruktury. Díky dobré dopravní dostupnosti, jako jsou například rychlostní silnice, dálnice nebo železniční tratě, jsou krajská města (Hradec Králové a Pardubice) snadno dosažitelná. Téměř každou půlhodinu je k dispozici vlakové spojení mezi Chlumcem nad Cidlinou a Hradcem Králové. Výhodná poloha regionu mezi krajskými městy může také přitahovat investory a podnikatele, kteří ocení dobrou dopravní dostupnost, což může přispět k hospodářskému rozvoji regionu a vytvoření pracovních příležitostí. Může to být viděno například mezi obcí Zachrašťany a městem Nový Bydžov, kde za poslední desetiletí vyrostla průmyslová zóna.
- Další silnou stránkou regionu je jeho **kulturní a přírodní dědictví**. Tento region má unikátní kulturní a historické památky, přírodní krásy, tradice a zvyky, které přitahují turisty a pomáhají rozvíjet cestovní ruch. Obce v regionu mohou využít své kulturní a přírodní dědictví k propagaci svých turistických atrakcí, jako jsou například muzea, galerie, historické památky, turistické stezky, cyklostezky nebo pěší turistické trasy.

- Skvěle fungující **sportovní organizace a sportovní infrastruktura**. Sportovní organizace a infrastruktura také mohou přispět k posilování komunity a podpoře zdravého životního stylu. Lidé, kteří mají přístup ke kvalitním sportovním zařízením a organizacím, mají tendenci být zdravější a aktivnější, což může přispět k celkovému zlepšení kvality života v regionu. V neposlední řadě mohou sportovní organizace a infrastruktura také podpořit rozvoj talentovaných sportovců v regionu, což může přinést slávu a uznání pro region a může být motivací pro další rozvoj sportovních zařízení a programů. Mezi významné sportovní organizace v regionu můžeme zařadit: fotbalový klub RMSK Cidlina Nový Bydžov, fotbalový klub Chlumeck nad Cidlinou, hokejový oddíl stadion Nový Bydžov nebo mnoho hasičských týmů, kde například Měník v minulosti několikrát vyhrál mistrovství České republiky v dorosteneckém požárním sportu CTIF a zúčastnil se také mistrovství Evropy.
- **Dostatek ochodů, služeb** a přítomnost několika poboček České pošty.
- **Třídění odpadu** na dobré úrovni. Třídění odpadu je důležitou součástí ochrany životního prostředí a udržitelného rozvoje. V regionu Společná Cidlina se třídí odpad na dobré úrovni, což znamená, že v obcích a městech je k dispozici dostatek kontejnerů a sběrných nádob pro separovaný sběr různých druhů odpadu, tato informace vychází také z dotazníkového šetření. Lidé jsou informováni o správném třídění odpadu a jsou motivováni k aktivní účasti na separovaném sběru odpadu.
- **Hustá síť turistických a cyklistických tras**
- Kvalitní **pokrytí mobilních sítí**. Díky kvalitnímu pokrytí mobilní sítě mohou být obyvatelé regionu a návštěvníci spojeni s internetem prakticky kdykoliv a kdekoli, což umožňuje rychlou komunikaci. Kvalitní pokrytí mobilní sítě také umožňuje podnikatelům a malým podnikům v regionu snadno komunikovat se svými zákazníky a partnery.

## Slabé stránky

- Nedostatečná dostupnost **zdravotní péče** - v regionu pro menší obce nejsou k dispozici dostatečná zdravotnická zařízení, jako jsou nemocnice, kliniky a lékařské ordinace, to vede k nedostatku zdravotní péče. Starší obyvatelé musí dojíždět do větších okolních měst (Nový Bydžov, Chlumeck nad Cidlinou), což pro ně obvykle není snadné a navíc je zde bohužel nedostatek kvalifikovaných zdravotních pracovníků. Díky značně omezené kapacitě zubařů se může stát, že někteří lidé jsou nuceni dojíždět kvůli získání zubní péče.
- Nedostatečné **množství pozemků pro novostavby** - nedostatek pozemků pro novostavby lze považovat za významnou slabou stránku regionu, která může omezovat rozvoj místní ekonomiky a omezení dostupnosti bydlení pro obyvatele.
- Nedostatečná **kvalita pozemních komunikací**. Špatná kvalita pozemních komunikací způsobují zhoršení dopravní situace v regionu, což může ovlivnit ekonomický rozvoj, turistický ruch a také kvalitu života obyvatel.
- Nárůst **produkce odpadu** - vede to ke zvýšení znečištění životního prostředí a degradaci přírodních zdrojů. Zejména obec Lodín, která se nachází na hranici regionu Společné Cidliny, provozuje legální skládku komunálního odpadu. Tento provoz má negativní dopad na životní prostředí v okolí a výrazně znečišťuje oblast. Tyto negativní dopady se také projevují na okolních obcích v regionu.
- Vysoká **hustota dopravního provozu** - jelikož se jedná o region s výhodnou polohou, tak zde dochází k velkému množství dopravních pohybů v krátkém časovém úseku, což může vést k přetížení dopravní infrastruktury a zhoršení kvality ovzduší. V důsledku toho se snižuje pohodlí a bezpečnost cestujících, dále pak zvyšuje hloučnosť.
- **Stárnutí populace**.
- Nedostatečná **dopravní obslužnost menších obcí** v regionu.

## Příležitosti

- **Rozvoj agroturistiky**, tato lokalita je známá pro své zemědělské plodiny a krásnou přírodu. Podpora rozvoje agroturistiky může být pro region velkou příležitostí. Může se například zkoumat možnost pro rozvoj agroturistických atrakcí a služeb, jako jsou ochutnávky místních produktů, návštěvy farmářských dvorů, přírodní túry a další.
- **Rozvoj cykloturistiky**: Region Společná Cidlina nabízí mnoho cyklostezek a krásných výhledů. Podpora rozvoje cykloturistiky může být pro region velkou příležitostí.
- Okolní obce budou chtít více spolupracovat - **propagace vzájemných produktů**.
- Využití nových **trendů v ICT** - využití virtuální reality a rozšířené reality pro turistické a kulturní atrakce může být pro region Společná Cidlina velkou příležitostí.
- Návštěva **slavné osobnosti** - návštěva slavné osobnosti může přitáhnout turisty do regionu a navýšit tak turistický ruch. Dále pak návštěva slavné osobnosti může být využita jako součást marketingové strategie regionu a obcí v něm.
- Region se stane **objektem dotace** - poskytnutí finančních prostředků na rozvoj regionu v rámci dotace, tato dotace může být poskytnuta například od ministerstva pro místní rozvoj.
- Rozvoj **vzdělávání a výzkumu**: Podpora vzdělávání a výzkumu může být pro region velkou příležitostí. Snaha využít možnosti pro rozvoj nových vzdělávacích programů, výzkumných center a spolupráce s průmyslovými partnery, které pomohou k vzdělávání zejména mladších lidí a zlepší tak kvalifikovanost do budoucnosti.
- **Nárůst počtu obyvatel**.

## Hrozby

- Růst **konkurence** - kvůli rostoucí konkurenci s jinými regiony, zejména v oblasti podnikání, může Společná Cidlina a obce na jejím území ztratit

svou konkurenceschopnost a ekonomickou stabilitu. Jiné regiony mohou nabízet výhodnější podnikatelské podmínky, například v podobě levnější pracovní síly nebo modernější infrastruktury.

- Propad **ekonomiky** - obava ze snižování dotací, což může mít negativní vliv na rozvoj regionu, který bývá velmi často dotován z evropských a státních dotací.
- Demografický vývoj: **úbytek dětí = stárnutí populace** - to může mít vliv na ekonomický růst a infrastrukturu regionu, stejně jako na vzdělávání (uzavření ZŠ, MŠ) a zaměstnanost.
- Změna klimatu. **Klimatické změny** mohou mít vliv na zemědělství a turistický ruch v regionu, což může způsobit ztrátu příjmů a ekonomické nestability. Pokud dojde k výrazným změnám v klimatu, jako jsou například zvýšené srážky, povodně, sucho nebo extrémní teploty, může to mít negativní dopad na zemědělství, lesnictví a další průmyslové odvětví v regionu. Zároveň mohou být zasaženy infrastruktura, doprava a místní ekosystémy. Negativní vliv změn klimatu může vést k omezení možností pro rozvoj turistického ruchu a k poklesu kvality života v regionu.
- **Zamítnutí dotací** na projekty, které by místní akční skupině a obcím pomohly.
- **Změny v politice a ekonomickém prostředí.** Tyto mohou mít negativní dopad na regionální ekonomiku a podnikání, například změny v daních, regulacích a obchodních dohodách.
- Sociální problémy, jako je **kriminalita**.
- **Přírodní katastrofy**, jako jsou požáry, zemětřesení a další, které mohou způsobit škody na majetku, ohrozit životy lidí a narušit fungování životní úrovně obyvatel v regionu.

Výsledkem provedené SWOT analýzy jsou klíčové poznatky týkající se silných a slabých stránek regionu, příležitostí a hrozeb, kterým čelí v daném prostředí. Tyto poznatky byly následně využity v kapitole závěry a doporučení k navržení strategických opatření pro úspěšné fungování obcí a Místní akční skupině v daném území.

## 4.6 Dotazníkové šetření

Cílem této kapitoly je prezentovat výsledky dotazníkového šetření a diskutovat významné zjištěné vztahy mezi sledovanými proměnnými. Tyto informace mohou posloužit k formulaci nových hypotéz a případně i k navrhnutí doporučení pro praxi a další výzkum, který se týká marketingové strategie místní akční skupiny Společná Cidlina a jejího regionu.

V rámci průzkumu byl použit dotazník s kombinací uzavřených a otevřených otázek, kterého se zúčastnilo 211 respondentů. Ve zkoumaném vzorku nebyly zaznamenány žádné chybějící nebo neplatné odpovědi, což lze považovat za prospěšné a klíčové pro dosažení spolehlivosti výsledků dotazníkového šetření.

Po sběru dat z obou forem dotazníku bylo provedeno sjednocení výsledků, které byly následně analyzovány v programu Microsoft Excel 2016. Tento postup umožnil maximalizovat věkovou strukturu respondentů a zároveň získat větší variabilitu dat, což pomohlo lépe porozumět výsledkům průzkumu a vyvodit relevantní závěry. Všechny obrázky, tabulky a grafy v části „Dotazníkové šetření“ jsou vlastním dílem autora práce a slouží k vizualizaci získaných dat a porovnání vztahů mezi sledovanými proměnnými.

### 4.6.1 Vyhodnocení dotazníku

V úvodu dotazníku byly respondentům položeny otázky ohledně jejich pohlaví a věkové kategorie. Tyto informace jsou významné pro analýzu dat a výzkumu, protože zohledňují sociodemografické charakteristiky respondentů. V následující tabulce jsou zobrazeny odpovědi na tyto otázky. Z výsledků je patrné, že ženy tvořily většinu respondentů se zastoupením 56,4 %, zatímco muži představovali zbylých 43,6 %. Toto rozdělení odpovědí je v souladu s většinovým zastoupením žen v České republice, které podle údajů Českého statistického úřadu (2021) v roce 2021 činilo 50,7 % ve prospěch žen.

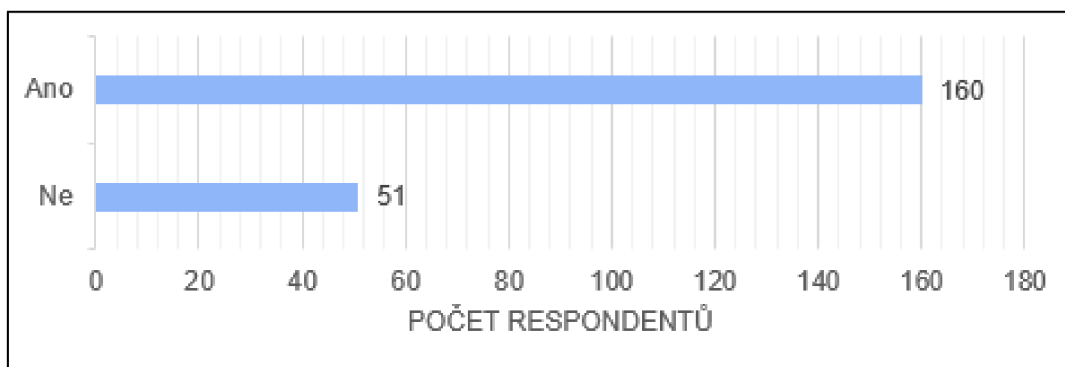
**Tabulka 2: Rozložení počtu odpovědí mužů a žen podle věkových kategorií**

	0–19 let	20–29 let	30–39 let	40–49 let	50–59 let	60 a více	Celkový součet
Muž	4	33	17	12	15	11	92
Žena	10	47	15	26	9	12	119
<b>Celkový součet</b>	<b>14</b>	<b>80</b>	<b>32</b>	<b>38</b>	<b>24</b>	<b>23</b>	<b>211</b>



Zároveň je z uvedených dat v tabulce č. 2 patrné, že nejvyšší podíl respondentů připadá na věkovou skupinu 20-29 let. Tento jev pravděpodobně koresponduje s intenzivní propagací dotazníku na sociálních sítích, kde se tato věková skupina aktivně angažuje. Je tedy možné, že výsledky dotazníkového šetření mohou být ovlivněny sociálním kontextem propagace a zapojením respondentů.

Otázka č. 3 se v rámci průzkumu týkala **povědomí respondentů o Místní akční skupině Společná Cidlina**. V průzkumu se zjišťovalo, zda respondenti znají tuto organizaci a jaké o ní mají informace. Z výsledků dotazníku plyne, že většina respondentů, konkrétně 75,8 %, o této místní akční skupině slyšela a má o ní alespoň základní informace. Zbývajících 24,2 % respondentů však o této organizaci nemá ponětí.



**Graf 2: Graf k otázce o povědomí, co nebo kdo je MAS Společná CIDLINA?**

Respondenti, kteří v otázce č. 3 označili volbu "Ne", měli možnost se seznámit s potřebnými informacemi o MAS v následující části dotazníku. Tyto informace o MAS Společná Cidlina jsou prezentovány v níže uvedeném obrázku č. 9 a pomohly respondentům dokončit následující otázky v rámci dotazníkového šetření.

**Společná CIDLINA (MAS Společná CIDLINA)**

MAS Společná Cidlina je místní akční skupinou ve východních Čechách, v okrese Hradec Králové, která se od roku 2008 podílí na rozvoji regionu.

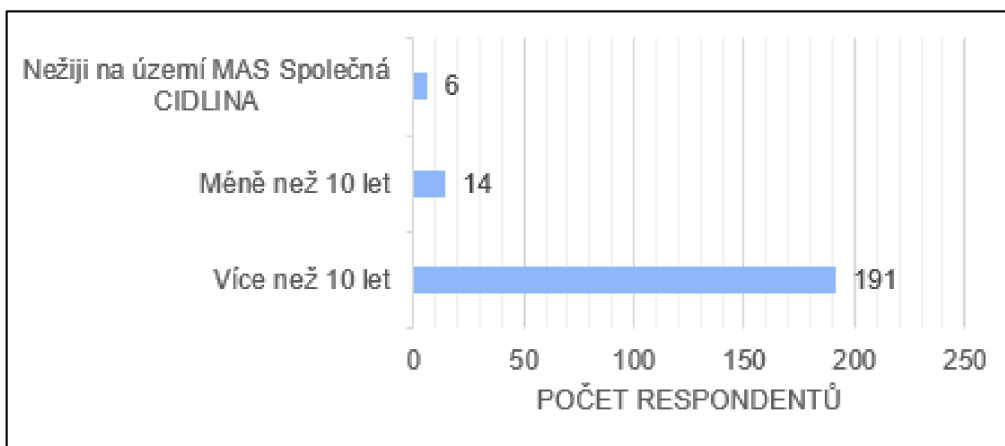
Podporují různé oblasti, jako je ekonomika, školství, zemědělství, občanská vybavenost a další.

Na jejím území funguje 38 obcí v regionu Pociidlinska.

Do tohoto území spadají: Barchov, Babice, Chlumeck nad Cidlinou, Chudeřice, Hlušice, Humburky, Káranice, Klamoš, Kobylice, Kosice, Kosičky, Králíky, Lišice, Lovčice, Lužec nad Cidlinou, Měník, Mlékosrby, Myštoves, Nepochy, Nové Město, Nový Bydžov, Ohnišťany, Olešnice, Petrovice, Písek, Prasek, Převýšov, Sekeřice, Skřivany, Sloupno, Smidary, Stará Voda, Starý Bydžov, Šaplava, Vinary, Zachrašťany, Zdechovice a Žlunice.

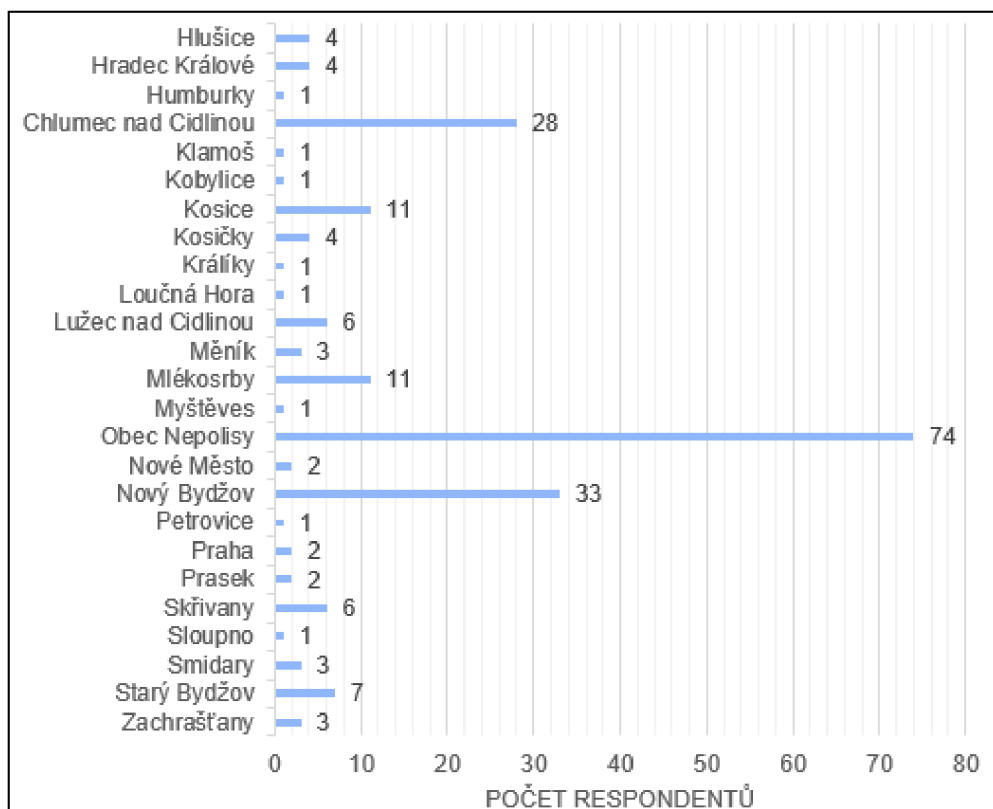
**Obrázek 9: Informace o MAS v dotazníkovém šetření**

Na základě otázky ohledně **délky pobytu na území MAS Společná Cidlina** vyjádřilo více než 90 % respondentů, že zde pobývají více než 10 let. V případě, že někteří respondenti označili, že na daném území nežijí, byli po vyplnění jejich lokality přesměrováni na konec dotazníku, který byl následně odeslán.



**Graf 3: Graf zobrazující odpovědi na otázku týkající se délky pobytu respondentů na území MAS**

Graf č. 6 zobrazuje rozložení respondentů v rámci jednotlivých obcí a umožňuje rychlý přehled o počtu respondentů v každé obci.



**Graf 4: Rozložení respondentů podle obcí**

Následující kontingenční tabulka analyzuje odpovědi respondentů na dvě otázky týkající se MAS Společná Cidlina. První otázka se týká spokojenosti respondentů s činností MAS Společná Cidlina, na tuto otázku respondenti odpovídali možnostmi „Ano“, „Ne“, nebo „Nevím, jaká je činnost“, a druhá otázka se týká celkového hodnocení kvality bydlení na území, které pokrývá MAS Společná Cidlina.

**Tabulka 3: Vztah mezi spokojeností s prací MAS a hodnocením kvality bydlení na jejím území**

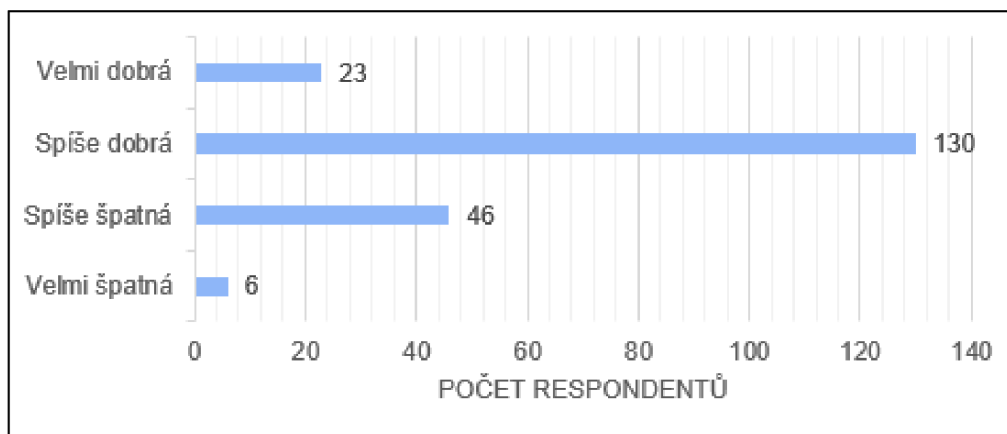
	Ano	Ne	Nevím, jaká je činnost	Celkový součet
Velmi spokojen/a	40		8	48
Spíše spokojen/a	99	7	32	138
Spíše nespokojen/a	3	5	10	18
Velmi nespokojen/a		1		1
<b>Celkový součet</b>	<b>142</b>	<b>13</b>	<b>50</b>	<b>205</b>

Odpovědi na první otázku poskytují informace o tom, zda jsou respondenti **spokojeni s prací a výkonem MAS Společná Cidlina**, založené na osobních zkušenostech a názorech respondentů. Z výsledků vyplynulo, že 13 respondentů nebylo s činností MAS spokojeno a 50 respondentů, tedy čtvrtina odpovědí (24,4 %), činnost MAS nezná. Druhá otázka se zaměřila na **hodnocení kvality bydlení na území** MAS Společná Cidlina z hlediska různých faktorů, jako jsou dostupnost služeb, infrastruktury, přírodního prostředí, bezpečnosti a dalších faktorů.

Výsledky kontingenční tabulky ukazují vzájemný vztah mezi odpověďmi na obě otázky. Například pokud jsou respondenti spokojeni s činností MAS Společná Cidlina, je pravděpodobnější, že hodnotí kvalitu bydlení na tomto území pozitivně.

Následující graf, který zobrazuje **úroveň komunikace a zapojení obyvatel do rozhodování týkajících se rozvoje** této lokality, ukazuje, že většina obyvatel vnímá tuto situaci jako spíše dobrou (63,4 %), zatímco pouze 11,2 % respondentů ji hodnotí jako velmi dobrou.

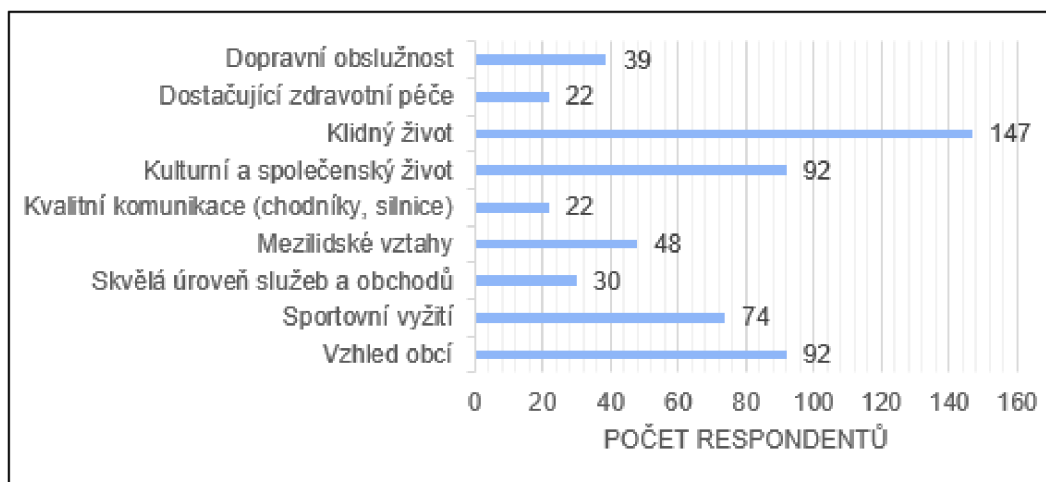
Na druhé straně menší počet respondentů 22,4 % hodnotí úroveň komunikace a zapojení jako spíše špatnou a pouze 6 % respondentů ji hodnotí jako velmi špatnou. Tyto výsledky naznačují, že většina obyvatel má relativně dobrý názor na úroveň komunikace a zapojení v této lokalitě.



**Graf 5: Úroveň komunikace a zapojení obyvatel do rozhodování**

Nicméně stále existuje určitá část populace, která vnímá situaci jako špatnou. To může naznačovat, že existují určité oblasti, ve kterých by bylo třeba zlepšit komunikaci a zapojení obyvatel do rozhodování týkajících se rozvoje této lokality.

Dalšími otázkami, které se v dotazníkovém šetření vyskytovaly, byly ohledně označení oblastí, které se respondentům na **území MAS nejvíce líbí**, a naopak označení oblastí, které se jim **nelíbí**. Tyto otázky mohou poskytnout ucelený obraz o tom, jaké jsou klíčové atrakce a problémy tohoto území.



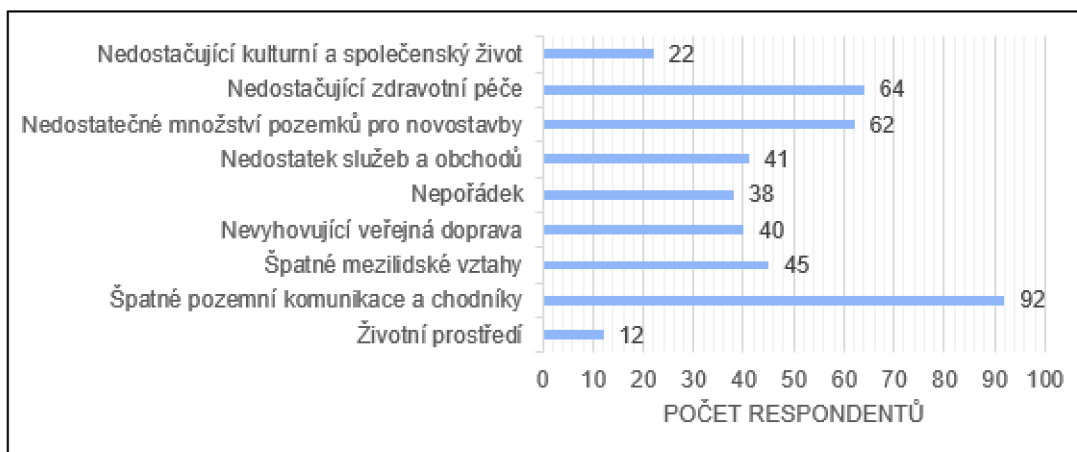
**Graf 6: Analýza nejoblíbenějších oblastí na území MAS**

Z grafu č. 6 vyplývá, že respondenti, kteří se zúčastnili dotazníkového šetření ohledně území MAS Společná Cidlina, nejvíce ocenili klidný život na této oblasti. Na druhém místě se umístily kulturní a společenský život a vzhled obcí. Mezilidské vztahy a sportovní vyžití následují na třetím a čtvrtém místě. Naopak nejméně

respondentů zaznamenalo kvalitní komunikaci, dostačující zdravotní péči, dopravní obslužnost a skvělou úroveň služeb a obchodů.

Z výsledků lze usuzovat, že klidné prostředí a přírodní krása oblasti MAS jsou pro respondenty velmi důležité stejně jako kulturní a společenské aktivity a celková estetická kvalita obcí v této oblasti. Naopak komunikace a dostupnost zdravotní péče jsou oblastmi, kde by mohl být prostor pro zlepšení.

Všichni respondenti měli při odpovídání na otázku možnost označit libovolný počet preferovaných oblastí a případně napsat vlastní. Všichni respondenti volili předem napsané možnosti odpovědí, s výjimkou jednoho respondenta, který uvedl specifickou odpověď "Dostupnost do center, jako je HK, Pardubice a Praha".



**Graf 7: Identifikace hlavních nedostatků území MAS**

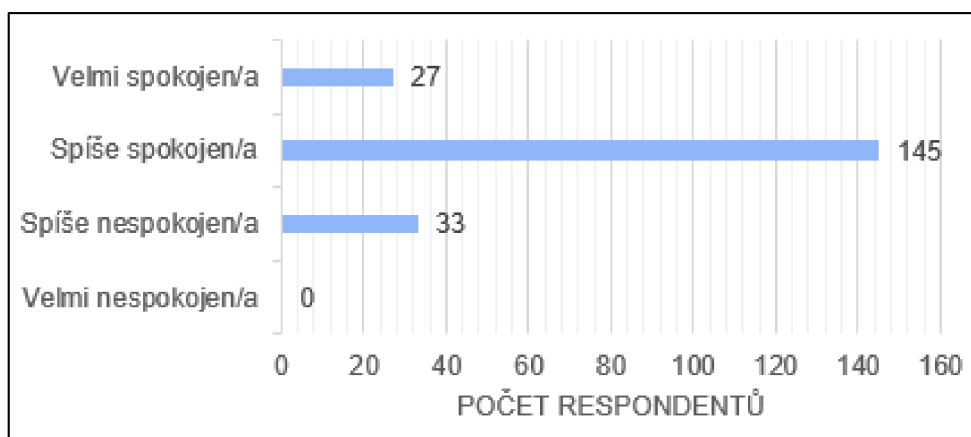
Respondenti také měli možnost napsat vlastní lokalitu nebo oblast, která se jim na území nelíbí. V některých případech respondenti využili možnosti napsat vlastní odpověď a mezi nimi se objevily i sociální problémy, jako například nesžití s občany ukrajinské národnosti nebo romského původu.

Graf č. 7 zobrazuje výsledky dotazníkového šetření ohledně toho, **co se respondentům na území MAS Společná Cidlina nelíbí**. Největší podíl respondentů vyjádřilo svůj nesouhlas s kvalitou pozemních komunikací a chodníků, následovaných nedostatečným množstvím pozemků pro novostavby a nedostačující zdravotní péčí. Mezi dalšími výraznými názory byly špatné mezilidské vztahy a nevyhovující veřejná doprava. Nedostačující kulturní a společenský život a životní prostředí byly nejméně zmiňovanými kategoriemi. Výsledky grafu

č. 7 ukazují, že infrastruktura a dostupnost sociálních služeb jsou stěžejními problémy pro respondenty na území MAS.

Dále se v dotazníkovém šetření respondentům položila otázka č. 11, která se týkala toho, co jim **nejvíce chybí při trávení volného času**. Předem možná odpověď pro respondenty byla „Nic, všechno potřebné mi region poskytuje“, kterou zvolilo 76,1 % respondentů. Další možností bylo vyjádření odpovědi formou otevřené odpovědi, kde se nejčastěji zmiňovaly následující aktivity a služby: cyklostezky, kavárny, volné plochy pro trávení aktivit pro děti, bezpečnost před občany romského původu, aktivní zájmové skupiny s pravidelným programem, krytý plavecký bazén, zdravotní cvičení, více aktivit pro seniory a sportovní a rekreační areál pro širokou veřejnost, který zahrnuje bazén, saunu a posilovnu. Tyto výsledky byly zahrnuty do odborného článku jako popis odpovědí respondentů na danou otázku.

Níže uvedený graf zobrazuje výsledky dotazování na otázku: "**Jak jste celkově spokojen/a s údržbou a čistotou regionu?**" Z grafu lze vyčíst, že z celkového počtu respondentů 70,7 % lidí odpovědělo, že jsou spíše spokojeni a 13,2 % lidí uvedlo, že jsou velmi spokojeni, 16,1 % lidí uvedlo, že jsou spíše nespokojeni s údržbou a čistotou regionu. Zajímavé je, že v této otázce nebyli zaznamenáni žádní respondenti, kteří by byli velmi nespokojeni s údržbou a čistotou regionu.



**Graf 8: Spokojenost respondentů s údržbou a čistotou regionu**

## Služby v regionu

Níže uvedená tabulka slouží jako výsledek dotazníkového průzkumu, který se týká spokojenosti obyvatel s kvalitou a dostupností služeb v **oblasti kultury, zábavy a sportovních akcí**. Výsledky ukazují, že většina respondentů je spokojena s kvalitou a dostupností služeb v oblasti kultury, zábavy a sportovních akcí.

**Tabulka 4: Spokojenost s kvalitou a dostupností kulturních služeb v regionu**

<b>Kultura (zábava, sportovní akce, divadla)</b>	
Velmi spokojen/a	65
Spíše spokojen/a	121
Spíše nespokojen/a	18
Velmi nespokojen/a	1
<b>Celkový součet</b>	<b>205</b>

Tabulka č. 5 prezentuje výsledky průzkumu spokojenosti s **bezpečnostními službami** (policie, hasiči, záchranná služba). Celkově lze říci, že většina respondentů byla spokojena s kvalitou a dostupností bezpečnostních služeb v jejich regionu. I když většina respondentů vyjádřila spokojenost s kvalitou a dostupností bezpečnostních služeb v regionu, 19 respondentů bylo "Spíše nespokojených" a 6 respondentů bylo "Velmi nespokojených". Tyto záporné odpovědi mohou naznačovat, že existují oblasti, které by mohly být vylepšeny nebo že by mohlo být vynaloženo více úsilí na zlepšení služeb pro tyto nespokojené respondenty.

**Tabulka 5: Spokojenost s bezpečnostními službami v regionu**

<b>Bezpečnost (policie, hasiči, záchranná služba)</b>	
Velmi spokojen/a	62
Spíše spokojen/a	118
Spíše nespokojen/a	19
Velmi nespokojen/a	6
<b>Celkový součet</b>	<b>205</b>

V rámci dotazníkového šetření byla položena otázka respondentům týkající se jejich spokojenosti se **správou odpadů** v daném regionu.

**Tabulka 6: Spokojenost se službami správy odpadů v regionu**

<b>Správa odpadů (sběrné dvory, skládky, recyklační programy)</b>	
Velmi spokojen/a	50
Spíše spokojen/a	126
Spíše nespokojen/a	29
Velmi nespokojen/a	0
<b>Celkový součet</b>	<b>205</b>

Z výsledků průzkumu tabulky č. 6 lze vyvodit, že v oblasti Správy odpadů (sběrné dvory, skládky, recyklační programy) je většina respondentů (126) spíše spokojena s touto službou v jejich regionu. 50 respondentů bylo dokonce velmi spokojeno. Nicméně 29 respondentů vyjádřilo spíše nespokojenost.

Následující tabulka se zaměřuje na odpovědi respondentů na otázku ohledně spokojenosti s kvalitou a dostupností služeb **zdravotní péče** (kliniky, lékárny) v regionu. Z celkového počtu 205 respondentů 17 vyjádřilo velkou spokojenost a 112 bylo spíše spokojeno s kvalitou a dostupností těchto služeb. Nicméně 61 respondentů bylo spíše nespokojeno a 15 vyjádřilo velkou nespokojenost se službami zdravotní péče. Tato tabulka ukazuje, že značné množství respondentů vyjádřilo nespokojenost se zdravotnickými službami v regionu, což může naznačovat problémy v této oblasti, které by bylo vhodné řešit.

**Tabulka 7: Spokojenost se zdravotní péčí v regionu**

<b>Zdravotní péče (kliniky, lékárny)</b>	
Velmi spokojen/a	17
Spíše spokojen/a	112
Spíše nespokojen/a	61
Velmi nespokojen/a	15
<b>Celkový součet</b>	<b>205</b>

Tabulka č. 8 se zaměřuje na spokojenost respondentů s kvalitou a dostupností služeb **restaurací** v regionu. Z výsledků vyplývá, že 50 respondentů bylo velmi spokojených, většina respondentů (99) byla spíše spokojena s kvalitou a dostupností těchto služeb. Nicméně 45 respondentů bylo spíše nespokojených a 11 respondentů bylo dokonce velmi nespokojených.

**Tabulka 8: Spokojenost s restauračními zařízeními v regionu**

<b>Restaurační zařízení</b>	
Velmi spokojen/a	50
Spíše spokojen/a	99
Spíše nespokojen/a	45
Velmi nespokojen/a	11
<b>Celkový součet</b>	<b>205</b>

Následující tabulka zobrazuje výsledky průzkumu ohledně spokojenosti s kvalitou a dostupností služeb v **oblasti vzdělávání, zahrnující knihovny, školy a školky**. Z celkového počtu 205 respondentů bylo 82 "Velmi spokojen/a"



a 111 "Spíše spokojen/a" s těmito službami. 11 respondentů bylo "Spíše nespokojen/a" a pouze 1 respondent byl "Velmi nespokojen/a".

**Tabulka 9: Spokojenost s vzdělávacími službami v regionu**

<b>Vzdělávání (knihovny, školy, školky)</b>	
Velmi spokojen/a	82
Spíše spokojen/a	111
Spíše nespokojen/a	11
Velmi nespokojen/a	1
<b>Celkový součet</b>	<b>205</b>

Tabulka č. 10 zahrnuje výsledky průzkumu ohledně spokojenosti s kvalitou a dostupností služeb **správy veřejného prostoru** v daném regionu. Z 205 respondentů, kteří odpověděli na otázku, většina (119) byla spíše spokojená s kvalitou a dostupností služeb, zatímco 38 respondentů bylo velmi spokojeno. Na druhé straně, 43 respondentů bylo spíše nespokojeno a pouze 5 respondentů bylo velmi nespokojeno.

**Tabulka 10: Spokojenost s kvalitou a dostupností služeb Správy veřejného prostoru v regionu**

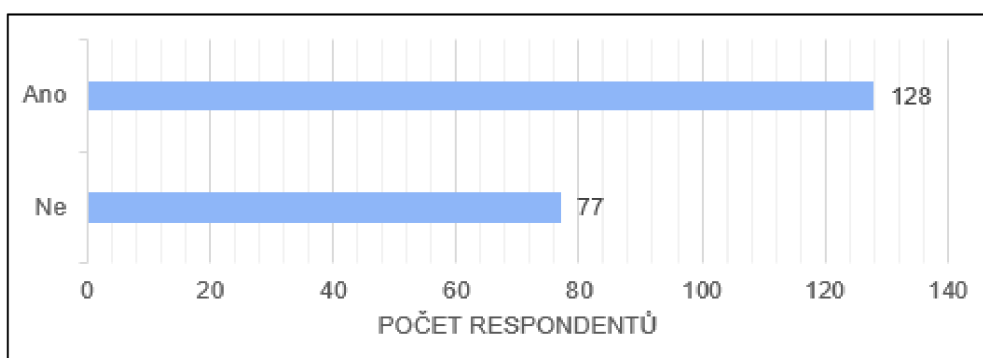
<b>Správa veřejného prostoru (údržba parků, chodníků, ulic, budov)</b>	
Velmi spokojen/a	38
Spíše spokojen/a	119
Spíše nespokojen/a	43
Velmi nespokojen/a	5
<b>Celkový součet</b>	<b>205</b>

Tabulka č. 11 ukazuje výsledky na otázku o **spokojenosti s veřejnou dopravou** v daném regionu. Celkem 145 respondentů bylo spokojeno (včetně těch, kteří byli spíše spokojeni) a 60 bylo nespokojeno (včetně těch, kteří byli spíše nespokojeni nebo velmi nespokojeni). Z celkového počtu 205 respondentů 60 z nich (tj. 29,27 %) vyjádřilo, že jsou spíše nebo velmi nespokojeni s kvalitou a dostupností veřejné dopravy v daném regionu. To by mohlo naznačovat potenciální problémy v oblasti veřejné dopravy v daném regionu.

**Tabulka 11: Spokojenost s veřejnou dopravou v regionu**

<b>Veřejná doprava (vlaky, autobusy)</b>	
Velmi spokojen/a	29
Spíše spokojen/a	116
Spíše nespokojen/a	53
Velmi nespokojen/a	7
<b>Celkový součet</b>	<b>205</b>

Níže uvedený graf ukazuje výsledky dotazníkového šetření na otázku: "**Cítíte se dobře informováni o dění na území MAS?**" Z výsledků šetření vyplývá, že 62,4 % respondentů odpovědělo, že se cítí dobře informováni o dění na území MAS, zatímco 37,6 % respondentů odpovědělo, že se necítí dobře informováni. To by pro organizaci MAS a obce v jejím regionu mohlo znamenat potřebu zlepšit komunikaci a informovanost o svých činnostech, aby oslovily větší počet lidí a zajistily si jejich podporu a spolupráci.

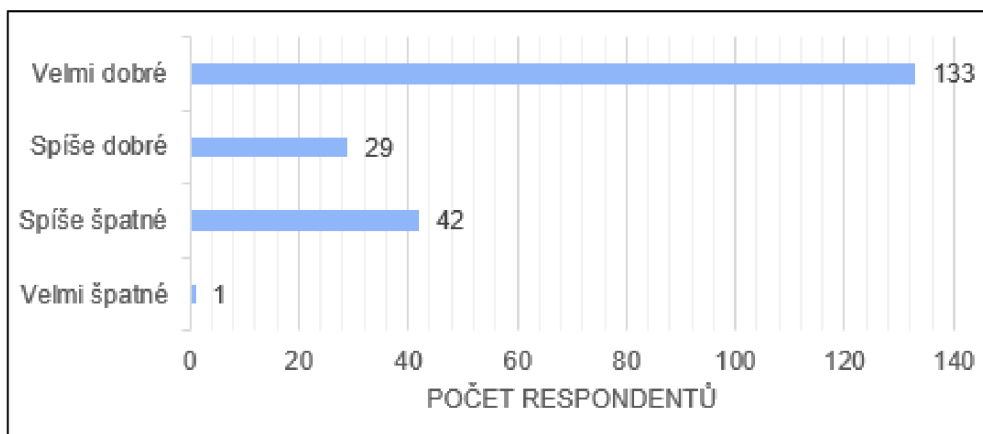


**Graf 9: Spokojenost s informovaností na území MAS**

Dále respondenti měli otázku, ve které mohli vybrat jejich **nejčastější způsob informování o dění na území**. Respondenti měli možnost vybrat více odpovědí a také mohli vyjádřit vlastní názor z dané problematiky. Z výsledků šetření vyplývá, že nejvíce využívaným způsobem informování o dění na území jsou sociální sítě (Facebook, Instagram) se 130 odpověďmi, následované webovými stránkami měst a obcí se 113 odpověďmi a sousedy a přáteli s 82 odpověďmi. Méně populárními způsoby informování jsou rozhlas se 73 odpověďmi a vývěsky s 43 odpověďmi.

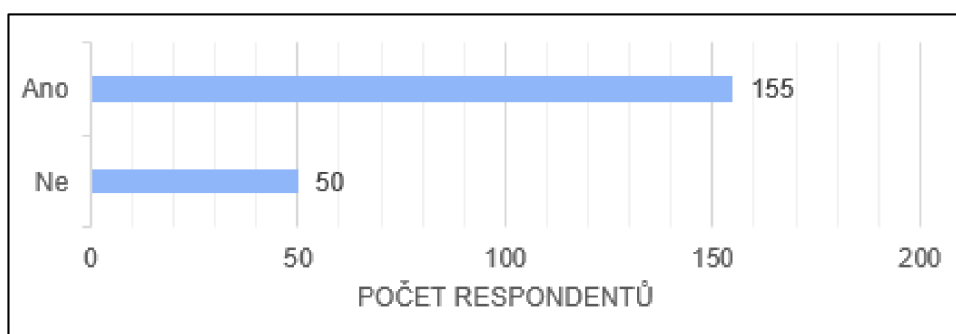
Dále byly uvedeny dvě odpovědi "V obraze" a "Žádné".

Dotazníkové šetření také zahrnovalo otázku o **hodnocení mezilidských vztahů v daném regionu**. Z grafu „Mezilidské vztahy v regionu“ je patrné, že většina respondentů hodnotila vztahy jako velmi dobré (64,9 % odpovědí) nebo spíše dobré (14,1% odpovědí). Na druhé straně, menší množství respondentů odpovědělo, že vztahy jsou spíše špatné (20,5 % odpovědí) a pouze jeden respondent označil vztahy jako velmi špatné. Tyto výsledky naznačují, že většina respondentů hodnotí mezilidské vztahy v regionu pozitivně.



**Graf 10: Mezilidské vztahy v regionu**

Níže uvedený graf zobrazuje výsledky dotazování na téma **dostupnosti kontejnerů na tříděný odpad v regionu**. "Ano" zvolilo 155 respondentů, což představuje většinu ze všech dotázaných. Naopak "Ne" odpovědělo 50 respondentů. Odpovědi v grafu č. 11 naznačují, že většina respondentů na daném území považuje dostupnost kontejnerů na tříděný odpad za dostačující, ale určité rezervy ke zlepšení tu určitě jsou.



**Graf 11: Dostatečné množství kontejnerů na tříděný odpad**

Kontingenční tabulka č. 12 popisuje, jak respondenti odpověděli na otázku: **"Jste spokojen/a se službami pro seniory nebo handicapované občany?"** v závislosti na jejich věkové kategorii. Celkem 153 respondentů odpovědělo "Ano", zatímco 52 respondentů odpovědělo "Ne". Vysoké číslo odpovědi "Ne" by mohlo být způsobeno různými faktory, jako jsou nedostatečné služby, nízká kvalita péče nebo vysoké náklady spojené s poskytováním těchto služeb. Zároveň je však třeba brát v úvahu, že odpovědi jsou ovlivněny subjektivním vnímáním jednotlivých respondentů a může se jednat o názorový rozdíl.

**Tabulka 12: Spokojenost respondentů se službami pro seniory v závislosti na jejich věku**

	0–19 let	20–29 let	30–39 let	40–49 let	50–59 let	60 a více	Celkový součet
Ano	13	60	26	27	16	11	153
Ne	1	15	6	11	8	11	52
<b>Celkový součet</b>	<b>14</b>	<b>75</b>	<b>32</b>	<b>38</b>	<b>24</b>	<b>22</b>	<b>205</b>

Respondenti, kteří v tabulce odpověděli "Ne" na otázku "Jste spokojen/a se službami pro seniory nebo handicapované občany?", byli následně požádáni, aby uvedli důvod své nespokojenosti. Tato následující otázka byla otevřená a respondentům umožnila uvést libovolný důvod, proč nejsou spokojeni se službami. Tento typ dotazování umožňuje získat podrobnější informace o příčinách nespokojenosti, což může být užitečné pro zlepšení kvality služeb v budoucnosti.

I přesto, že bylo uvedeno mnoho důvodů, několik se opakovalo častěji. Mezi tyto nejčastěji uváděné důvody patří:

- Omezená kapacita zařízení (domov důchodců) a dlouhé čekací doby.
- Nedostatečný bezbariérový přístup (mnoho stávajících budov a infrastruktury nemá dostatečné bezbariérové zařízení).
- Nedostatek organizovaných aktivit pro tuto skupinu.
- Nedostatečný zájem o seniory.
- Absence lékařů v méně dostupných oblastech.
- Malé pokrytí sociálních služeb.

## 5 Shrnutí výsledků

Tato kapitola prezentuje výsledky diplomové práce a související analýzy, které byly provedeny během práce. V rámci analýzy bylo identifikováno několik oblastí, ve kterých lze zlepšit výkon a účinnost. Na základě těchto poznatků jsou navrženy konkrétní kroky, které by mohly být podniknuty pro zlepšení těchto oblastí. Tabulky zpracované v této kapitole jsou vlastním dílem autora práce.

V rámci práce bylo stanoveno 6 výzkumných otázek, na které bylo odpovězeno pomocí kombinace dat z dotazníkového šetření, SWOT analýzy a polostrukturovaných rozhovorů. Výsledky těchto analýz jsou také podkladem pro návrhy a doporučení autorovy práce.

### **Je komunikace s občany na dobré úrovni, jaká komunikační média preferují?**

Graf č. 9 z části "Vyhodnocení dotazníku" poskytuje informace, které naznačují, že 77 respondentů (což činí 37,6 % vzorku) se necítí být dostatečně informováni o dění na území MAS. Tento počet představuje významnou část dotazované populace a poukazuje na to, že nedostatek informací o dění na území MAS je potenciálním problémem, který by mohlo být nutné řešit.

Z výsledků dotazníkového šetření lze také vyvodit, že sociální sítě jsou pro většinu dotázaných respondentů významným zdrojem informací. Tento fakt může být interpretován jako signál pro obce, aby pravidelně sdílely své aktivity a informace na těchto platformách. Nicméně obce by neměly opomíjet další kanály informování, jako jsou webové stránky měst a obcí, vývěsky nebo rozhlas, protože tyto způsoby mohou být stále důležité pro některé respondenty, i když nejsou tak často využívány.

Návrhem by mohlo být vytvoření nových způsobů jak oslovit a zapojit ty obyvatele, kteří se necítí dostatečně informováni. Může být také užitečné zvážit pravidelné setkávání s občany a zvýšení transparentnosti procesů, které se vztahují k dění na území MAS, aby se obyvatelé cítili více zapojeni a informováni.

Například místní zastupitelstva obcí mohou organizovat setkání s občany v místních hospodách, kde by si mohli diskutovat o problémech a potřebách ve své

obci a o tom, jak by se mohly vyřešit. Toto setkání by mohlo být použito také k tomu, aby se občané seznámili se zastupiteli a získali důvěru v jejich práci.

Je míněno, že osobní šíření je velmi důležitým a účinným způsobem, jak mohou obce zlepšit komunikaci s občany a zapojit je do procesu tvorby rozhodnutí. V dnešní době jsou lidé zaneprázdnění a často nemají chuť číst dlouhé e-maily nebo informace na internetu. Proto jsou osobní setkání a diskuse s občany na veřejných místech, jako jsou hospody nebo zastávky, velmi cenné.

### **Jaká je úroveň spokojenosti obyvatel s kvalitou života na daném území?**

Na základě tabulky č. 13 lze říci, že většina respondentů je spokojena s kvalitou bydlení na daném území (90,7 %), což je dobrá zpráva. Nicméně aby se zajistilo trvalé zlepšení kvality života obyvatel, je důležité poslouchat názory všech obyvatel a zaměřit se na potřeby a požadavky těch, kteří nejsou spokojeni. Tento přístup může vést k dalším zlepšením v kvalitě bydlení a života na daném území.

**Tabulka 13: Spokojenost respondentů s kvalitou života na území MAS**

	<b>Velmi spokojen/a</b>	<b>Spíše spokojen/a</b>	<b>Spíše nespokojen/a</b>	<b>Velmi nespokojen/a</b>	<b>Celkový součet</b>
<b>0–19 let</b>	<b>4</b>	<b>10</b>			<b>14</b>
Muž		4			4
Žena	4	6			10
<b>20–29 let</b>	<b>14</b>	<b>58</b>	<b>3</b>		<b>75</b>
Muž	5	27			32
Žena	9	31	3		43
<b>30–39 let</b>	<b>9</b>	<b>21</b>	<b>2</b>		<b>32</b>
Muž	5	11	1		17
Žena	4	10	1		15
<b>40–49 let</b>	<b>9</b>	<b>21</b>	<b>7</b>	<b>1</b>	<b>38</b>
Muž	3	7	2		12
Žena	6	14	5	1	26
<b>50–59 let</b>	<b>6</b>	<b>14</b>	<b>4</b>		<b>24</b>
Muž	5	7	3		15
Žena	1	7	1		9
<b>60 a více</b>	<b>6</b>	<b>14</b>	<b>2</b>		<b>22</b>
Muž	3	7	1		11
Žena	3	7	1		11
<b>Celkový součet</b>	<b>48</b>	<b>138</b>	<b>18</b>	<b>1</b>	<b>205</b>

Kontingenční tabulka prezentuje kombinované výsledky odpovědí na dotazy týkající se spokojenosti s kvalitou života respondentů na území MAS, rozdělených podle věkových kategorií a pohlaví. Po detailnějším zkoumání si lze v této

kontingenční tabulce všimnout, že jeden respondent vyjádřil velmi nespokojený názor na kvalitu bydlení na území MAS. Podrobnější průzkum ukázal, že se jedná o ženu ve věkové kategorii 40–49 let.

### **Dostává se zejména seniorům a handicapovaným osobám potřebné sociální a zdravotní péče?**

Odpověď na tuto výzkumnou otázku zodpovídá kontingenční tabulka č. 12, která se nachází v sekci „Vyhodnocení dotazníku“. Dále je v následující části porovnání odpovědí respondentů na otázku: "Jste spokojen/a se službami pro seniory nebo handicapované občany?" v závislosti na odpovědích na otázku: "Ve které obci žijete?" Tento porovnávací přístup zobrazen v tabulce č. 14 umožňuje identifikovat oblasti s nedostačujícími službami pro seniory a handicapované osoby a umožní zaměřit se na tuto lokalitu.

**Tabulka 14: Spokojenost respondentů s poskytovanými službami pro seniory v závislosti na jejich bydlišti**

	Ano	Ne	Celkový součet
Hlušice	3	1	4
Humburky	1		1
Chlumeck nad Cidlinou	23	5	28
Klamoš		1	1
Kobylice	1		1
Kosice	8	3	11
Kosičky	3	1	4
Králíky		1	1
Loučná Hora	1		1
Lužec nad Cidlinou	4	2	6
Měník	3		3
Mlékosrby	7	4	11
Myštěves	1		1
Nové Město	2		2
Nový Bydžov	25	8	33
Obec Nepochy	57	17	74
Petrovice	1		1
Prasek	1	1	2
Skřivany	4	2	6
Sloupno	1		1
Smidary	3		3
Starý Bydžov	1	6	7
Zachrašťany	3		3
<b>Celkový součet</b>	<b>153</b>	<b>52</b>	<b>205</b>

K vyhodnocení nejvíce nespokojených obcí s touto službou jsou vybrány 3 obce s nejvyšším procentem nespokojenosti a minimálním celkovým počtem 5 odpovědí od respondentů. Výsledky ukazují, že v menších a odlehlých obcích, jako jsou Lužec nad Cidlinou, Mlékosrby, Skřivany a Starý Bydžov, je nižší míra spokojenosti se službami pro seniory a handicapované osoby než v jiných větších městech a obcích. V těchto obcích je míra nespokojenosti 50 % a více. Tento závěr může být užitečný pro plánování a zlepšování služeb pro seniory a handicapované osoby v těchto konkrétních oblastech.

V menších a odlehlých oblastech může být přístup ke zdravotnickým službám omezený kvůli nedostatečné infrastruktuře. Autor práce doporučuje investovat do infrastruktury, jako jsou nové silnice a lepší veřejná doprava, což by mohlo zlepšit dostupnost zdravotnických služeb.

Jeden z možných návrhů na zlepšení situace by mohl spočívat v zajištění většího zapojení seniorů a handicapovaných občanů do rozhodovacího procesu týkajícího se poskytovaných služeb. Konkrétně by měli být tito občané aktivně zapojeni do rozhodování o tom, jaké služby jsou pro ně poskytovány a jakým způsobem by měly být poskytovány. K tomu by mohlo být využito opatření jako pravidelná setkání s poskytovateli služeb, pravidelné průzkumy spokojenosti a vytvoření komunitních fór, která by umožnila seniorům setkávat se a diskutovat o svých potřebách a přáních.

Ahmad I. a kol. (2022) se ve své publikaci zaměřují na popis nových technologií, které jsou používány v oblasti dálkové zdravotní péče a asistovaného bydlení. Autoři se zaměřují na různé typy zařízení a systémů, které umožňují dálkové monitorování zdravotního stavu pacientů, a to včetně senzorů, nositelných zařízení, mobilních aplikací a robotiky.

Na základě článku od Ahmada I. a kol. (2022) by dalším zlepšením této oblasti mohlo být využití IoT (Internet of Things) technologií pro sledování zdravotního stavu pacientů a jejich okolí. Tyto technologie by mohly v budoucnu přinést výrazné zlepšení poskytování zdravotnické péče v odlehlých oblastech a přispět k rozvoji regionu. Nicméně je třeba poznamenat, že využití těchto technologií v této oblasti zatím stále probíhá v rámci výzkumu a v praxi to není dosud tak bezpečné a osvědčené. Pro region, kterým se tato práce zabývá, je tedy nasazení těchto



technologií do reality prozatím nereálné. Avšak v budoucnu by to mohlo být důležitým projednávaným tématem pro vedení obcí.

### **Jaké jsou silné stránky území?**

Silné stránky regionu jsou uvedeny v kapitole SWOT analýzy. Autor mezi ně zahrnuje výhodnou polohu, kulturní a přírodní dědictví, skvěle fungující sportovní organizace a sportovní infrastrukturu, dostatek ochodů, služeb a přítomnost několika poboček České pošty, kvalitu služeb v regionu, třídění odpadu na dobré úrovni, hustou síť turistických a cyklistických tras a kvalitní pokrytí mobilních sítí.

Autor práce na základě SWOT analýzy a rozhovoru s předsedkyní výboru pro občanské záležitosti obce Nepolisy, paní Lucií Vejvodovou, určil jako největší silnou stránku daného regionu jeho výhodnou polohu, která umožňuje obyvatelům přístup ke kvalitním vzdělávacím programům, úřadům, volnočasovým aktivitám, nákupním střediskům a dalším zdrojům díky blízkosti několika velkoměst. Tato výhodná poloha navíc přináší výhodu nízké nezaměstnanosti, což je pro daný region důležité. Další silnou stránkou regionu je kvalitní pokrytí mobilních sítí, které umožňuje občanům i návštěvníkům regionu snadnou a spolehlivou komunikaci prostřednictvím mobilních zařízení. Díky tomuto kvalitnímu pokrytí mohou lidé v regionu využívat moderní technologie a být neustále v kontaktu s okolním světem, což je v dnešní době stále důležitější faktor pro obyvatele i podnikatele.

### **Jaké jsou slabé stránky území?**

Na základě sestavené SWOT analýzy a výsledků dotazníkového šetření lze určit, že mezi 3 největší slabé stránky regionu patří špatné pozemní komunikace a chodníky, nedostatečná zdravotní péče a nedostatečný počet pozemků pro novostavby.

Samotná identifikace slabých stránek je prvním krokem k tomu, aby bylo možné přistoupit k navrhování opatření vedoucích k jejich zlepšení. Následující jsou návrhy, jak by se daly zmíněné oblasti zlepšit: zlepšit stav silnic a chodníků, včetně oprav stávajících a výstavby nových, zlepšit kvalitu zdravotnických služeb a zabezpečit dostatečné financování pro poskytování kvalitní péče, zvýšit dostupnost pozemků pro nové stavby, například prostřednictvím územního plánování a rozvoje území.

Je vhodné zapojit veřejnost do procesu rozhodování a realizace opatření s cílem zlepšit slabé stránky regionu. Je také důležité zajistit, aby veřejnost byla průběžně informována o průběhu a výsledcích projektů a aby měla příležitost vyjádřit své názory a připomínky.

### **Jsou obce na území dostatečně připraveny na rozvoj turistického ruchu?**

Na základě provedených rozhovorů s paní Ing. Janou Bitnerovou, SWOT analýzy a výsledků dotazníkového šetření se můžeme domnívat, že obce v regionu jsou dostatečně připraveny na rozvoj turistického ruchu. Nicméně pro zlepšení atraktivnosti regionu pro turisty by bylo vhodné věnovat pozornost infrastruktuře, jako jsou cesty, parkoviště, cyklostezky a turistické stezky, což by mohlo usnadnit přístup k různým atrakcím.

Z výsledků dotazníkového šetření a vypracované SWOT analýzy dále vyplývá, že kvalita pozemních komunikací v regionu není uspokojivá. Proto by se doporučovalo věnovat pozornost i této oblasti, aby se zlepšila dostupnost a zpříjemnila cesta pro turisty navštěvující region.

## 6 Závěry a doporučení

Diplomová práce "Charakteristika a marketingová strategie MAS Společná Cidlina" poskytla ucelený pohled na místní akční skupinu Společná Cidlina a obce spadající do tohoto regionu a jejich marketingovou strategii. Autor práce používal kombinaci teoretického a praktického přístupu.

V teoretické části práce se autor zaměřoval na terminologii z oblasti marketingu, která je relevantní pro potřeby obcí a místní akční skupiny. Autor se také zabýval tématy, jako je financování neziskových organizací, místní akční skupina, marketingové prostředí obce, SWOT analýza a komunikační mix, aby poskytl ucelený rámec pro praktickou část práce.

V praktické části práce se autor zaměřil na charakteristiku místní akční skupiny a významných objektů v jejím regionu. Dále se zabýval zhodnocením marketingové strategie skupiny a analyzoval dokončené a aktivní projekty, které má pod záštitou MAS Společná Cidlina. Autor také popsal komunikační mix a vytvořil SWOT analýzu života na území Společné Cidliny. Průzkum prostřednictvím dotazníku umožnil autorovi navrhnout konkrétní návrhy na zlepšení životní úrovně v regionu, které mohou sloužit jako východisko pro další plánování a implementaci marketingové strategie v dané oblasti.

Místní akční skupina by mohla spolupracovat s dalšími organizacemi a subjekty. Například se zaměřit na spoluorganizaci sportovních akcí, gastronomických festivalů a tradičních vesnických slavností a festivalů, které jsou zaměřené na ochranu a podporu kulturního dědictví regionu, jako například slavnosti lidových tradic a zvyků, folklorní festivaly nebo regionální jarmarky. Zlepšení spolupráce mezi obcemi je důležité, aby obce v regionu spolupracovaly a sdílely své zkušenosti a know-how.

Jako doporučení je vhodná větší aktivita ve spolupráci s dalšími organizacemi. Obce by mohly více spolupracovat s dalšími organizacemi v regionu, jako jsou například školy, kulturní a sportovní kluby, a propagovat společné projekty a akce. Tím by se zvýšil zájem obyvatel o aktivity v regionu a zároveň by se vytvořila silnější a propojenější komunita.

Dalším doporučením, které autor nabízí, je snaha o investice do infrastruktury, konkrétně do nových silnic a lepší veřejné dopravy, aby se zlepšila dostupnost zdravotnických služeb. Tato investice by mohla přinést řadu výhod, jako například snížení cestovní doby k lékaři, zlepšení kvality a dostupnosti péče a zvýšení spokojenosti obyvatel. Významným benefitem by také bylo snížení nespokojenosti obyvatel s nevyhovujícími pozemními komunikacemi. Tím by mohlo dojít k celkovému zvýšení spokojenosti s kvalitou života v dané oblasti a k posílení hospodářského růstu.

V rámci snahy o zlepšení veřejné dopravy by bylo vhodné zajistit lepší koordinaci mezi jednotlivými linkami autobusů. Tento krok by mohl vést ke zvýšení efektivity dopravy a minimalizování přestupů, což by přispělo k pohodlí cestujících. K dosažení této koordinace mohou být zavedeny nové přestupní body a plánování jízdních řádů může být zlepšeno. Tyto kroky by mohly být implementovány jako součást většího plánu na zlepšení dopravní infrastruktury a usnadnění přístupu ke zdravotnickým zařízením a dalším důležitým oblastem.

Vzhledem k tomu, že zdravotnické služby jsou pro každého obyvatele klíčové, investice do infrastruktury by mohla být výhodná nejen pro pacienty, ale i pro celkovou populaci v dané oblasti. Význam těchto investic do infrastruktury by tedy neměl být podceňován a mohl by mít pozitivní dopad na kvalitu života a hospodářský růst daného regionu.

Celkově by obce měly více spolupracovat s MAS Společná Cidlina a využívat jejich zdrojů a znalostí k podpoře udržitelného rozvoje regionu. Je třeba klást důraz na dlouhodobé plánování a koordinaci akcí, aby bylo dosaženo co nejlepších výsledků a aby byla zlepšena kvalita života obyvatel v regionu MAS Společná Cidlina.

Závěrem lze konstatovat, že diplomová práce přináší cenné poznatky pro MAS Společná Cidlina a obce v jejím regionu. Její výsledky mohou být využity k rozvoji a zlepšení marketingové strategie a komunikačního mixu MAS Společná Cidlina a obcí v jejím regionu. Auto práce je přesvědčen o tom, že tato diplomová práce přispěje ke zlepšení životní úrovně v regionu a může sloužit jako inspirace pro další výzkumy v oblasti marketingu místních akčních skupin a obcí.

## 7 Seznam použité literatury

- [1] Evropská komise. Přístup Leader: základní příručka. Lucemburk: Úřad pro úřední tisky Evropských společenství, 2006. ISBN 92-79-02040-4.
- [2] FORET, Miroslav. Marketingová komunikace. 3., aktualiz. vyd. Brno: Computer Press, 2011. ISBN 978-80-251-3432-0.
- [3] HÁLEK, Vítězslav. Marketing obcí. Hradec Králové: Gaudeamus, 2008. ISBN 978-80-7041-226-8.
- [4] HÁLEK, Vítězslav. Management a marketing. Hradec Králové: Vítězslav Hálek, 2017. ISBN 978-80-270-2439-1.
- [5] HEGER, Vladimír. Komunikace ve veřejné správě. Grada, 2012. ISBN 978-80-247-3779-9.
- [6] JANEČKOVÁ, Lidmila a Miroslava VAŠTÍKOVÁ. Marketing měst a obcí. Praha: Grada, 1999. Města a obce. ISBN 80-7169-750-8.
- [7] JELÍNKOVÁ, Jitka. Občan, spolek, obec a úřad v ochraně životního prostředí: praktický průvodce. Praha: Grada, 2017. ISBN 978-80-271-0508-3.
- [8] KADEŘÁBKOVÁ, J. a kol. Úvod do regionálních věd a veřejné správy. Vydání 2. Plzeň: Aleš Čeněk, 2007. ISBN 978-80-7380-086-4.
- [9] KARLÍČEK, Miroslav. Základy marketingu. 2., přepracované a rozšířené vydání. Praha: Grada, 2018. ISBN 978-80-247-5869-5.
- [10] KOTLER, Philip a Kevin Lane KELLER. Marketing management. [4. vyd.]. Přeložil Tomáš JUPPA, přeložil Martin MACHEK. Praha: Grada, 2013. ISBN 978-80-247-4150-5.
- [11] PELIKÁNOVÁ, Anna. Účetnictví, daně a financování pro nestátní neziskovky. 3. aktualizované vydání. Praha: Grada Publishing, 2018. Účetnictví a daně (Grada). ISBN 978-80-271-2117-5.
- [12] POMAHAČ, Richard a kol. Veřejná správa. Praha: C. H. Beck, 2013. ISBN 978-80-7400-447-6.
- [13] PROVAZNÍKOVÁ, Romana. Financování měst, obcí a regionů – teorie a praxe. 3. aktualizované a rozšířené vydání. Praha: Grada. 2015. ISBN 978-80-247-5608-0.

- [14] PŘIKRYLOVÁ, Jana a Hana JAHODOVÁ. Moderní marketingová komunikace. Praha: Grada, 2010. Expert (Grada). ISBN 978-80-247-3622-8.
- [15] SKOŘEPA, Ladislav, Jiří JEŽEK a Renáta JEŽKOVÁ. Marketing měst a obcí. České Budějovice: Vysoká škola evropských a regionálních studií, 2008. ISBN 978-80-86708-55-3.
- [16] SVAZ MĚST A OBCÍ ČESKÉ REPUBLIKY. Příručka pro člena zastupitelstva obce po volbách 2018. Praha, 2018. ISBN 978-80-906843-3-1.
- [17] SVOBODA, M. a kol. Finanční řízení obcí. Praha: Svaz měst a obcí České republiky. 2021. ISBN 978-80-88375-09-8.
- [18] VACÍK, Emil a Pavel ŠAŠEK. Úloha kvality v řízení výkonnosti v organizacích veřejné správy. Plzeň: Západočeská univerzita v Plzni, 2010. ISBN 978-80-7043-970-8.
- [19] VÍT, Petr. Praktický právní průvodce pro neziskové organizace. Vydání 1. Praha: Grada Publishing, 2015. ISBN 978-80-247-5477-2.

## Internetové zdroje

- [1] AHMAD, I. a kol., "Emerging Technologies for Next Generation Remote Health Care and Assisted Living," in IEEE Access, vol. 10, pp. 56094-56132, 2022, doi: 10.1109/ACCESS.2022.3177278. [online]. [cit. 23. 4. 2023]. Dostupné z: <https://ieeexplore.ieee.org/document/97801>
- [2] BACCARELLA, Christian & Wagner, Timm & Kietzmann, Jan & McCarthy, Ian. (2018). Social media? It's serious! Understanding the dark side of social media. European Management Journal. 36. 431-438. 10.1016/j.emj.2018.07.002. [online]. [cit. 20. 4. 2023]. Dostupné z: [https://www.researchgate.net/publication/326580845\\_Social\\_media\\_It's\\_serious\\_Understanding\\_the\\_dark\\_side\\_of\\_social\\_media](https://www.researchgate.net/publication/326580845_Social_media_It's_serious_Understanding_the_dark_side_of_social_media)
- [3] BRENDER, Jytte (2009). Descriptions of Methods and Techniques. University of Aalborg, Denmark. [online]. [cit. 27. 3. 2023]. Dostupné z: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/B9780123704641500071>

- [4] Cidlina, svazek obcí. [online]. [cit. 31. 3. 2023] Dostupné z: <https://www.kr-kralovehradecky.cz/scripts/detail.php?id=94494>
- [5] Český statistický úřad. [cit. 15. 4. 2023] Dostupné z: <https://www.czso.cz/csu/czso/pocet-obyvatel-v-obcich-k-112022>
- [6] Dobrovolný svazek obcí POCIDLINSKO. [online]. [cit. 31. 3. 2023] Dostupné z: <https://www.svazekpocidlinsko.cz/>
- [7] Evropská komise. Rozvoj venkova. [online]. 2022 [cit. 6. 4. 2023]. Dostupné z: [http://ec.europa.eu/agriculture/publi/fact/leader/2006\\_cs.pdf](http://ec.europa.eu/agriculture/publi/fact/leader/2006_cs.pdf)
- [8] SONG, Y, Hu, X., Lao, K., Qin, H. and Wan, C. (2022). Resilient power grid for smart city. in iEnergy, vol. 1, no. 3, pp. [online]. [cit. 20. 4. 2023]. Dostupné z: <https://ieeexplore.ieee.org/document/9954283>
- [9] Informace o obci Nepolisy. Oficiální stránky obce Nepolisy. [cit. 30. 3. 2023] Dostupné z: <https://www.nepolisy.cz/obec/informace-o-obci/>
- [10] Informace o spolku Společné CIDLINY. Oficiální stránky spolku Společné Cidliny. [cit. 31. 3. 2023] Dostupné z: <https://www.spolecnacidlina.cz/>
- [11] Informace o zámku Karlova Koruna. zámek Karlova Koruna – Kinský dal Borgo, a.s. [online]. [cit. 12. 4. 2023]. Dostupné z: <https://www.karlovakoruna-zamek.cz/>
- [12] Informace o zámku Sloupno. Oficiální stránky obce Sloupno. [online]. [cit. 13. 4. 2023]. Dostupné z: <https://www.sloupno.cz/obec/zamek-sloupno/>
- [13] Informace o Fajnpaku. Oficiální stránky Fajnpark. [online]. [cit. 13. 4. 2023]. Dostupné z: <https://www.fajnpark.cz/>
- [14] Informace o městském muzeu Loreta. Oficiální stránky města Chlumeck nad Cidlinou. [online]. [cit. 13. 4. 2023]. Dostupné z: <https://www.chlumeck.cz/mestske-muzeum-loreta-chlumeck-nad-cidlinou/os-1002>
- [15] Informace o území Společné Cidliny. Oficiální stránky Společné Cidliny. [cit. 17. 4. 2023] Dostupné z: <https://www.spolecnacidlina.cz/uzemi-mas>
- [16] Informace o Rozhledně Kosice. Webové stránky turistika.cz. [online]. 2018. [cit. 19. 4. 2023] Dostupné z: <https://www.turistika.cz/vylety/rozhledna-kosice/detail>

- [17] Interní materiály MAS Společná Cidlina za spolupráce s ©ČÚZK. [online]. [cit. 18. 4. 2023] Dostupné z:  
<https://www.spolecnacidlina.cz/file.php?nid=6571&oid=8125308>
- [18] Komunikující město [online]. Brno: Mezinárodní institut marketingu, komunikace a podnikání (IIMCE), 2006- [cit. 23. 3. 2023]. Dostupné z:  
<http://www.komunikujici-mesto.cz>
- [19] Mikroregion Novobydžovsko. [online]. [cit. 31. 3. 2023] Dostupné z:  
<https://www.kr-kralovehradecky.cz/scripts/detail.php?id=94997>
- [20] Ministerstvo vnitra České republiky. Mikroregiony a místní akční skupiny [online]. 2008 [cit. 6. 4. 2023]. Dostupné z:  
<http://www.mvcr.cz/clanek/mikroregiony-a-mistni-akcni-skupiny.aspx>
- [21] MÜLLEROVÁ, Drahomíra. Ministerstvo vnitra České republiky. Území obce, postupy a důsledky jeho změn (metodická pomůcka). [online]. [cit. 25. 3. 2023]. Dostupné z: <https://www.mvcr.cz/odk2/soubor/uzemi-obce-postupy-a-dusledky-jeho-zmen-metodicka-pomucka.aspx>
- [22] Národní síť MAS ČR. Co jsou MAS [online]. 2023 [cit. 6. 4. 2023]. Dostupné z:  
<https://www.nsmascr.cz/o-spolku/co-jsou-mas/>
- [23] Stanovy Společná CIDLINA, z.s. [online]. [cit. 31. 3. 2023] Dostupné z:  
<https://www.spolecnacidlina.cz/file.php?nid=6571&oid=7663088>
- [24] ŠAFÁŘOVÁ, Barbora. Místní akční skupiny. Ministerstvo zemědělství. [online]. 2023 [cit. 6. 4. 2023]. Dostupné z:  
<https://eagri.cz/public/web/mze/venkov/prioritni-temata-site/mistni-akcni-skupiny/>
- [25] ŠPAČEK, Jiří (2017). kostel sv. Maří Magdalény. [online]. [cit. 12. 4. 2023]. Dostupné z: <https://www.hrady.cz/kostel-sv-mari-magdaleny-nepolisy>

## **Zákony**

Zákon č. 89/2012 sb., občanský zákoník

Zákon č. 128/2000 Sb., o obcích (obecní zřízení)



## 8 Přílohy

### Dotazník spokojenosti s kvalitou života na území místní akční skupiny Společná CIDLINA.

Sekce 1 z 6

### Dotazník spokojenosti s kvalitou života na území místní akční skupiny Společná CIDLINA

Dobrý den,  
věnujte prosím 10 minut svého času vyplněním následujícího dotazníku.  
Dotazník je dobrovolný a zcela anonymní, výsledky budou použity pro mou diplomovou práci, kterou zpracovávám na vysoké škole.  
Za Vaši ochotu a čas věnovaný dotazníku Vám velice děkuji.  
Pavel Vejvoda,  
[Zadražany](#)

Jste muž nebo žena? \*

Muž

Žena

Váš věk: \*

0-19 let

20-29 let

30-39 let

40-49 let

50-59 let

60 a více

Máte povědomí o tom, co nebo kdo je místní akční skupina Společná CIDLINA? \*

Ano

Ne

Po sekci 1 Pokračovat na další sekci

Sekce 2 z 6

Název sekce (nepovinný) ⌵ ⋮

Popis (nepovinný)

⋮
📄 🗑️ ⋮

**Společná CIDLINA (MAS Společná CIDLINA)**

MAS Společná Cidlina je místní akční skupinou ve východních Čechách, v okrese Hradec Králové, která se od roku 2008 podílí na rozvoji regionu. Podporují různé oblasti, jako je ekonomika, školství, zemědělství, občanská vybavenost a další. Na jejím území funguje 38 obcí v regionu Pocerulínska. Do tohoto území spadají: Barchov, Babice, Chlumecl nad Cidlinou, Chudeřice, Hlušice, Humburky, Káranice, Klamoš, Kobylice, Kosice, Kosičky, Králíky, Lišice, Lovčice, Lužec nad Cidlinou, Měník, Mlékosrby, Myštėves, Nopolisy, Nové Město, Nový Bydžov, Ohnišřany, Olešnice, Petrovice, Písek, Prasek, Převýšov, Sekeřice, Skřivany, Sloupno, Smidary, Stará Voda, Starý Bydžov, Šaplava, Vinary, Zachrašřany, Zdechovice a Žlunice.

Po sekci 2 Pokračovat na další sekci ⌵

Sekce 3 z 6

Název sekce (nepovinný) ⌵ ⋮

Popis (nepovinný)

Jak dlouho žijete na území místní akční skupiny Společná CIDLINA? \*

Více než 10 let

Méně než 10 let

Nežijí na území MAS Společná CIDLINA

Ve které obci žijete? \*

Například: Nopolisy, Nový Bydžov, Chlumecl nad Cidlinou, ...

Text stručně odpovėdi

.....

**Sekce 4 z 6**

Název sekce (nepovinný) ⌵ ⋮

Popis (nepovinný)

---

Jste s činností MAS Společná CIDLINA spokojen/a? \*

MAS (místní akční skupina)

Ano

Ne

Nevím jaká je činnost

---

Jak byste celkově zhodnotili kvalitu bydlení na území MAS Společná CIDLINA? \*

Velmi spokojen/a

Spíše spokojen/a

Spíše nespokojen/a

Velmi nespokojen/a

---

Jaká je úroveň komunikace a zapojení obyvatel do rozhodování týkajících se rozvoje této lokality? \*

Velmi dobrá

Spíše dobrá

Spíše špatná

Velmi špatná

Co se Vám na území MAS Společná CIDLINA nejvíce líbí? \*

- Klidný život
- Mezilidské vztahy
- Sportovní vyžití
- Vzhled obcí
- Dopravní obslužnost
- Kulturní a společenský život
- Kvalitní komunikace (chodníky, silnice)
- Skvělá úroveň služeb a obchodů
- Dostačující zdravotní péče
- Jiná...

Co se Vám na území MAS Společná CIDLINA nelíbí? \*

- Špatné mezilidské vztahy
- Nedostačující kulturní a společenský život
- Nepořádek
- Špatné pozemní komunikace a chodníky
- Nevyhovující veřejná doprava
- Nedostatek služeb a obchodů
- Životní prostředí
- Nedostačující zdravotní péče
- Nedostatečné množství pozemků pro novostavby
- Jiná...

Co Vám nejvíce chybí při trávení volného času? \* ☰

- Nic, všechno potřebné mi region poskytuje
- Jiná...

Jak jste celkově spokojen/a s údržbou a čistotou regionu? \*

- Velmi spokojen/a
- Spíše spokojen/a
- Spíše nespokojen/a
- Velmi nespokojen/a

Jak jste spokojen/a s kvalitou a dostupností služeb v regionu? \*

	Velmi spokojen/a	Spíše spokojen/a	Spíše nespokojen/a	Velmi nespokojen/a
Kultura (zábava, sp...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Bezpečnost (polici...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Správa odpadů (sb...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Zdravotní péče (kli...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Restaurační zařízení	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Vzdělávání (knihov...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Správa veřejného p...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Veřejná doprava (v...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Cítíte se dobře informováni o dění na území MAS? \*

- Ano
- Ne

Jaký způsob informování o dění na území nejvíce využíváte? \*

- Webové stránky měst a obcí
- Vývěsky
- Rozhlas
- Sousedí a přátelé
- Sociální sítě (Facebook, Instagram)
- Jiná...

Mezilidské vztahy v regionu považujete za? \*

- Velmi dobré
- Spíše dobré
- Spíše špatné
- Velmi špatné

Je na daném území dostatek kontejnerů na tříděný odpad? \*

- Ano
- Ne

**Sekce 5 z 6**

Název sekce (nepovinný) ✕ ⋮

Popis (nepovinný)

Jste spokojen/a se službami pro seniory nebo handicapované občany? \*

Ano

Ne

Po sekci 5 Pokračovat na další sekci ▼

**Sekce 6 z 6**

Název sekce (nepovinný) ✕ ⋮

Popis (nepovinný)

Proč nejste spokojeni se službami pro seniory nebo handicapované občany? \*

Co zlepšit?

Text dlouhé odpovědi

.....



## Zadání diplomové práce

<b>Autor:</b>	<b>Bc. Pavel Vejvoda</b>
Studium:	I2100108
Studijní program:	N0688A140001 Informační management
Studijní obor:	Informační management
<b>Název diplomové práce:</b>	<b>Charakteristika a marketingová strategie MAS Společná Cidlina</b>
Název diplomové práce AJ:	Characteristics and marketing strategies of MAS Společná Cidlina

### Cíl, metody, literatura, předpoklady:

#### Cíl práce:

Cílem diplomové práce je analyzovat marketingovou strategii spolku "Společná Cidlina" a následně navrhnout možnosti jejich zlepšení.

V teoretické části je na základě odborné literatury popsán marketing a jeho dílčí části, marketingová strategie měst a obcí.

V praktické části je uvedena charakteristika organizace a s využitím dotazníkového šetření analyzováno vnímání stávajícího marketingu Společné Cidliny a obcí, které do spolku patří. Výsledkem bude vytvoření "best practices" a návrhů na zlepšení života na území Společné Cidliny.

#### Osnova práce:

1. Úvod
2. Cíl práce a metodologie
3. Teoretická východiska
4. Praktická část
5. Shrnutí výsledků
6. Závěry a doporučení
7. Seznam použité literatury
8. Přílohy
9. Zadání práce

#### Zdroje:

1. KALA, TOMÁŠ: Management malé obce, Hradec Králové Gaudeamus, 2007, ISBN 978-80-7041-957-1
2. HÁLEK, VÍTĚZSLAV: Marketing obcí, Hradec Králové Gaudeamus, 2006, ISBN 978-80-7041-226-8
3. HÁLEK, VÍTĚZSLAV: Management a marketing, Hradec Králové: Vítězslav Hálek, 2017, ISBN 978-80-270-2439-1
4. <https://www.spolecnacidlina.cz/>



5. Obecní úřad Nepolisy

Zadávací pracoviště: Katedra managementu,  
Fakulta informatiky a managementu

Vedoucí práce: Ing. Václav Zubr, Ph.D.

Datum zadání závěrečné práce: 15.10.2021