

Ze2BP_OSX4 Oborová praxe - sociální geografie

2011

Téma: Strukturální fondy jako nástroj řešení regionálních disparit na modelovém příkladu Jihomoravského kraje

Metoda: Přímé dotazníkové šetření studentů

Termín: 9. – 13. 5. 2010

Jihomoravský kraj je tvořen 7 okresy - Blansko, Brno-město, Brno-venkov, Břeclav, Hodonín, Vyškov a Znojmo - 673 obcí je rozděleno do 21 správních obvodů obcí s rozšířenou působností (ORP). Současná podoba území kraje je dána zákonem č. 387/2004 Sb. o změně hranic krajů, podle něhož od 1. 1. 2005 přešlo do Jihomoravského kraje celkem 25 obcí z kraje Vysočina, všechny do okresu Brno-venkov. Šlo o 24 obcí z okresu Žďár nad Sázavou (nyní ORP Tišnov) a o 1 obec (Senorady) z okresu Třebíč (ORP Ivančice).

Vnitřní hranice mezi okresy kraje byly upraveny na základě vyhlášky č. 513/2006 Sb., kterou se měnila vyhláška č. 564/2002 Sb. o stanovení území okresů České republiky. Bylo sladěno území okresů s územím správních obvodů obcí s rozšířenou působností, od 1. 1. 2007 tak došlo ke změně okresu u 26 obcí. Do okresu Hodonín přešla 1 obec z okresu Vyškov, zbývajících 25 obcí přibylo do okresu Brno-venkov – 14 obcí z okresu Blansko, 7 obcí z okresu Břeclav a 4 obce z okresu Znojmo. Rozlohou 7 195 km² se Jihomoravský kraj řadí na čtvrté místo v republice.



Rozpisy studentů

Okres Student	Blansko	Brno-město	Brno- venkov	Břeclav	Hodonín	Vyškov	Znojmo
1.							
2.							
3.							
4.							
5.							
6.							
7.							
8.							
9.							
10.							
11.							
12.							

Cíle výzkumu:

Hlavní cíl:

Hlavním cílem výzkumného šetření je zhodnocení vlivu rozvojových projektů na socioekonomický rozvoj pomocí procesu ex post evaluace na vytípané územní jednotce. Relevantní územní jednotkou, kterou jsem použil je území Jihomoravského kraje. Jihomoravský kraj představuje dostatečný územní potenciál pro realizaci pomoci a zrealizování rozvojových projektů. Celý proces metodické části práce vychází z dlouhodobých rozvojových konceptů kraje, ze základních dokumentů, jež jsou na krajské úrovni zpracovány a především z projektových žádostí, jež byly podány v rámci tzv. operačních programů platných pro Českou republiku v programovacím období 2004-2006. Protože možnosti zacílení „strukturálních operací“ je velké množství (např. zemědělství, cestovní ruch, veřejná technická infrastruktura, regionální rozvoj, či životní prostředí), stejně jako okruh žadatelů, či příjemců, kteří všechny aktivity mohou realizovat, zúžil jsem okruh analýzy pouze na projekty, které realizovaly veřejnoprávní subjekty. Důvodem volby této skupiny příjemců byly tři základní hlediska:

- 1) **Finanční hledisko** - veřejnoprávní subjekty jsou jedny z mála subjektů, které mají nárok na nevyšší možnou míru dotace. V mnohých operačních programech je dotace stanovena maximální hranicí 85% celkových způsobilých výdajů projektů¹ (v případě projektů směřovaných do životního prostředí až 90%).
- 2) **Územní hledisko** – jasné vymezení okruhů příjemců je dáno legislativní podporou platnou pro území ČR:
 - obce - zákon č. 128/2000 Sb., o obcích, ve znění pozdějších předpisů;
 - kraje - zákon č. 129/2000 Sb., o krajích, ve znění pozdějších předpisů;
 - hl. město Praha - zákon č. 131/2000 Sb., o hlavním městě Praze, ve znění pozdějších předpisů;
 - organizace zřizované kraji a obcemi - zákona č.250/2000 Sb., o rozpočtových pravidlech územních rozpočtů, ve znění pozdějších předpisů; případně zákon č. 513/1991 Sb., Obchodní zákoník, ve znění pozdějších předpisů.
- 3) **Věcné hledisko** – pro veřejnoprávní subjekty je určeno cca až 65% všech dotačních titulů a oblastí podpor (od cestovního ruchu, přes veřejnou infrastrukturu, dopravu, regionální rozvoj až po životní prostředí).

Specifické cíle vycházejí z hlavního cíle zaměření výzkumu a rozvádějí jednotlivé možné oblasti čerpání finančních prostředků z hlediska pozice instituce, či subjektu. Tj. z pohledu předkladatele a konečného příjemce podpory. Jelikož je prakticky nemožné postihnout v práci veškeré aspekty týkající se regionálních rozvojových projektů daného území, bude vhodné zvolit v rámci specifických cílů pouze některé oblasti zájmu řešitele. Důležitým prvkem rozvoje území jsou projekty, které jsou financovány z veřejných rozpočtů. Proto celý proces bude soustředěn na oblast dotační politiky Jihomoravského kraje. Předmětem zkoumání v rámci projektu budou důležité projekty investičního i neinvestičního charakteru, které jednotlivé subjekty zahrnuté v území realizovaly ve vymezeném časovém období. Pokud se máme soustředit na všechny projekty je velice těžké a složité vymezit evaluační období vzhledem k tomu, že od roku 1998 mohou obce čerpat prostředky nejen ze státního rozpočtu, ale i z rozpočtu Evropské unie. Od 1. 4. 2004, kdy se Česká republika začlenila mezi právoplatné členy Evropské unie, je možné čerpat prostředky i ze zvláštních fondů, které EU zřídila v

¹ **Způsobilé výdaje** - jsou výdaje na projekt, které mohou být hrazeny z finančních prostředků Fondů EU. Způsobilé výdaje jsou oficiálním pojmem příslušných předkladů nařízení a jsou ekvivalentním pojmem pro uznatelné, oprávněné či přijatelné výdaje.

souvislosti s naplňování principů regionální politiky. Z tohoto důvodu a pro popsání složitějších a detailnějších procesů získávání prostředků na tzv. veřejné projekty, řešitel vymezil evaluační období shodné s programovacím obdobím Evropské unie, tj. období 2000 – 2006. Je zřejmé, že mnoho projektů v takto vymezeném období vznikalo složitým procesem, mnoho projektů se ještě v současné době realizuje a některé z projektů teprve budou realizovány. Nicméně v souvislosti s pravidly, která jsou nastavena ze strany poskytovatelů dotací, a při zachování všech podmínek platných pro úspěšné čerpání prostředků, bude proces evaluace probíhat průběžně po dobu tří let.

Metodika výzkumu:

Sociální průzkum - forma kladení série strukturovaných otázek skupině jedinců, kteří představují vzorek sledované populace. **Dotazníkové průzkumy** jsou považovány za základní nástroje sociálních věd a jsou dnes podkladem zejména pro soukromé i veřejné výzkumy a průzkumy statistických a evaluačních institucí. Dotazníkové průzkumy jsou používány ke sběru početných homogenních dat, která jsou posléze použita pro statistické účely. V kontextu evaluací socio-ekonomického vývoje jsou obvykle sociální průzkumy používány v kombinaci s dalšími technikami jako prostředky odhadující výsledky, dopady a efektivitu zásahů. Průzkumy příjemců představuje evaluační techniku, která pomocí dotazníkových průzkumů zjišťuje informace od subjektů přímo ovlivněných intervencí, kde se předpokládá, že budou mít prospěch z jejich důsledků (ať už jednotlivci, organizace nebo společnosti). Cílem je obvykle sběr specifických informací. Technika se používá ke shromáždění kvalitativních informací a názorů těch, kteří jsou přímo ovlivněni konkrétním programem nebo projektem, jeho kontextem, implementací, výsledky a dopadem.

Dotazníkový průzkum:

Je strukturovaný prostředek pro sběr dat, který vyplňuje zkoumaná osoba. Výzkumníci používají dotazníky, aby získali informace o myšlení, zkušenostech, pocitech, postojích, názorech a znalostech, hodnotách a intencích. Informace v dotazníku se mohou týkat dotazované osoby nebo popisu externích objektů.

Dotazníky obvykle obsahují množství otázek a tvrzení, které označujeme jako položky. Otázky se mohou týkat minulosti, přítomnosti a budoucnosti

Základy tvorby dotazníku

Dotazník by měl na první pohled upoutat pozornost, nesmí respondenta hned na začátku odradit. Je potřeba se zaměřit především na:

- srozumitelnost,
- přehlednost a snadnou orientaci,
- jednoduchost vyplňování,
- jazykovou korektnost,
- typografickou úpravu,
- grafickou úpravu.

Stanovení cíle

Na počátku tvorby dotazníku je důležité si stanovit **cíl průzkumu**, na který se zaměříme. Pokud není přesně definován, může se stát, že průzkum nesplní očekávání. Cíl musí být především zjistitelný a srozumitelný.

Délka vyplňování

Běžně se uvádí délka dotazníku v rozmezí 40 až 50 otázek a doba vyplňování 20 minut, nicméně tolik času je ochoten věnovat vyplňování pouze velmi dobře motivovaný respondent.

Více než 20 otázek zpravidla dotazovanou osobu **odradí**. Obzvláště u dotazníků vyplňovaných přes internet je vhodné udržet celkovou **dobu vyplňování pod 10 minutami**.

Formulování otázek

Hlavní zásady formulování otázek:

- **Jednoznačnost** - formulovat výstižné a jednoduché věty. Je lepší se vyvarovat se dvojitých záporů a nejednoznačných slov jako občas, někdy, několik apod.
- **Srozumitelnost** - používat jazyk cílové skupiny respondentů, vžít se do role dotazovaného. Například manažeři a mládež mají rozdílné způsoby vyjadřování a v mnoha oblastech používají odlišné pojmy.
- **Stručnost** - používat krátké, stručné věty.
- **Validnost** - ptát se na to, co skutečně potřebujeme zjistit, jiným slovy, zda-li odpověď na otázku pomůže dosažení stanoveného cíle průzkumu. Jinak je lepší otázku zcela vynechat.
- Nepoužívat **sugestivní otázky**, tj. takových, které svou formulací napovídají odpověď.
- Vyvarovat se **haló-efektu**, tj. řadě příbuzných otázek za sebou, kde se odpověď z první otázky přenáší i do ostatních.

Struktura dotazníku

Řazení otázek

Na začátku dotazníku by měly být zařazeny **zajímavé** otázky, které upoutají pozornost respondenta. **uprostřed** by se měly nacházet **stěžejní** otázky, jejichž vyplnění vyžaduje soustředění, a **na konci** otázky **méně závažné**.

Úvod

Na začátku dotazníku by měl být stručný úvod, který by měl dotazovanou osobu:

- slušně **oslovit** a požádat o vyplnění dotazníku,
- **představit náplň** dotazníku,
- naznačit **význam** odpovědi a **smysl** celého dotazníku (lidé neradi dělají věci, u kterých nevidí žádný smysl), a pokud možno zdůraznit přínos správného vyplnění pro samotného respondenta (více v části motivace),
- sdělit **stručné pokyny** k vyplňování, je-li to nutné - obsáhlé pokyny mohou dotazovanou osobu odradit již na začátku,
- zmínit přibližnou **délku vyplňování** dotazníku,
- **poděkovat** za čas, který bude vyplňování věnovat.

Závěr

Na závěr dotazníku je vhodné poděkovat za čas strávený vyplňováním dotazníku. Je možné také připsat stručné pokyny k odevzdání dotazníku.

Otestování dotazníku

Dotazník by měl po dokončení projít alespoň dvěma testy:

1. Samotný tvůrce by si jej měl poctivě celý vyplnit.
2. Malá skupinka *testovacích respondentů* může poskytnout důležitou zpětnou vazbu v době, kdy je možné dotazník ještě upravit.

Mnoho otázek se může naráz jevit jinak v kontextu předchozích otázek. Je vhodné si dotazník také vyplnit v náhodném pořadí nebo od konce, umožňuje-li to povaha dotazníku, zda-li jsou odpovědi stále stejné. Je vhodné si také prohlédnout výsledky testovacího průzkumu, zda-li splnily očekávání a poskytly potřebné informace.

Typy otázek v dotazníku

Otázky v dotazníku dělíme na tři základní typy:

- otevřené - umožňují volnou tvorbu odpovědi ,
- uzavřené - výběr z několika variant odpovědi,
- polouzavřené (nebo také polootevřené) - jedná se o kombinace obou předchozích typů.

Otevřené otázky

V otevřené otázce se může dotazovaná osoba **vyjádřit svými slovy** podle vlastního uvážení. Nedostává na výběr z předpřipravených variant odpovědí.

Do takovýchto otázek s otevřeným koncem řadíme otázky:

- volné,
- asociační - doplnění bezprostřední asociace na uvedený pojem,
- dokončení předložené věty,
- dokončení povídky,
- dokončení obrázku - k obrázku dvou osob se doplňuje reakce druhé osoby,
- dokončení tématického námětu dle obrázku.

Výhody otevřených otázek

- umožňují získat odpověď, která tvůrce dotazníku nemusela napadnout,
- věrněji zachycují pohled respondenta na otázku, jelikož není omezen variantami odpovědi,
- podněcují respondenta k hlubšímu zamyšlení nad tématem,
- jsou užitečné, nelze-li efektivně definovat nebo vypsát všechny možné odpovědi,
- hodí se jako úvodní otázky, které napomáhají získat kontakt s respondentem.

Nevýhody otevřených otázek

- volnost odpovědí znesnadňuje následné zpracování,
- může být obtížné odpověď interpretovat,
- kvalitu odpovědi je ovlivněna verbálními schopnostmi respondenta

Uzavřené otázky

Uzavřené otázky nabízejí několik možných variant odpovědí, ze kterých si dotazovaný vybírá jednu nebo více odpovědí, které se nejvíce blíží jeho názoru. Tento typ otázek je vhodné použít v případě, že znáte většinu možných odpovědí.

Výhody uzavřených otázek

- jednoduché vyplnění odpovědi,
- nasměrování respondenta na to, co nás zajímá,
- snadné zpracování odpovědí.

Nevýhody uzavřených otázek

- umožňují nahodilé vyplnění,
- sugestivní odpovědi,
- nemusí vystihnout názor respondenta,
- složitější na vytváření.

Uzavřené otázky je možné dělit na:

Dichotomické a trichotomické otázky

Tyto otázky umožňují pouze odpověď **ano/ne**, respektive **ano/ne/nevím**.

Příklad: Jste držitelem věrnostní karty našeho hotelu:

- ano
- ne

Příklad: Vybral by jste si znovu náš hotel?

- ano
- ne
- nevím

Výběrové otázky

U těchto otázek je možnost výběru **jedné** nabízených alternativy.

Příklad: Jaké je vaše nejvyšší dosažené vzdělání?

- základní
- střední bez maturity / vyučen
- střední s maturitou
- vysokoškolské

Výčtové otázky

Takovéto otázky nabízí možnost výběru **několika** nabízených alternativ zároveň.

Příklad: Které služby Vám nejvíce postrádáte v nabídce našeho wellness centra:

- termální bazén
- thajské masáže
- floating
- akupunktura

Škálové otázky

Škálové otázky jsou nejvhodnějším nástrojem pro měření názorů a postojů. Odpovědi lze jednoduše kvantifikovat a následně statisticky analyzovat.

Hodnotící škála

Respondent vyjadřuje svůj postoj k objektu na hodnotící škále **výběrem ze stupnice**, například:

- 1-5 jako ve škole
- -2 silně nespokojen, -1 mírně nespokojen, 0 nevím, +1 mírně spokojen, +2 silně spokojen

Hodnotící škála může mít též grafickou podobu ve formě úsečky vymezené dvěma krajními postoji.

Škála pořadí

Na škále pořadí **seřazuje** respondent jednotlivé předměty podle svých preferencí.

Příklad: Seřadte novinové tituly podle vašich preferencí:

- Hospodářské noviny
- Lidové noviny
- MF Dnes
- Právo
- Blesk

Škála konstantní sumy

Jednou z nejpřesnějších metod diferenciování preferencí je škála konstantní sumy, kde respondent **rozděluje pevně stanovené množství bodů** (zpravidla 100) mezi jednotlivé předměty dle svých preferencí:

Příklad: Stanovte podíl jednotlivých služeb hotelu na vaší celkové spokojenosti:

- kvalita ubytování:
- personál:
- stravování:
- wellness centrum:

Polouzavřené otázky

Polouzavřené otázky kombinují výhody (ale také nevýhody) otevřených a uzavřených otázek. Polouzavřené otázka vznikne přidáním varianty "jiné" do uzavřené otázky, která je vlastně otevřenou otázkou a umožňuje respondentovi volně vyjádřit svůj názor.

Příklad: Z jaké země pocházíte?

- Česká republika
- Slovenská republika
- Polsko
- Maďarsko
- jiné: