

Výzkum znalosti a vnímání ROP Jihovýchod v Jihomoravském kraji a v kraji Vysočina

pro



srpen - září 2009

Realizovala agentura výzkumu trhu a
strategického marketingu

 **BRAND BROTHERS**
market research & strategic marketing

Ptašínského 8, 602 00 Brno, Tel.: 541 261 433, Fax: 541 261 435
Email: info@brandbrothers.com, www.brandbrothers.cz,
www.marketingovy-vyzkum.cz

Obsah:

1.	Metodologie výzkumu.....	3
1.1.	Sběr dat.....	3
1.2.	Reprezentativnost a zkoumané obory.....	5
2.	Znalost operačních programů dle zkoumaných segmentů a regionů.....	7
2.1.	Znalost operačních programů mezi obyvateli zkoumaných krajů.....	9
2.2.	Znalost operačních programů v obcích.....	10
2.3.	Znalost operačních programů v segmentu malých a středních podnikatelů.....	11
2.4.	Znalost operačních programů v nemocnicích a sociální péče.....	12
3.	Míra znalosti konkrétních projektů financovaných EU.....	13
3.1.	Znalost konkrétních projektů financovaných EU.....	13
3.2.	Znalost konkrétních projektů financovaných ROP Jihovýchod.....	15
3.3.	Počet konkrétních projektů financovaných EU, které v jednotlivých segmentech znají... ..	16
3.4.	Počet projektů financovaných ROP Jihovýchod, které v jednotlivých segmentech znají.	16
3.5.	Znalost projektů podpořených ROP Jihovýchod dle oblastí podpory.....	20
4.	Četnost žadatelů o dotaci z ROP dle zkoumaných segmentů a regionů.....	21
5.	Zkušenost s procesem žádání o dotaci z ROP.....	23
5.1.	Orientace v administrativě spojené s žádáním o dotaci z ROP Jihovýchod.....	23
5.2.	Pozitivní stránky spolupráce s ROP Jihovýchod.....	24
5.3.	Negativní stránky spolupráce s ROP Jihovýchod.....	25
6.	Využívané informační zdroje.....	27
7.	Potenciální žadatele z dotace z ROP Jihovýchod.....	28
7.1.	Proč nežádali o dotaci z ROP Jihovýchod.....	28
7.2.	Co by se muselo změnit, aby o dotaci žádali.....	31
8.	Dotazníky.....	33
8.1.	Omnibusové šetření (segment <i>obyvatelé</i>).....	33
8.2.	Telefonický výzkum – všechny další segmenty.....	34
9.	Zpracovatel výzkumu: Brand Brothers s.r.o.....	37
9.1.	Marketingové výzkumy a strategická doporučení od roku 1996.....	37
	Příloha.....	38
A.	Pozitiva spolupráce s ROP Jihovýchod – přesné znění odpovědí.....	38
1.	Obce.....	38
2.	Malí a střední podnikatelé:.....	40
3.	Neziskové nestátní organizace.....	40
4.	Školy a školská zařízení.....	41
5.	Zdravotnická a sociální sféra.....	41
B.	Negativa spolupráce s ROP Jihovýchod – přesné znění odpovědí.....	43
1.	Obce.....	43
2.	Malí a střední podnikatelé:.....	46
3.	Neziskové nestátní organizace.....	46
4.	Školy a školská zařízení.....	47
5.	Zdravotnická a sociální sféra.....	47

1. Metodologie výzkumu

1.1. Sběr dat

Telefonický sběr dat ve všech segmentech institucí (tedy vyjma segmentu obyvatel) byl uskutečněn ve dnech **7.8.2009 – 20.8.2009**. Samotnému telefonickému dotazování předcházela **pilotáž** - marketingový specialista Brand Brothers provedl **8 rozhovorů v jednotlivých zkoumaných segmentech**, aby ověřil srozumitelnost dotazníku pro respondenty. **F2F sběr dat** probíhal ve dvou vlnách omnibusového šetření v průběhu **srpna a září** (reprezentativní výzkum pro celou populaci ČR – v tomto případě jsme otázky z této studie zařadili jen pro respondenty z Jihomoravského kraje a kraje Vysočina).

Celkově bylo realizováno 660 rozhovorů. Jejich přesné rozložení v jednotlivých segmentech a krajích uvádí následující tabulka.

Tabulka 1: Počet realizovaných rozhovorů v jednotlivých segmentech a krajích

ZKOUMANÉ SEGMENTY	ZKOUMANÉ KRAJE		
	Jihomoravský kraj	Kraj Vysočina	CELKEM
Obyvatelé	236	109	345
Obce nad 500 obyvatel	61	34	95
Malí a střední podnikatelé	69	37	106
Ostatní segmenty	75	39	114
CELKEM	441	219	660

Zdroj: Výzkum Brand Brothers s.r.o., srpen – září 2009

Kategorie **neziskové nestátní organizace, školská zařízení a nemocnice a sociální sféra** jsme spojili do jedné skupiny nazvané **ostatní segmenty**. Následující tabulka 2 přehledně uvádí počty rozhovorů realizovaných v těchto jednotlivých kategoriích.

Pokud bychom tyto dílčí kategorie analyzovali samostatně, byly by výsledky zatíženy vysokou statistickou chybou, a tudíž by nebyly spolehlivé. V několika tabulkách, kde uvádíme absolutní hodnoty, však prezentujeme čísla i pro tyto malé segmenty. V analýze **znalosti ROP Jihovýchod** jsou **rozdíly** mezi těmito segmenty **minimální**. Výraznější rozdíly jsou v analýze četnosti žadatelů o dotaci z ROP Jihovýchod. **Bližší informace o těchto rozdílech** uvádíme v **komentářích** v rámci **jednotlivých kapitol**.

Tabulka 2: Počet realizovaných rozhovorů v jednotlivých segmentech sdružených do kategorie ostatní segmenty v obou zkoumaných krajích

ČLENĚNÍ „OSTATNÍCH SEGMENTŮ“ PODROBNĚ	ZKOUMANÉ KRAJE		
	Jihomoravský kraj	Kraj Vysočina	CELKEM
OSTATNÍ SEGMENTY	75	39	114
Neziskové nestátní organizace	29	15	44
Školská zařízení	26	14	40
Nemocnice a sociální sféra	20	10	30

Zdroj: Výzkum Brand Brothers s.r.o., srpen – září 2009

1.2. Reprezentativnost a zkoumané obory

V případě segmentu **obyvatelé** byla data sbírána prostřednictvím **face to face rozhovorů ve dvou vlnách omnibusového šetření**. Vzorek byl sestaven tak, aby odpovídal klíčovými parametry základní populace. Konkrétně jsou data **reprezentativní podle těchto kritérií: počet obyvatel ve zkoumaných krajích, velikost obcí, pohlaví, vzdělání a věk**, přičemž vzorek zahrnoval **respondenty starší 18 let**.

Ostatní segmenty byly dotazovány telefonicky. Byla použita databáze vycházející z Registru ekonomických subjektů, vedeného Českým statistickým úřadem. V něm jsou evidovány všechny společnosti a instituce působící v ČR. V rámci třídění oborů se zde používá **kategorizace OKEČ**, která vychází z mezinárodně používaného třídění.¹

1.2.1. Obce nad 500 obyvatel

Databáze tohoto segmentu zahrnovala kontakty na všechny **obecní úřady obcí nad 500 obyvatel v Jihomoravském kraji a v kraji Vysočina**.

1.2.2. Malí a střední podnikatelé

Databáze tohoto segmentu zahrnovala kontakty na **malé podniky (10-49 zaměstnanců, obrat pod 10 milionů EUR) a střední podniky (50-249 zaměstnanců, obrat pod 50 milionu EUR)**.

Byly **stanoveny kvóty** dotazování tak, aby bylo dotázáno vždy **50% rozhovorů s malým, resp. středním podnikem** v obou zkoumaných krajích.

Do databáze byly zařazeny **všechny subjekty vyjma** těch, které spadají **pod následující OKEČ**:

- Veřejná správa a obrana, povinné sociální zabezpečení
- Školství
- Zdravotní a sociální péče
- Činnosti členských organizací, j. n.
- Činnosti domácností jako zaměstnavatelů domácího personálu
- Činnosti domácností produkujících blíže neurčené výrobky pro vlastní potřebu
- Činnosti domácností poskytujících blíže neurčené služby pro vlastní potřebu
- Exteritoriální organizace a instituce.

1.2.3. Školská zařízení

Databáze tohoto segmentu zahrnovala kontakty na všechna školská zařízení v **Jihomoravském kraji a v kraji Vysočina**, která spadají **pod níže uvedené OKEČ**:

¹ Registr ekonomických subjektů je veřejný seznam - databází ekonomických subjektů (firem) - vedený statistickým úřadem. Ekonomické subjekty, kterými se rozumí právnické subjekty a fyzické osoby s postavením podnikatele, se do registru zapisují na základě údajů, které ČSÚ získal podle zvláštních zákonů nebo podle zákona o státní statistické službě. Registr se pravidelně aktualizuje a každé čtvrtletí jsou k dispozici informace o počtu evidovaných subjektů podle vybraných základních třídících hledisek.

- Školství
- Základní školství
- Předškolní výchova
- Základní školství
- Střední školství
- Střední všeobecné školství
- Střední technické a odborné školství
- Střední odborná učiliště
- Ostatní střední technické a odborné školství
- Vyšší školství
- Vzdělávání v základních uměleckých školách.

Z takto sestavené databáze byly odstraněny **fyzické osoby**.

1.2.4. Zdravotní a sociální sféra

Databáze tohoto segmentu zahrnovala kontakty na všechna zdravotnická zařízení a subjekty poskytující sociální služby v **Jihomoravském kraji** a v **kraji Vysočina**, která spadají **pod následující OKEČ**:

- Činnosti nemocnic
- Činnosti ambulantní lékařské praxe
- Činnosti sociální péče s ubytováním
- Činnosti sociální péče bez ubytování.

Z takto sestavené databáze byly odstraněny **neziskové organizace, fyzické osoby a zařízení poskytující ambulantní péči** kromě poliklinik a nemocnic. Byly **stanoveny kvóty** dotazování tak, aby soubor s dotázanými daty obsahoval vždy **50% rozhovorů se zdravotnickými zařízeními**, resp. **subjekty spadajícími do sféry sociálních služeb** v obou zkoumaných krajích.

1.2.5. Neziskové nestátní organizace

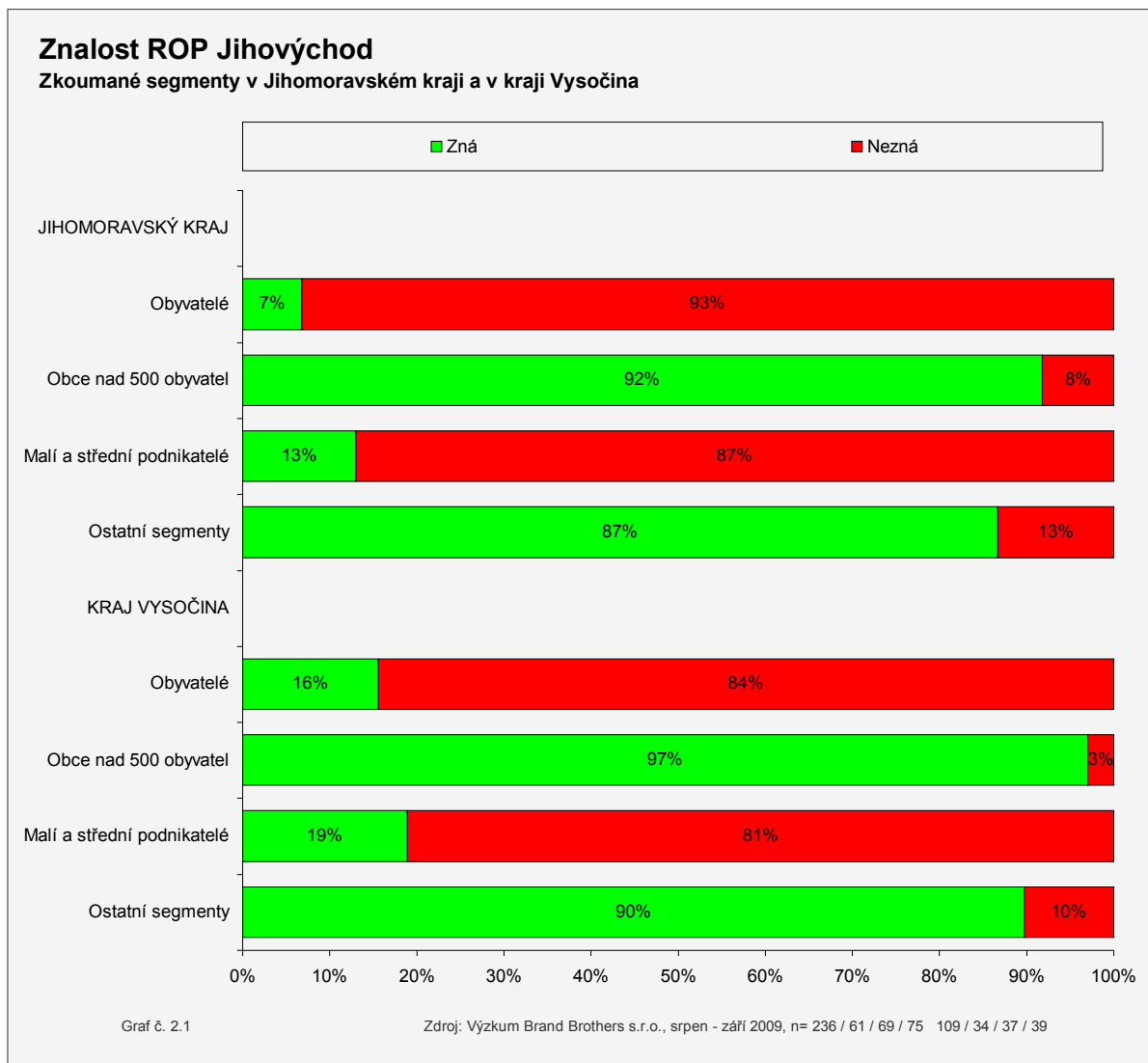
Databáze tohoto segmentu zahrnovala kontakty na všechny **nestátní neziskové organizace** v **Jihomoravském kraji** a v **kraji Vysočina**, které spadají **pod následující OKEČ**:

- Činnosti ostatních členských organizací
- Činnosti náboženských organizací
- Činnosti ostatních členských organizací j. n.
- Činnosti organizací mládeže
- Činnosti zájmových svazů, spolků, klubů
- Činnosti ostatních členských organizací.

2. Znalost operačních programů dle zkoumaných segmentů a regionů

Následující graf prezentuje úroveň znalosti operačního programu **ROP Jihovýchod** v jednotlivých zkoumaných segmentech v **Jihomoravském kraji** a v **kraji Vysočina**. Respondentům jsme položili tuto otázku: „Slyšel / a jste někdy o následujících operačních programech, které přináší peníze z fondů Evropské Unie?“ A prezentovali jsme jim názvy čtyř operačních programů – **Operační program Životní prostředí, Regionální operační program Jihovýchod – ROP Jihovýchod, Operační program Lidské zdroje a zaměstnanost, Operační program Podnikání a inovace.**

Protože se na tomto místě poprvé setkáváme s kategorií **Ostatní segmenty**, zopakujme, že sdružuje tři dílčí skupiny – **nemocnice a sociální sféra, školská zařízení a neziskové nestátní organizace.** Tyto segmenty byly sloučeny ze dvou důvodů: 1. nízký počet respondentů v jednotlivých segmentech neumožňoval dostatečně spolehlivou statistickou analýzu 2. segmenty měly podobné charakteristiky. Proto toto sloučení přispívá ke zvýšení spolehlivosti dat.



Struktura znalosti ROP Jihovýchod je mezi jednotlivými kraji podobná.

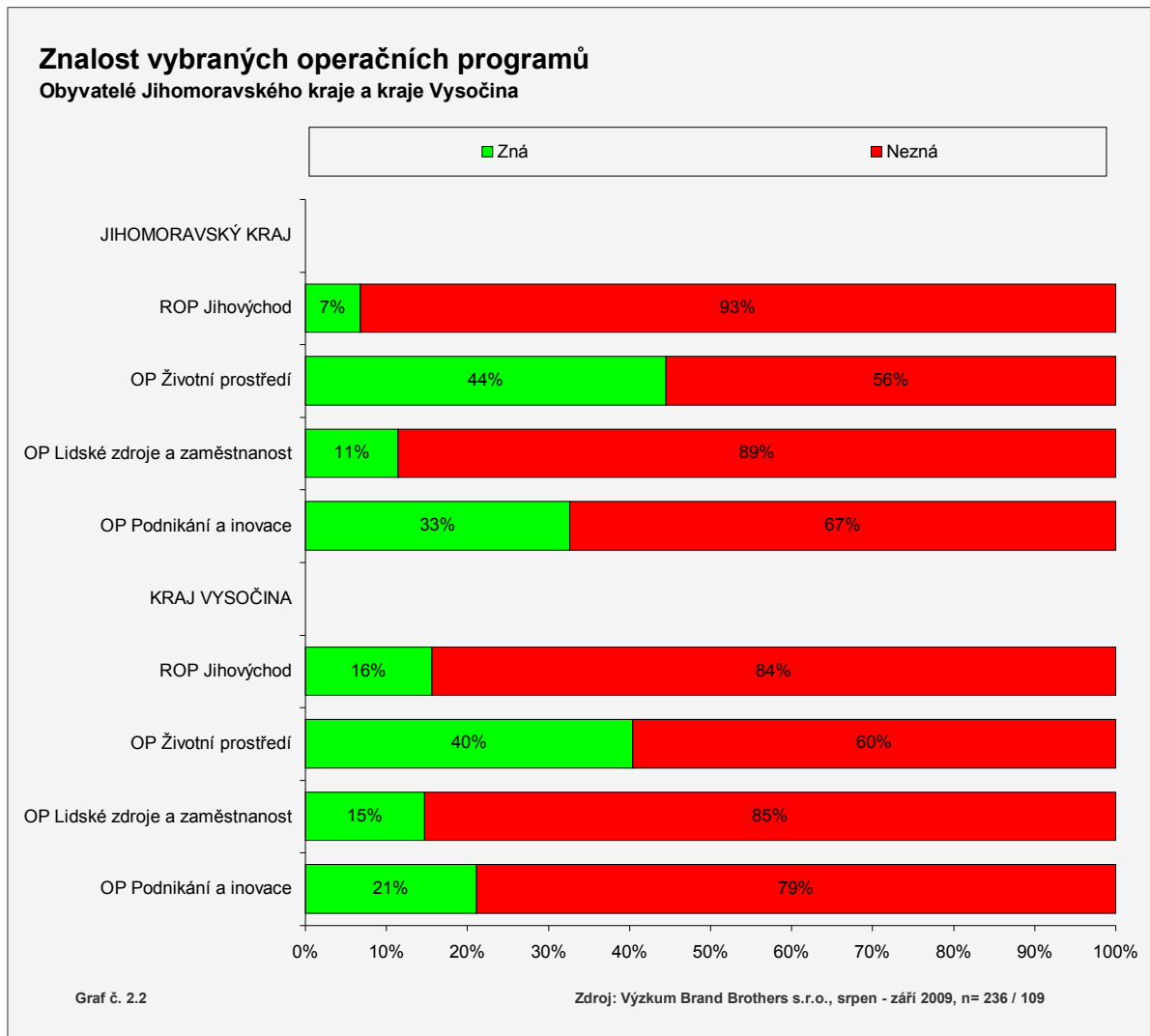
Přesto je **znalost v kraji Vysočina mírně vyšší** - nejvýrazněji **mezi obyvateli (JMK 7%, 16% Vysočina)**. Celkově je **mezi obyvateli znalost ROP nejnižší**.

Nejvyšší znalost ROP Jihovýchod je mezi obcemi (92%, resp. 97%) a dále mezi **ostatními segmenty (87%, resp. 90%)**.

Znalost v dílčích skupinách sdružených do kategorie *ostatní segmenty*, se pohybuje **v intervalu 80% – 90%**. **Relativně nejnižší je ve zdravotní a sociální sféře**.

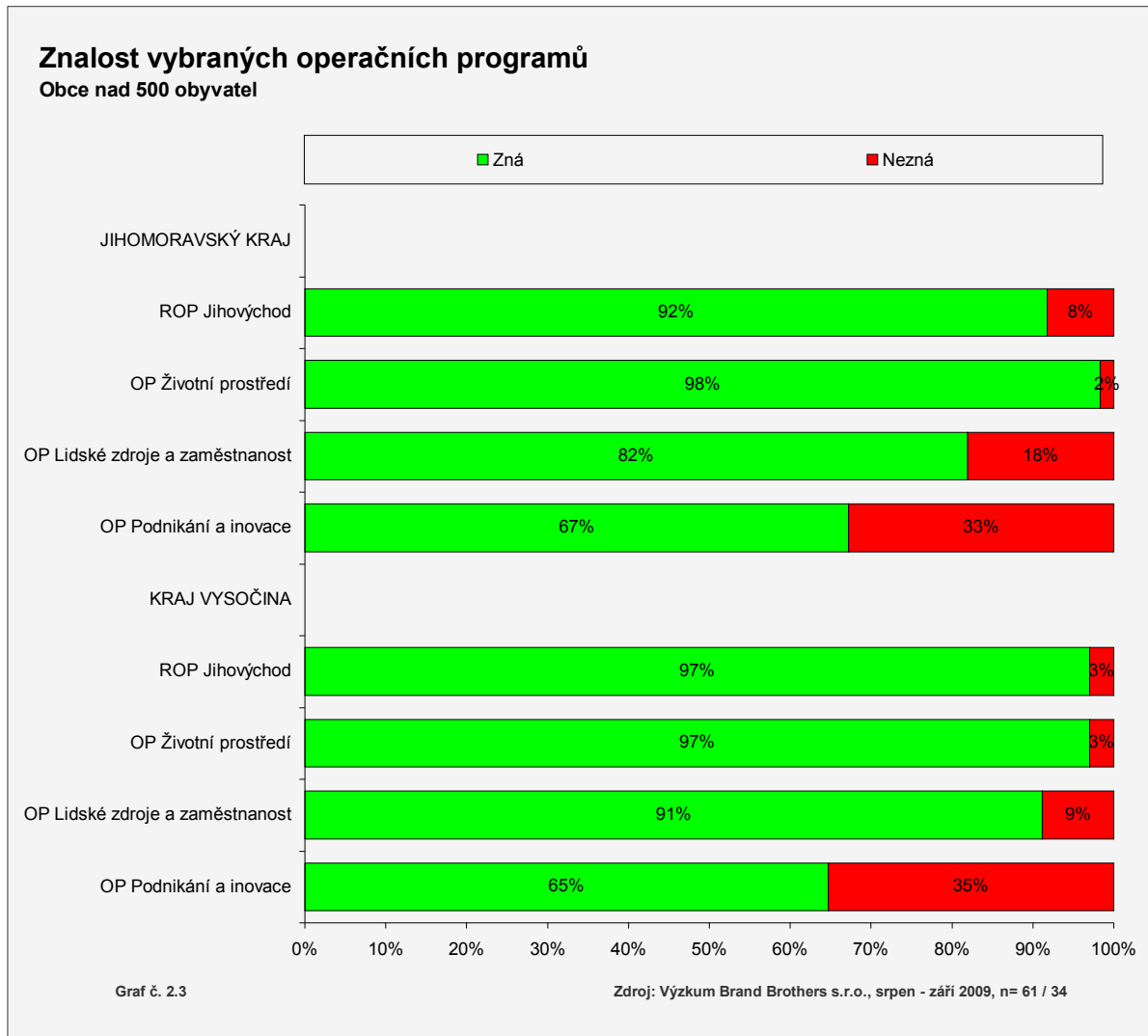
2.1. Znalost operačních programů mezi obyvateli zkoumaných krajů

Znalost operačního programu **ROP Jihovýchod** jsme ve výzkumu zjišťovali společně se znalostí dalších operačních programů, které v Jihomoravském kraji a v kraji Vysočina působí. Kromě **ROP Jihovýchod** se jedná o následující operační programy: **Operační program Životní prostředí**, **Operační program Lidské zdroje a zaměstnanost**, **Operační program Podnikání a inovace**. Následující grafy ukazují znalost těchto operačních programů v rámci jednotlivých zkoumaných segmentů a krajů.



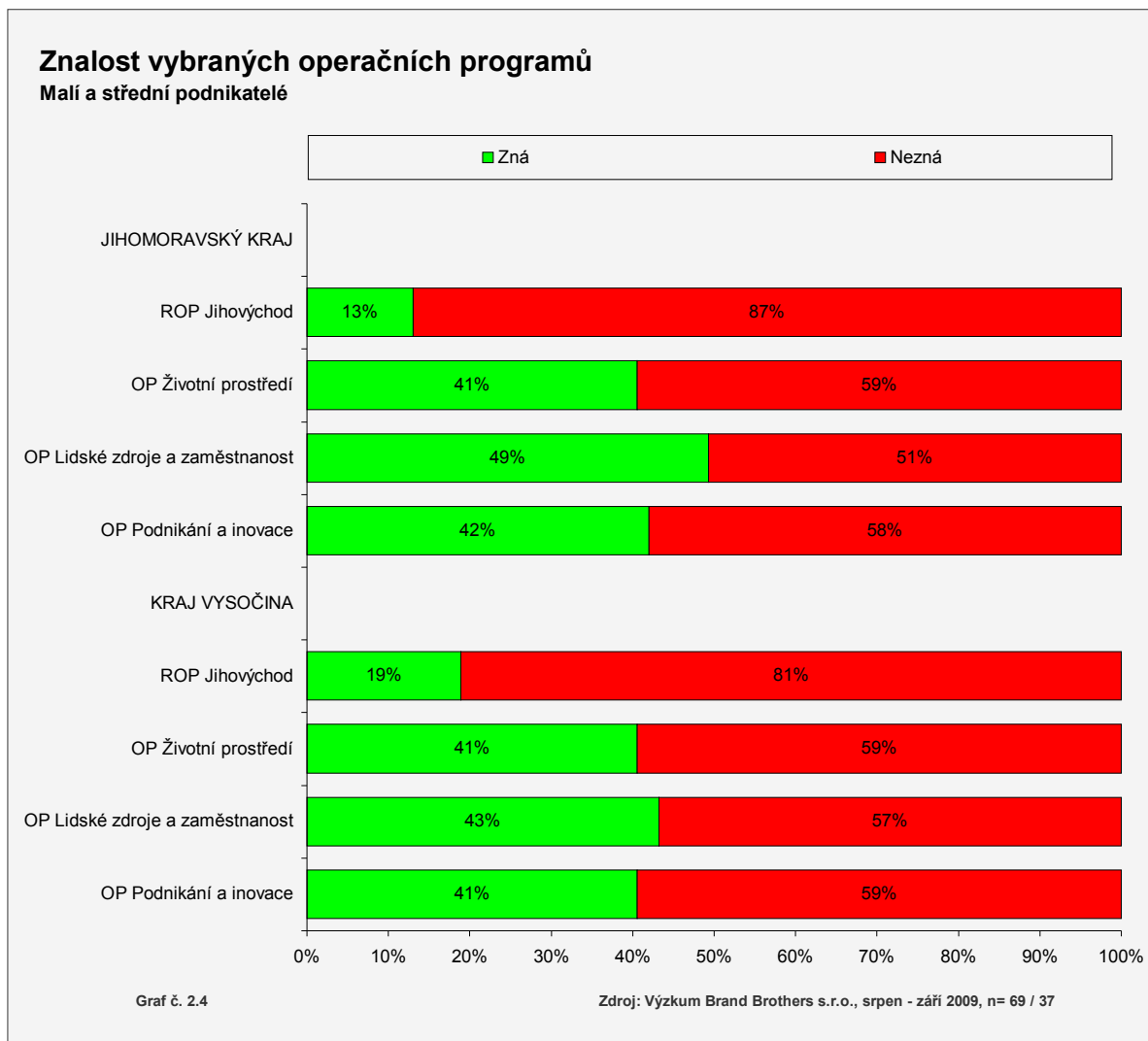
ROP Jihovýchod má mezi obyvateli nejnižší znalost ze všech zkoumaných operačních programů, a to v obou krajích (JMK 7%, Vysočina 16%). Nejznámějším operačním programem mezi obyvatelstvem obor krajů je OP Životní prostředí (44%, resp. 40%).

2.2. Znalost operačních programů v obcích



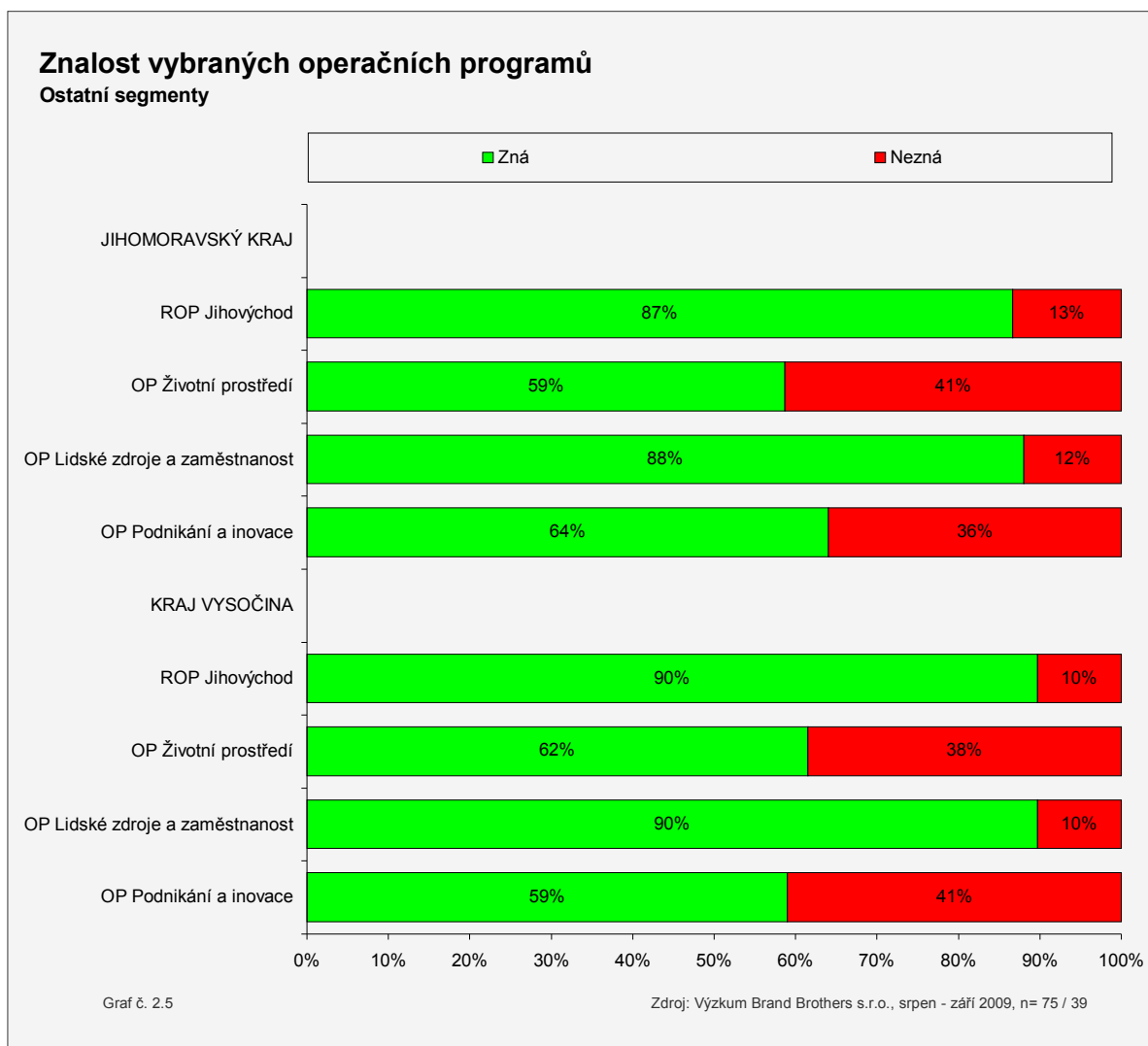
Znalost **ROP Jihovýchod** mezi obcemi je velmi dobrá, ROP Jihovýchod je zde **druhý nejznámější operační program (JMK 92%, Vysočina 97% - stejně jako OP Životní prostředí)**.

2.3. Znalost operačních programů v segmentu malých a středních podnikatelů



Mezi malými a středními podnikateli je znalost ROP Jihovýchod ve srovnání s ostatními OP nejnižší (JKM 13%, Vysočina 19%), podobně jako v segmentu obyvatel. Znalost ostatních OP je vyrovnaná. Relativně nejvyšší znalosti dosahuje přirozeně OP Lidské zdroje a zaměstnanost.

2.4. Znalost operačních programů v nemocnicích a sociální péče

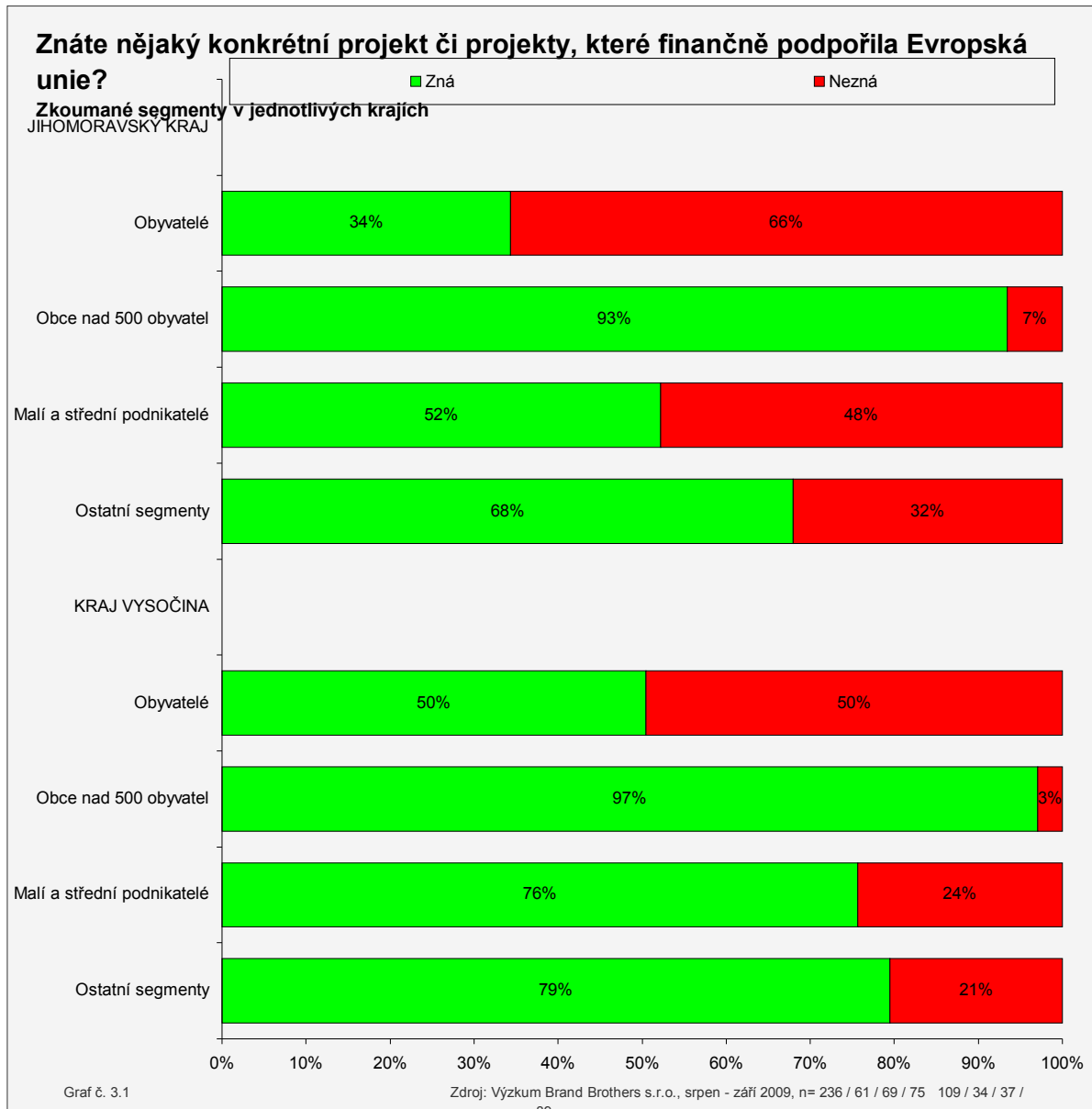


Mezi **ostatními segmenty** je znalost **ROP Jihovýchod vysoká**. Spolu s OP Lidské zdroje a zaměstnanost je na nejznámější (**JMK 87%**, **Vysočina 90%**). Podobnou úroveň znalosti mají zbývající dva operační programy (kolem 60%).

3. Míra znalosti konkrétních projektů financovaných EU

3.1. Znalost konkrétních projektů financovaných EU

Respondentům v jednotlivých segmentech jsme položili otázku přesně tohoto znění: „Znáte nějaký konkrétní projekt či projekty silnice či cyklostezky, nebo projekt z oblasti cestovního ruchu, rozvoje měst a výstavby sportoviště či koupaliště, který finančně podpořila Evropská Unie?“



V Kraji Vysočina je celkově vyšší znalost projektů, které finančně podpořila EU.

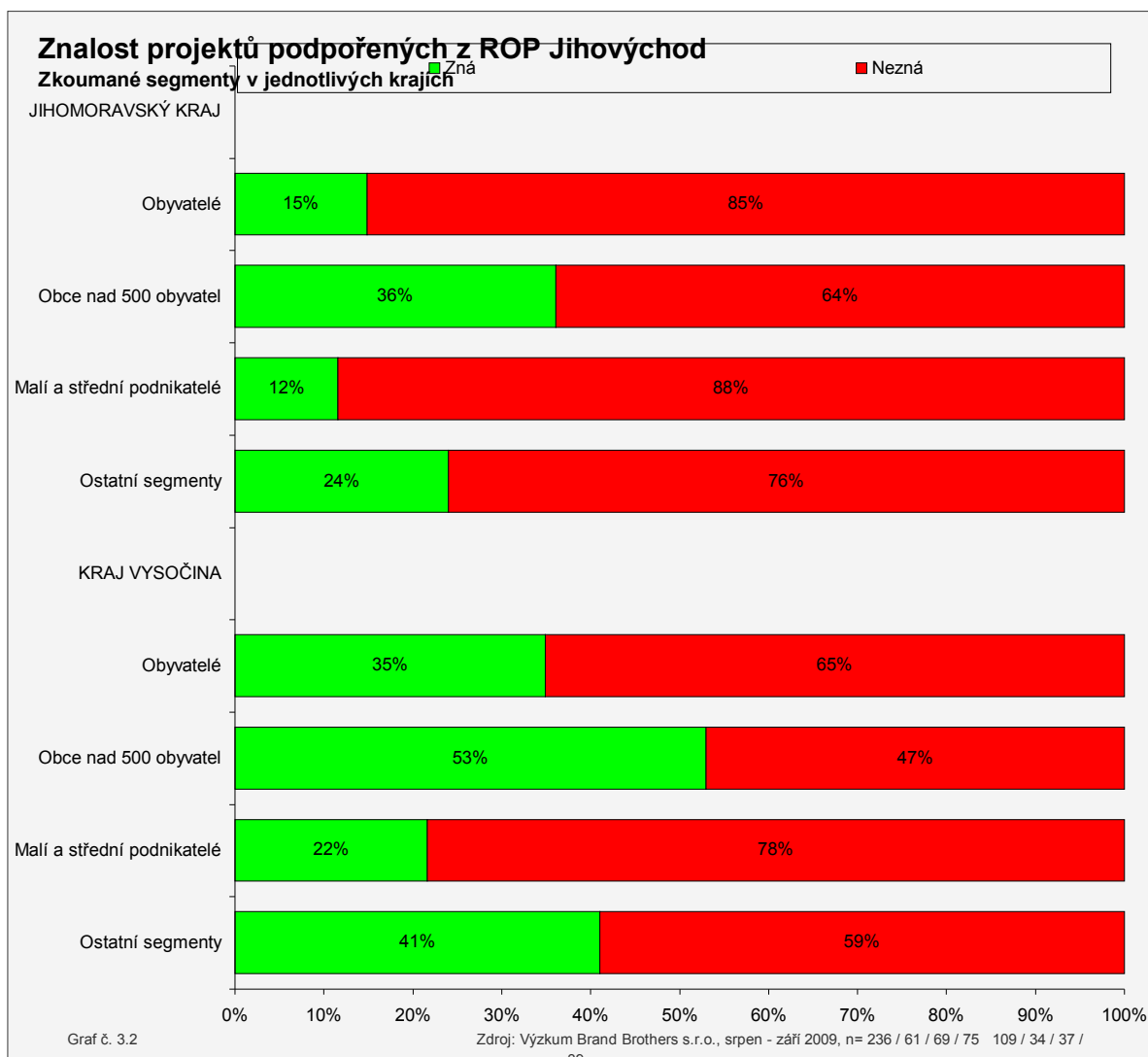
Nejvyšší znalost mezi segmenty vidíme u obcí (JMK 93%, Vysočina 97%). Následují ostatní segmenty (52%, resp. 79%) a malí a střední podnikatelé (52%, resp. 76%).

Nejméně projektů s finanční podporou EU znají obyvatelé (34%, resp. 50%).

Míra znalosti v jednotlivých skupinách sdružených do kategorie **ostatní segmenty** je **podobná** v obou krajích; v kraji Vysočina se pohybuje v intervalu 71% - 87%, v Jihomoravském kraji 65% - 70%.

3.2. Znalost konkrétních projektů financovaných ROP Jihovýchod

V součinnosti s pracovníky ROP Jihovýchod, kteří identifikovali, které z uvedených projektů byly spolufinancovány ROP Jihovýchod, jsme pro jednotlivé segmenty provedli **analýzu znalosti projektů realizovaných ve spolupráci s ROP Jihovýchod**.



V kraji Vysočina je ve všech segmentech relativně vyšší znalost projektů realizovaných ve spolupráci s ROP Jihovýchod.

V obou krajích je nejvyšší úroveň znalosti projektů mezi obcemi (JMK 36%, kraj Vysočina 53%), následují ostatní segmenty (24%, resp. 41%). Relativně nejnižší znalost je v segmentu malých a středních podnikatelů (12%, resp. 22%).

Nejvýraznější rozdíl v míře znalosti vidíme mezi obyvateli Jihomoravského kraje a kraje Vysočina (15%, resp. 35%).

Ve skupinách sdružených v kategorii ostatní segmenty je relativně nejnižší znalost u školských zařízení.

3.3. Počet konkrétních projektů financovaných EU, které v jednotlivých segmentech znají

Tabulka 3: Počet projektů, které respondenti znají v obou zkoumaných krajích

KATEGORIE RESPONDENTŮ	POČET PROJEKTŮ, KTERÉ RESPONDENTI ZNAJÍ - ČETNOSTI					
	1	2	3	4	Žádný nejmenovali	Průměrná hodnota
Obyvatelé	14%	13%	12%	-	61%	0,8
Obce nad 500 obyvatel	22%	37%	36%	-	5%	2,0
Malí a střední podnikatelé	40%	13%	7%	0,9%	40%	0,9
Ostatní segmenty	23%	27%	22%	-	28%	1,4

Zdroj: Výzkum Brand Brothers s.r.o., srpen - září 2009, n= 345 / 95 / 106 / 114

Obce znají v průměru **nejvíce projektů (2)**, nejčastěji 2 (37%) nebo 3 (36%). Následují **ostatní segmenty (1,4)**, kde znají nejčastěji 2 (27%) a 1 projekt (23%).

V segmentech s celkově nižší znalostí znají **malí a střední podnikatelé** v průměru **0,9** projektů, nejčastěji **1 (40%)**. **Obyvatelé** znají v průměru **0,8** projektů, avšak **podíly těch, kteří znají 1, 2 resp. 3 projekty jsou poměrně vyrovnané (14%, 13%, resp. 12%)**.

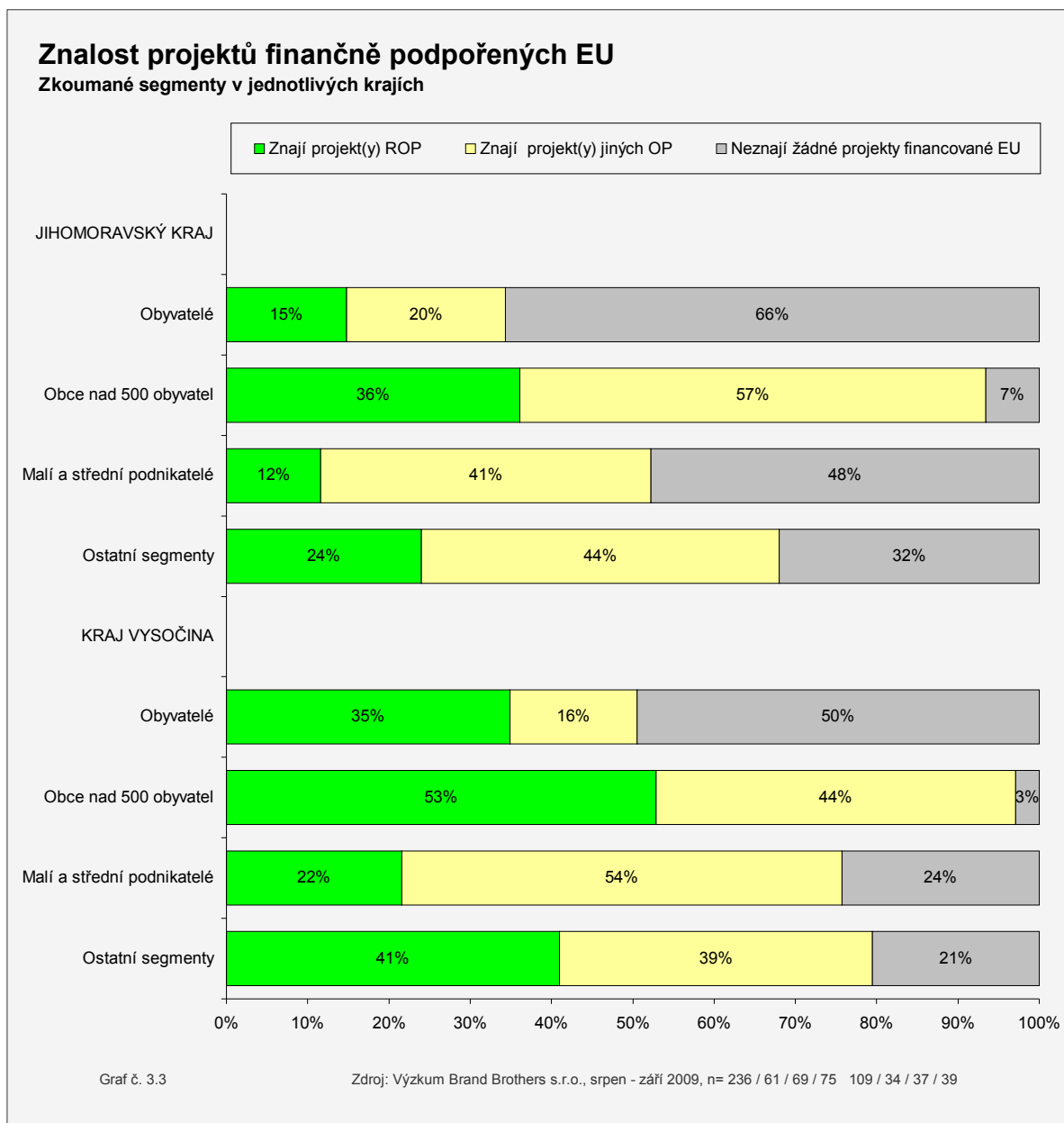
3.4. Počet projektů financovaných ROP Jihovýchod, které v jednotlivých segmentech znají

Tabulka 4: Počet projektů financovaných ROP Jihovýchod jmenovaných respondenty v obou zkoumaných krajích

KATEGORIE RESPONDENTŮ	POČET PROJEKTŮ FINANCOVANÝCH ROP, KTERÉ RESPONDENTI ZNAJÍ - ČETNOSTI				
	1	2	3	Žádný nejmenovali	Průměrná hodnota
Obyvatelé	15%	5%	1,2%	79%	0,3
Obce nad 500 obyvatel	26%	14%	2,1%	58%	0,6
Malí a střední podnikatelé	12%	2,8%	-	85%	0,2
Ostatní segmenty	24%	6%	-	70%	0,4

Zdroj: Výzkum Brand Brothers s.r.o., srpen - září 2009, n= 345 / 95 / 106 / 114

Ve všech segmentech respondenti jmenovali **nejčastěji jeden projekt** financovaný ROP Jihovýchod. Zástupci **obcí** jmenovali v průměru **nejvíce projektů financovaných ROP Jihovýchod (0,6)**, nejčastěji jeden (26%). Následují **ostatní segmenty (0,4)**, kde jeden projekt uvedlo 24%. **Nejnižší povědomí** o projektech ROP Jihovýchod je v **segmentu malých a středních podnikatelů**, kde **85%** žádný projekt ROP Jihovýchod nejmenovalo.



Nejméně projektů vůbec jmenovali **obyvatelé**. Naopak nejvíce projektů znají zástupci obcí. **V obcích** je také relativně **nejvíce** těch, kteří jmenovali **projekty ROP (JMK 36%, kraj Vysočina 53%)**, naopak **nejméně** jich je v **segmentu malých a středních podnikatelů (12%, resp. 22%)**.

Tabulka 5: Počet projektů financovaných ROP Jihovýchod jmenovaných respondenty v obou zkoumaných krajích – pouze ti, kteří jmenovali alespoň jeden projekt ROP Jihovýchod

KATEGORIE RESPONDENTŮ	POČET PROJEKTŮ FINANCOVANÝCH ROP JIHOVÝCHOD, KTERÉ RESPONDENTI JMENOVALI – POUZE RESPONDENTI KTEŘÍ NĚJKAKÝ PROJEKT ROP JIHOVÝCHOD ZNAJÍ			
	1	2	3	Průměrná hodnota
Obyvatelé	73%	22%	5%	1,3
Obce nad 500 obyvatel	63%	33%	5%	1,4
Malí a střední podnikatelé	81%	19%	-	1,2
Ostatní segmenty	79%	21%	-	1,2

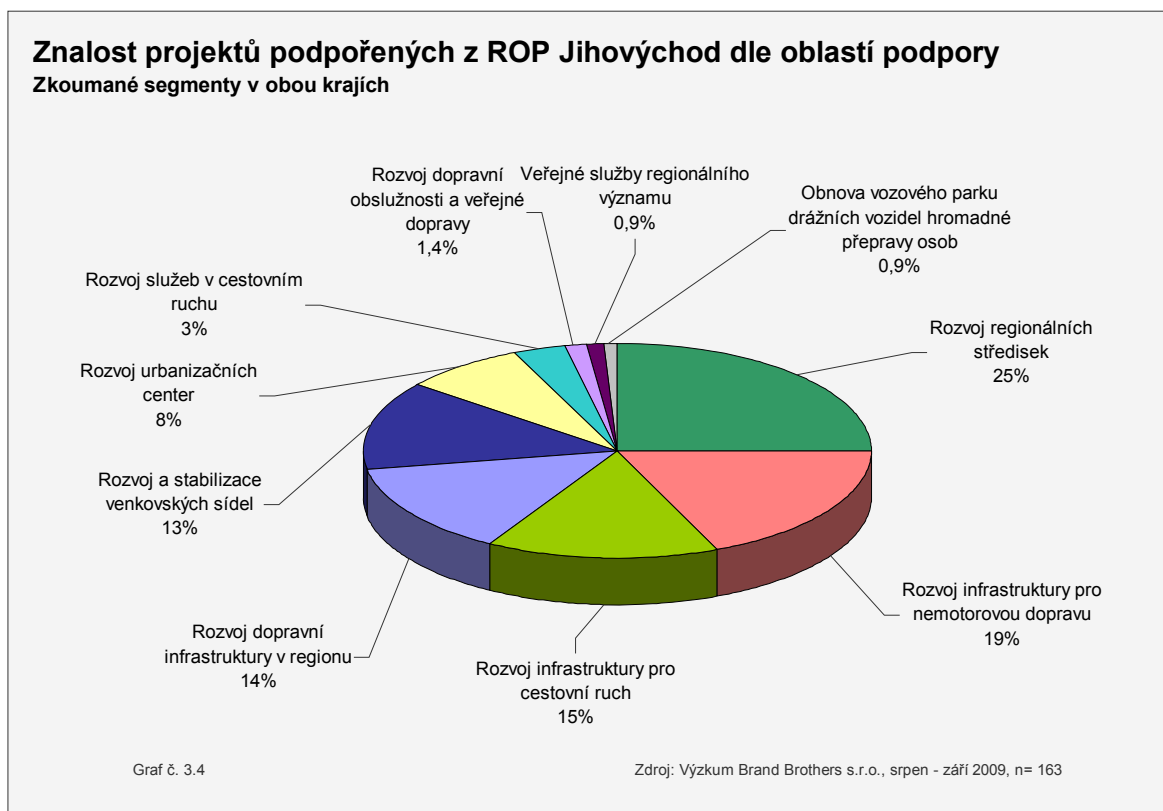
Zdroj: Výzkum Brand Brothers s.r.o., srpen - září 2009, n= 73 / 40 / 16 / 34

Předchozí tabulka prezentuje **data pouze od těch respondentů, kteří jmenovali alespoň jeden projekt ROP**. Ukazuje **rozložení počtu projektů ROP Jihovýchod**, které respondenti z jednotlivých segmentů uvedli.

Nejvyšší míru povědomí o projektech ROP Jihovýchod vidíme **u obcí**, kde **33%** jmenovalo **dva projekty**, **63%** alespoň **jeden**. Tři projekty ROP Jihovýchod jmenovalo pouze **5%** v segmentech **obyvatelé a obce**.

Relativně nejnižší obeznámenost s projekty ROP Jihovýchod je v segmentu **malých a středních podnikatelů** - **81%** jmenovalo pouze **jeden**, **19%** dva projekty.

3.5. Znalost projektů podpořených ROP Jihovýchod dle oblastí podpory



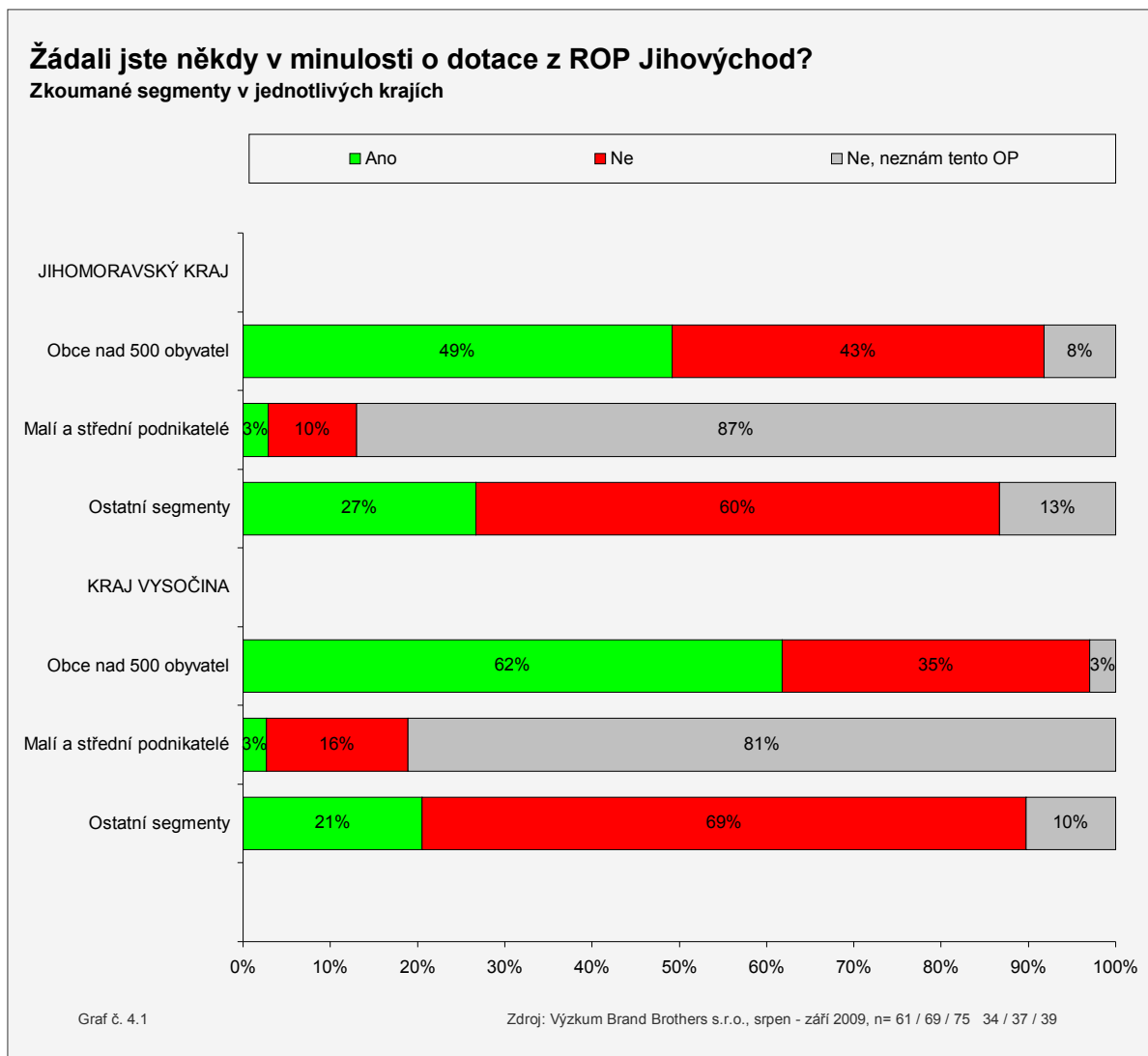
Nejčastěji byly jmenovány projekty z **oblasti rozvoje regionálních středisek (25%)**, což souvisí se skutečností, že nejvyšší obeznámenost s projekty ROP existuje v obcích. Následovaly oblasti **rozvoje infrastruktury pro nemotorovou dopravu (19%)** a **rozvoj infrastruktury pro cestovní ruch (15%)**.

K nejméně často jmenovaným projektům patřily projekty z oblasti **rozvoje dopravní obslužnosti a veřejné dopravy (1,4%)** a **veřejné služby regionálního významu (0,9%)**.

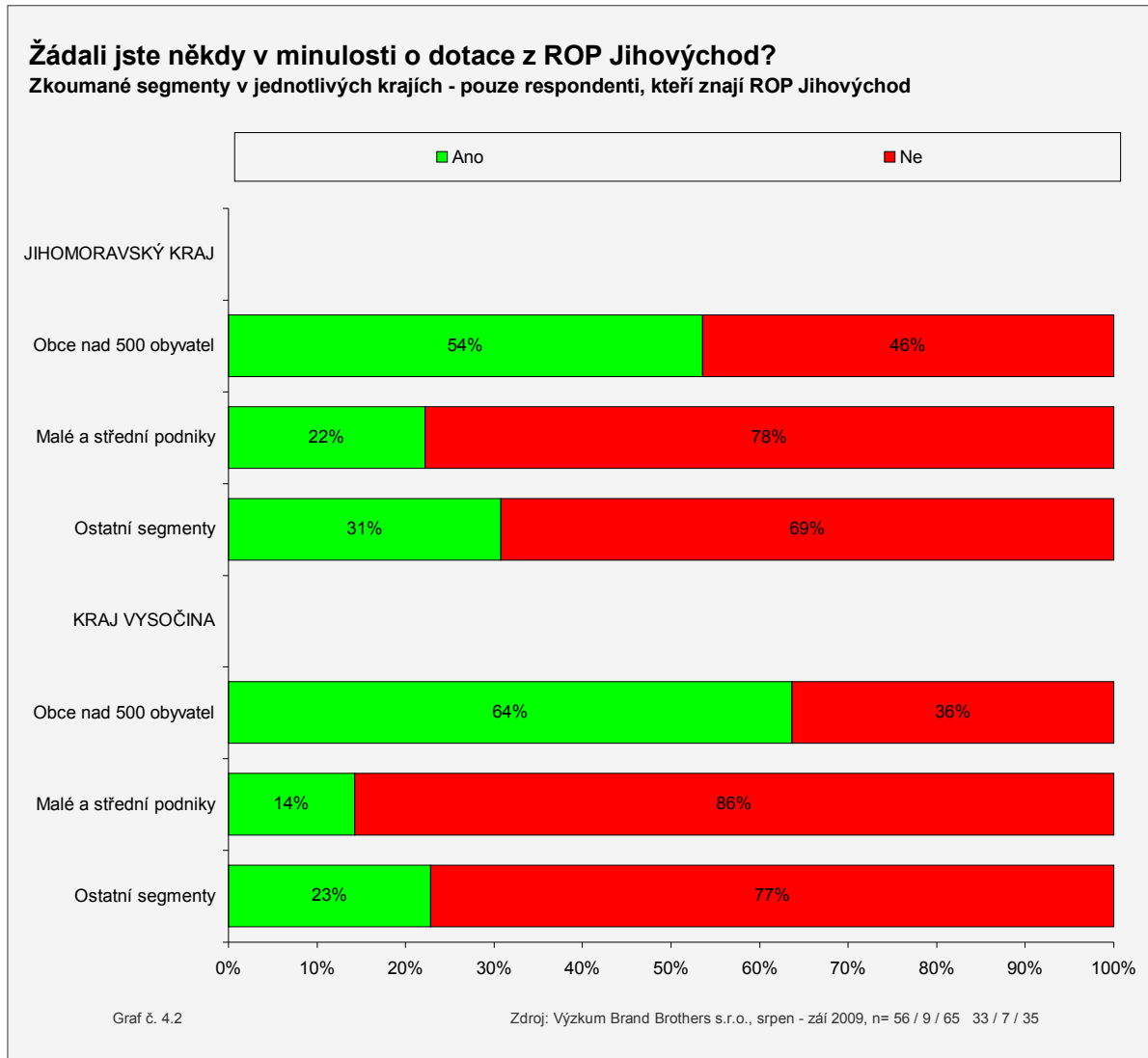
4. Četnost žadatelů o dotaci z ROP dle zkoumaných segmentů a regionů

V následujícím grafu 4.1 vidíme rozdělení respondentů v jednotlivých zkoumaných segmentech podle toho, zda někdy v minulosti žádali o dotaci z programu ROP Jihovýchod. Jsou zde zahrnuti všichni respondenti, tedy i ti, kteří program ROP Jihovýchod neznají a tedy o dotaci nikdy nežádali. Počínaje touto kapitolou uvádíme pouze analýzy pro profesionální segment. Respondentům ze segmentu obyvatel nebyly následující dotazy kladeny.

Další graf 4.2 pak shrnuje odpovědi na tutéž otázku ovšem pouze od těch respondentů, kteří ROP Jihovýchod znají.



Většina respondentů ze segmentu **malí a střední podnikatelé vůbec nezná ROP Jihovýchod (JMK 87%, Vysočina 81%)** a jen minimum těchto subjektů žádalo o dotaci (shodně 3% v obou krajích). **Nejčastěji žádaly o dotaci obce nad 500 obyvatel (49%, resp. 62%). V ostatních segmentech žádala o dotaci přibližně čtvrtina organizací (27%, resp. 21%).**



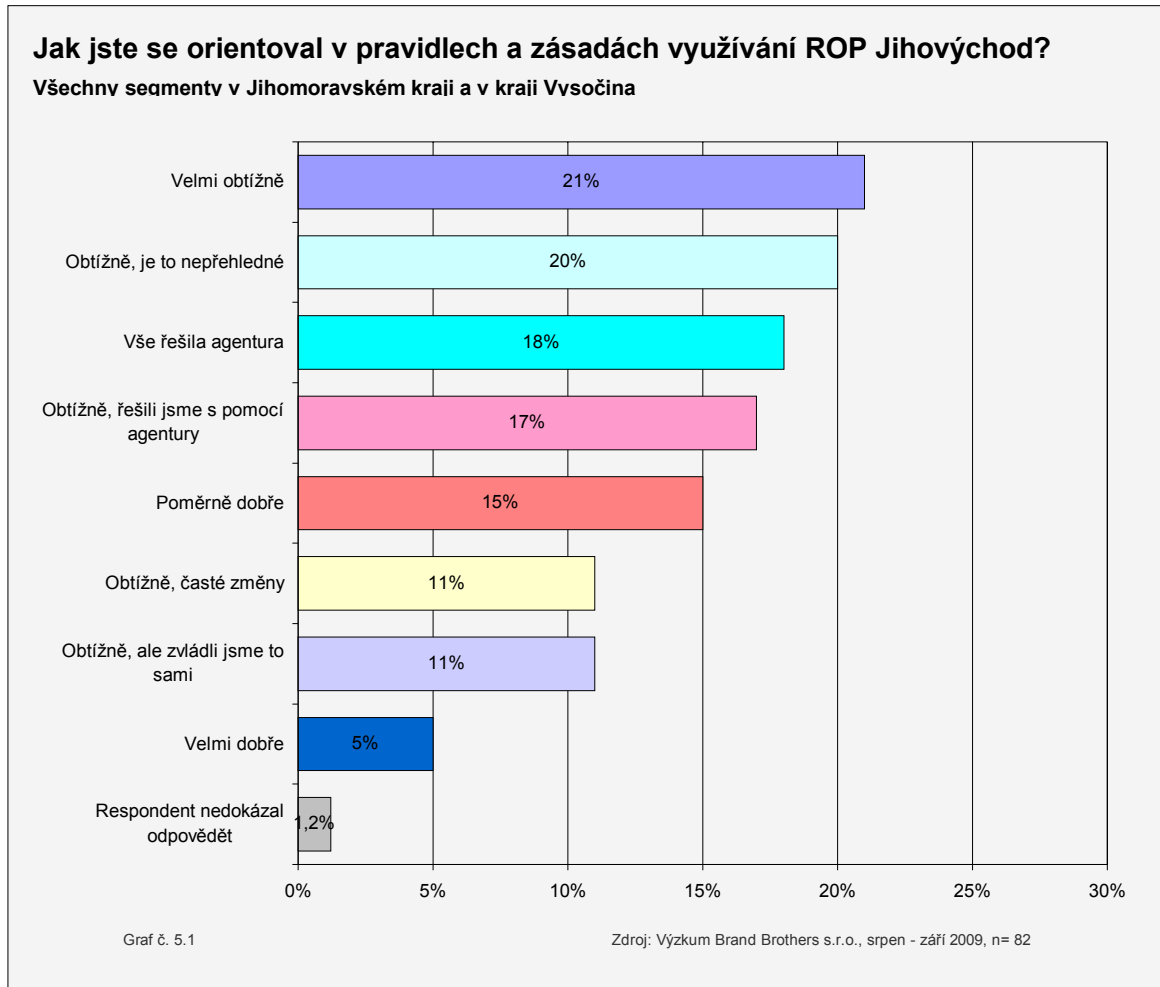
Upozorňujeme, že tento graf bez respondentů, kteří ROP Jihovýchod vůbec neznají, rozdíly mezi jednotlivými zkoumanými skupinami stírá.

Jednoznačně nejčastějším žadatelem jsou obce (JMK 54%, Vysočina 64%), následují organizace sdružené do kategorie ostatní segmenty (31%, resp. 23%) a malé a střední podniky – segment, který uvádíme pouze z formálních důvodů, neboť počet zahrnutých respondentů je velmi nízký.

5. Zkušenost s procesem žádání o dotaci z ROP

Respondentů, kteří odpověděli, že ROP Jihovýchod znají, jsme se ptali na to, kde se o programu ROP Jihovýchod dozvěděli a jaká byla jejich zkušenost s ROP Jihovýchod.

5.1. Orientace v administrativě spojené s žádáním o dotaci z ROP Jihovýchod

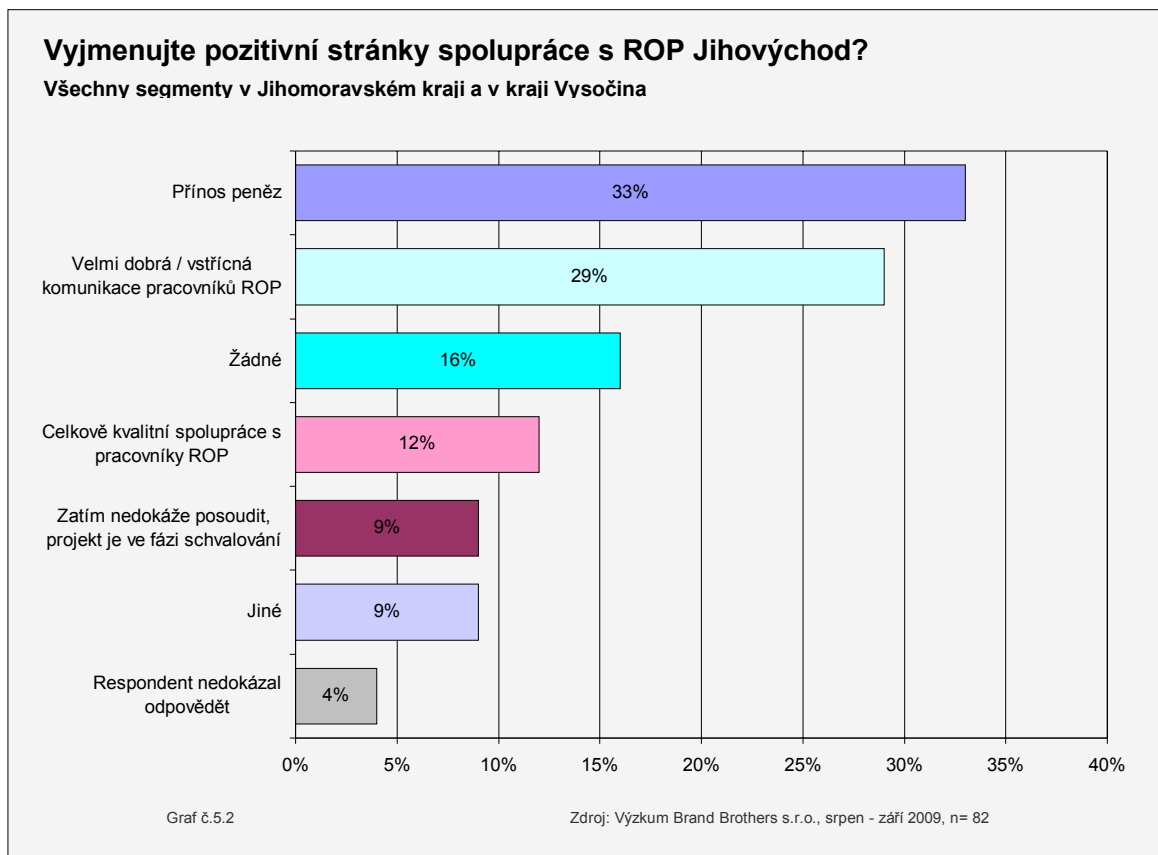


Orientace v administrativě spojené s žádostí o dotaci hodnotí většina respondentů jako obtížnou. Vzhledem k vysoké frekvenci výskytu tohoto výrazu jsme se rozhodli **vnímání obtížnosti odstupňovat** tak, jak vidíte v grafu.

Velmi obtížně se orientovalo 21% dotázaných, obtížně v důsledku nepřehlednosti 20%, obtížně a s pomocí agentury 17%. Obtížně v důsledku častých změn 11% respondentů, a i přes obtíže vše zvládlo 11% dotázaných. V 18% případů vše řešila agentura.

Pouze 15% se orientovalo dobře a 5% velmi dobře.

5.2. Pozitivní stránky spolupráce s ROP Jihovýchod



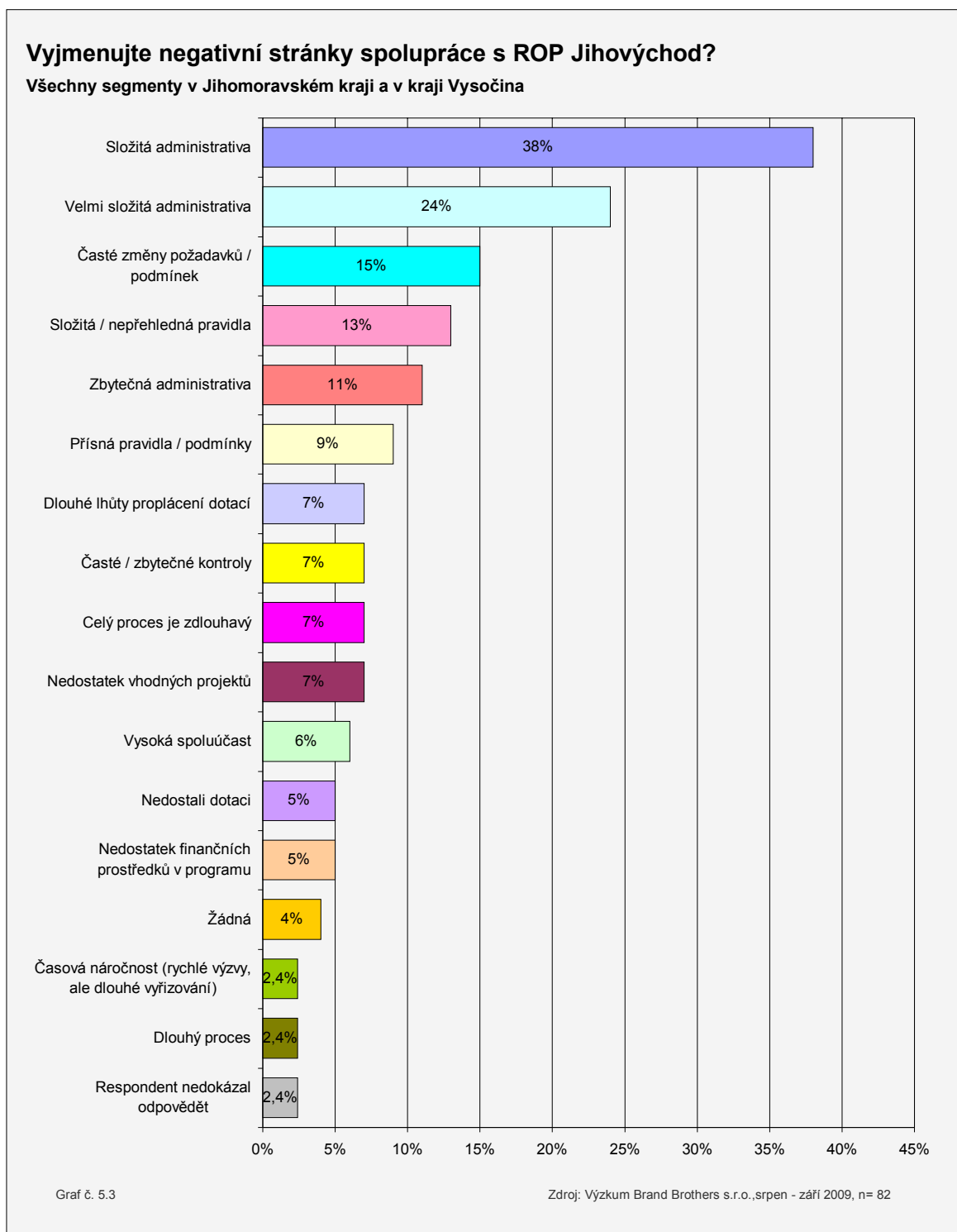
Přínos peněz je nejčteněji zmíněné pozitivum spolupráce s ROP Jihovýchod. Následuje **velmi dobrá / vstřícná komunikace pracovníků ROP (29%)**. **12% uvedlo celkově kvalitní spolupráci s pracovníky ROP**.

16% neuvedlo žádná pozitiva spolupráce a **4%** respondentů nedokázala odpovědět. **9%** jsme zařadili do kategorie **Jiné**².

V příloze této studie najdete doslovné znění jednotlivých pozitivních stránek spolupráce s ROP Jihovýchod, jak je respondenti uvedli.

² Jiné: propagace; administrativa; semináře; termíny jsou v pořádku; metodika; dobře splnitelné podmínky; celkově vysoká úroveň při žádání i při vyhodnocení.

5.3. Negativní stránky spolupráce s ROP Jihovýchod



Jasně dominujícím negativem spolupráce s ROP Jihovýchod je **administrativa**. Opět kvůli vysoké četnosti výskytu tohoto nedostatku jsme míru vnímání administrativy jako negativa odstupňovali do dvou škál. Nejčtenějším negativem je tedy **složitá administrativa (38%)** a **velmi složitá administrativa (24%)**.

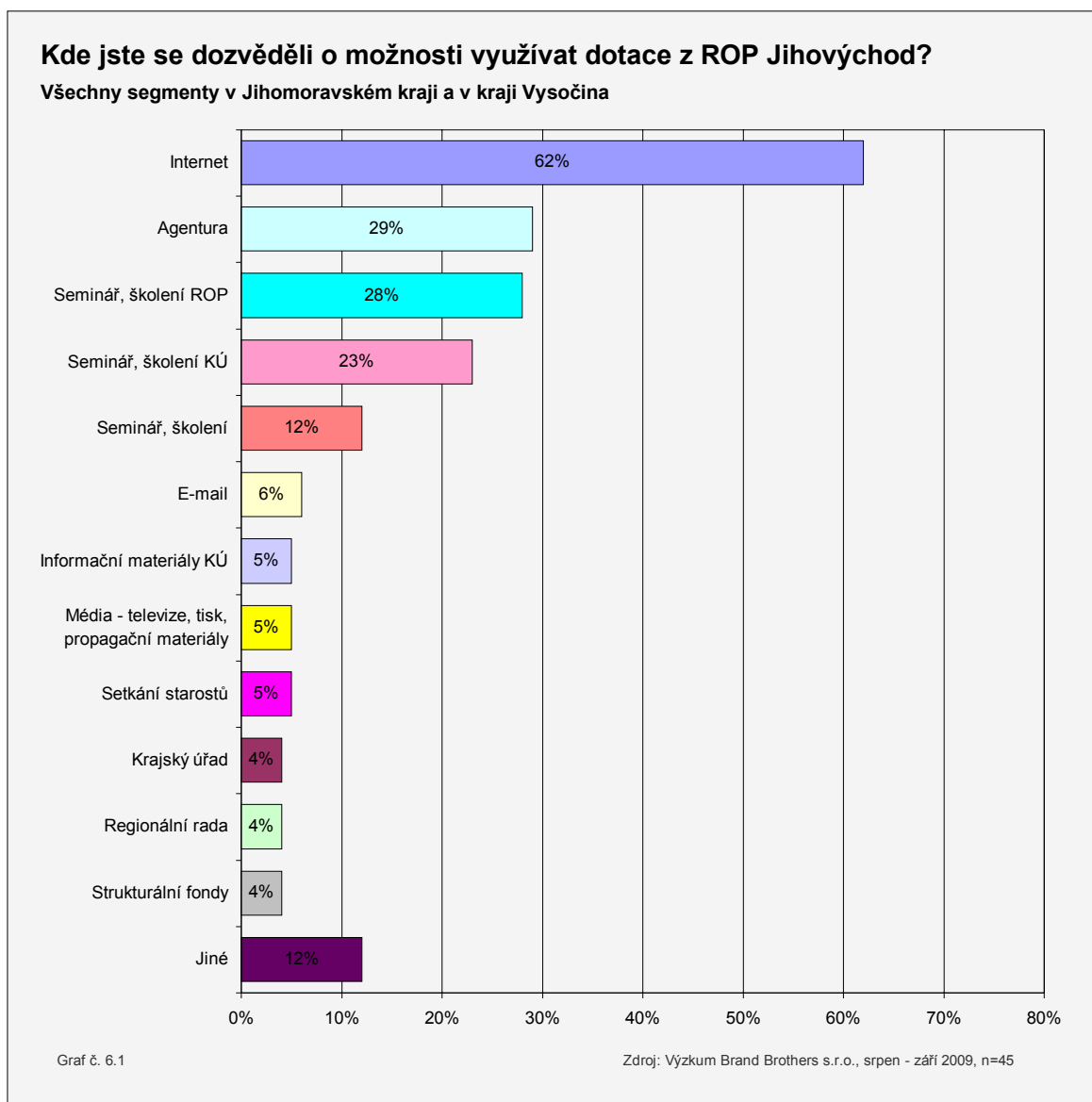
Dalším specifickým negativem jsou **časté změny požadavků / podmínek (15%)**, následují **složitá / nepřehledná administrativa (13%)** a **zbytečná administrativa (11%)**.

Inspirativní mohou být pro ROP Jihovýchod také méně často zmiňované důvody, např. **vysoká spoluúčast (6%)**, **časté / zbytečné kontroly, zdlouhavost procesu (vždy 7%)** a další.

6. Využívané informační zdroje

Respondentů, kteří **ROP Jihovýchod znají** a kteří **žádali o dotaci** z tohoto programu, jsme se ptali, **odkud se** o možnosti využívat dotace z ROP Jihovýchod **dozvěděli**.

Analýza prezentovaná v následujícím grafu Vám pomůže identifikovat informační kanály, které se ukázaly jako efektivní.



Nejčastějším zdrojem informací o možnosti získání dotací z ROP Jihovýchod je **internet (62%)**. Následují informace od **agentury (29%)**, **semináře, školení ROP (28%)** a **semináře, školení KÚ (23%)**. Další informační kanály se uplatnily pouze okrajově (všimněte si nízkého *n* v této analýze).³

³ Jiné: Ministerstvo práce a sociálních věcí; přišel s tím ředitel školy, že chce vybavit školu z ROPu; integrovaný plán rozvoje města; pilotní projekt ROPu - účastníci; sleduje to místostarostka; informace od pracovníků města; konzultace s pracovníky; oběžníky ROP; agentura rop posílá emaily a oběžníky; e-maily přímo od ROPu.

7. Potenciální žadatelé z dotace z ROP Jihovýchod

Grafy v této kapitole shrnují data od respondentů, kteří uvedli, že nikdy nežádali o dotaci z ROP Jihovýchod. Jsou zahrnuti **i ti respondenti**, kteří uvedli, že **ROP Jihovýchod neznají. Neznalost ROP Jihovýchod je totiž pochopitelně také významný předpoklad toho, že subjekt nebude žádat o dotaci.**

7.1. Proč nežádali o dotaci z ROP Jihovýchod

Respondentů, kteří nežádali o dotaci z programu ROP Jihovýchod jsme na důvody, proč tak dosud, neučinili. Otázka zněla: *Proč jste nežádali o dotaci u Regionálního operačního programu Jihovýchod?* V tomto případě jsme analyzovali zvláště jednotlivé segmenty, neboť důvody, proč nežádali, se napříč segmenty výrazně liší. Právě proto, že odpovědi byly v této analýze **výrazně diferencovanější**, rozdělili jsme *ostatní segmenty* na primární skupiny a **uvádíme četnost jednotlivých uvedených důvodů v absolutních číslech.**

Tab. 6: Proč jste nežádali o dotaci z ROP Jihovýchod dle zkoumaných segmentů v Jihomoravském kraji a Kraji Vysočina

DŮVODY NEPODÁNÍ ŽÁDOSTI O DOTACI	JEDNOTLIVÉ ZKOUMANÉ SEGMENTY					
	Obce 500+	Malí a střední podnikatelé	Nemocnice a sociální sféra	Školská zařízení	Nestátní neziskové organizace	CELKEM
Nevhodný projekt/program	17	12	11	1	19	60
Nepotřebovali/nezajímali se o dotace	4	20	2	2	6	34
Žádali jinde	11	16	-	-	1	28
Myslí si, že na dotaci nemají nárok	2	20	-	3	2	27
Nedostatek informací	-	18	2	3	1	24
Neznají ROP	2	18	1	2	1	24
Nemohou sami žádat (musí zřizovatel, mateřská firma)	-	3	4	15		22
Nedostatek financí na spoluúčast	5	3	2	2	1	13
Nízké šance na získání dotace (přísné podmínky)	4	9	-	-	-	13
Projekt se teprve chystá	2	4	-	2	-	8
Složitá administrativa	1	5	-	1	-	7
Nedostatek času	1	2	1	-	-	4
Nedostatek financí v ROP	1	1	-	-	1	3
Respondent nedokázal odpovědět	1	3	-	3	2	9
Ostatní důvody	-	4	-	2	3	9
CELKEM	51	138	23	36	37	285

Zdroj: Výzkum Brand Brothers s.r.o., srpen - září 2009, n= 44 / 103 / 20 / 34 / 32

Obce uvedly jako hlavní důvody **nevhodný program / projekt (17)** a **žádali jsme jinde (11)**. Dalším důvodem byl nedostatek **financí na spoluúčast (5)**.

Malí a střední podnikatelé nejčastěji nežádali o dotace, protože je **nepotřebovali / nezajímali se o ně (20)** nebo si myslí, že **na dotaci nemají nárok (20)**. Významné jsou dva důvody, které byly shodně uvedeny v **18 případech – nedostatek informací a neznají ROP. Takto nízká míra znalosti** je ve srovnání s ostatními zkoumanými segmenty **výrazná**. Dalších **16** uvedlo, že **žádali jinde a 12** nenašlo **vhodný program / projekt**.

Nejčastějším důvodem **nemocnic** je **nehodný program / projekt (11)** a spolu se školskými zařízeními mají stejný problém, který je **druhý nejčtenější - nemůžeme sami žádat (musí zřizovatel, mateřská firma) (4)**. **Školská zařízení** tuto překážku uvedla vůbec nejčastěji (**15**).

Nestátní neziskové organizace nejčastěji uvedli **nehodný projekt / program (19)**, druhý nejčtenější důvod je trochu překvapivě **nepotřebovali jsme / nezajímali jsme se o dotace (6)**.

7.2. Co by se muselo změnit, aby o dotaci žádali

Tab. 7: Co by se muselo změnit, abyste žádali o dotaci z ROP Jihovýchod dle zkoumaných segmentů v Jihomoravském kraji a Kraji Vysočina

CO BY SE MUSELO ZMĚNIT	JEDNOTLIVÉ ZKOUMANÉ SEGMENTY					
	Obce 500+	Malí a střední podnikatelé	Nemocnice a sociální sféra	Školská zařízení	Nestátní neziskové organizace	CELKEM
Vhodný projekt/program	13	19	8	1	14	55
Více informací	3	28	2	3	3	39
Zjednodušení administrativy	7	3	6	2	3	21
Nižší spoluúčast	7	3	2	6	3	21
Nic (nezájem nebo nežadají)	4	10	-	1	2	17
Nic (chystají projekt/právě žádají)	7	3	-	5	-	15
Změna systému a struktury dotací	4	5	-	-	3	12
Změna podmínek pro získání dotací	4	2	1	1	4	12
Možnost samostatně žádat (bez zřizovatele)		2	1	1	-	4
Nižší náklady na přípravu projektu	3	1	-	-	-	4
Zkrácení průběhu dotačního řízení	-	1	1	-	1	3
Možnost žádat samostatně (bez zřizovatele)	-	-	2	-	-	2
Méně časté změny	1	-	1	-	-	2
Více peněz v ROP	2	-	-	-	-	2
Vyšší pravděpodobnost získání dotace z ROP	1	-	-	-	-	1
Včasné platby	-	-	-	1	-	1
Respondent nedokázal odpovědět	2	39	2	16	5	64

Zdroj: Výzkum Brand Brothers s.r.o., srpen - září 2009, n= 44 / 103 / 20 / 34 / 32

Obce uvedly, že by žádaly o dotace, kdyby existoval **vhodný program / projekt (13)** a kdyby byla **nižší spoluúčast (7)**.

Malí a střední podnikatelé zejména nedokázali odpovědět (39). **28** z nich uvedlo, že by potřebovali **více informací** a **19** by žádalo v případě **vhodného programu / projektu**. **10** uvedlo jako odpověď **nic (nemáme zájem, nežádáme)**.

Segment **nemocnice a sociální sféra** by uvítal **vhodné programy / projekty (8)** a **zjednodušení administrativy (6)**.

Školská zařízení nejčastěji **nedokázala odpovědět (16)**. Dále uvedla, že by žádala, pokud by byla **nižší spoluúčast (6)** a **nic (chystají projekt / právě žádají) (5)**.

Nestátní neziskové organizace by žádaly v případě **vhodného programu / projektu (14)**.

8. Dotazníky

8.1. Omnibusové šetření (segment *obyvatelé*)

1. Slyšel / a jste někdy o následujících operačních programech, které přináší peníze z fondů Evropské Unie?

Názvy operačních programů	S nápovědou	Nezná ani s nápovědou
1. <u>Operační program Životní prostředí</u>	1	2
2. <u>Regionální operační program Jihovýchod – ROP Jihovýchod</u>	1	2
3. <u>Operační program Lidské zdroje a zaměstnanost</u>	1	2
4. <u>Operační program Podnikání a inovace</u>	1	2

2. Znáte nějaký konkrétní projekt či projekty silnice či cyklostezky, nebo projekt z oblasti cestovního ruchu, rozvoje měst a výstavby sportoviště či koupaliště, který finančně podpořila Evropská Unie?

1. Ano, znám

Popis projektu:

Kde byl projekt realizován (lokace projektu):

Popis projektu:

Kde byl projekt realizován (lokace projektu):

Popis projektu:

Kde byl projekt realizován (lokace projektu):

2. Ne, neznám

8.2. Telefonický výzkum – všechny další segmenty

Dobrý den, u telefonu z agentury Brand Brothers, potřeboval/a bych mluvit s tím, kdo má u Vás na starosti investiční a dotační politiku. *Tazatelé, pokud to bude potřeba, zdůrazněte, že nic neprodáváte ani nic nenabízíte!*

Kompetentní osobě:

Dobrý den, u telefonu z agentury Brand Brothers. Přepojili mě na Vás s tím, že máte u Vás ve firmě na starosti investiční a dotační politiku. Je tomu tak? Naše agentura momentálně provádí výzkum firem a institucí v oblasti využívání dotací z fondů Evropské Unie. Zajímají nás Vaše zkušenosti v této oblasti. Proto bychom Vám rádi položili několik málo otázek na toto téma. Celý rozhovor nebude trvat déle než 5 minuty.

V případě, že respondent momentálně nemá čas, domluvte si termín hovoru, který bude respondentovi vyhovovat, případně se zeptejte na jinou osobu, která je kompetentní o této agendě rozhodovat (kontakt si poznamenejte do záznamového archu a danou osobu zkontaktujte!):

Rád/a Vám zavolám v čase, který Vám bude lépe vyhovovat, hodilo by se Vám to například:

3. Slyšel / a jste někdy o následujících operačních programech, které přináší peníze z fondů Evropské Unie?

Názvy operačních programů	S nápovědou	Nezná ani s nápovědou
5. <u>Operační program Životní prostředí</u>	1	2
6. <u>Regionální operační program Jihovýchod – ROP Jihovýchod</u>	1	2
7. <u>Operační program Lidské zdroje a zaměstnanost</u>	1	2
8. <u>Operační program Podnikání a inovace</u>	1	2

4. Znáte nějaký konkrétní projekt či projekty silnice či cyklostezky, nebo projekt z oblasti cestovního ruchu, rozvoje měst a výstavby sportoviště či koupaliště, který finančně podpořila Evropská Unie?

1. Ano, znám

Popis projektu:

Kde byl projekt realizován (lokace projektu):

Popis projektu:

Kde byl projekt realizován (lokace projektu):

Popis projektu:

Kde byl projekt realizován (lokace projektu):

2. Ne, neznám

5. Žádali jste někdy v minulosti o dotace z **Regionálního operačního programu Jihovýchod (ROP Jihovýchod)**?

1. **Ano** -----> *Tazatelé, přejděte k otázce 4*

2. **Ne** -----> *Tazatelé, přejděte k otázce 7*

FILTR: OTÁZKY PRO TY, KTERÍ ŽÁDALI O DOTACE

6. Kde jste se dozvěděli o možnosti využívat dotace z Regionálního operačního programu Jihovýchod (ROP Jihovýchod)?

.....
.....

7. Jak jste se orientovali v pravidlech a zásadách využívání Regionálního operačního programu Jihovýchod (ROP Jihovýchod)?

.....
.....

8. Vymenujte prosím pozitivní a negativní stránky spolupráce s Regionálním operačním programem Jihovýchod (ROP Jihovýchod)

1. Pozitiva:

.....
.....

2. Negativa:

.....
.....

FILTR: OTÁZKY PRO TY, KTEŘÍ NEŽÁDALI O DOTACE

9. Proč jste nežádali o dotaci z Regionálního operačního programu Jihovýchod (ROP Jihovýchod)?

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

10. Co by se muselo změnit, abyste žádali o dotaci z Regionálního operačního programu Jihovýchod (ROP Jihovýchod)?

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

Mohu se ještě zeptat, jaké je Vaše jméno a Vaše pozice ve společnosti:

Jméno respondenta:

Pozice respondenta:

To je všechno. Děkujeme Vám za Váš čas a přejeeme příjemný den!

9. Zpracovatel výzkumu: Brand Brothers s.r.o.

Vážíme si důvěry, kterou naši agentuře svěřují naši klienti. Na základě námi vypracovaných výzkumů a marketingových doporučení dělají strategická rozhodnutí, která významnou měrou určují budoucí prosperitu jejich firmy.

Každý výzkum je proto pro nás profesní výzvou. I přes naše třináctileté působení v oboru pracujeme na každé nové zakázce s maximálním zaujetím a pečlivostí. Používáme naši praxí i praxí našich zahraničních partnerů osvědčené metody. V naší agentuře se můžete spolehnout, že získáte perfektní výsledek.



Tomáš Papírník
Výkonný ředitel Brand Brothers s.r.o.

9.1. Marketingové výzkumy a strategická doporučení od roku 1996

Společnost Brand Brothers má rozsáhlé zkušenosti s výzkumem trhu a strategickým marketingem od roku 1996. Za tuto dobu jsme získali know-how, které nás odlišuje od jiných výzkumných a marketingových společností například v těchto bodech:

- Spolehlivost výzkumů a omezování chyb
- Návrh výzkumů tak, aby ze studií plynuly konkrétní marketingová doporučení
- Návrh výzkumů tak, aby nebylo mrháno prostředky
- Návrh výzkumů tak, aby některé výsledky mohly být využity jako součást efektivního PR
- Schopnost rychle a do důsledků pochopit zákazníkův business a navrhnout řešení, která efektivně zacházejí s klientovými prostředky
- Návrh strategií propagačních kampaní se znalostí trhu a postupů, které jsou v konkrétním daném případě účinné.

Naše konkurenční výhoda vůči jiným marketingovým agenturám spočívá také v širším marketingovém kontextu, ve kterém o výzkumech přemýšlíme.

Příloha

A. Pozitiva spolupráce s ROP Jihovýchod – přesné znění odpovědí

1. Obce

- Finance pro region
- Peníze, které bychom neměli bez dotací na zvelebování
- Žádná nevidíme, raději si vezmeme dotace, kde se řídí zákonem
- Obec se posunula dál
- Žádná pozitiva, nikdy jsme neměli úspěch se spoustou programů
- Peníze, které jsou přínosem pro obec
- Komunikace ROP s potencionálními žadateli
- Ještě žádná nejsou, teprve jsme si o dotaci zažádali
- Nic – nedostali jsme žádné peníze
- Zatím nevidíme žádná pozitiva, nedostali jsme ještě ani korunu
- Způsob, jak získat peníze pro obec
- Žádná - nikdy jsme nic nedostali
- Žádná neznáme
- Možnost komunikace s regionálními zástupci
- Tok peněz do obce
- Dobrá komunikace
- Komunikace je dobrá
- Bylo to v pořádku
- O vše se starala soukromá firma, jen jsme to šli odevzdat a pak si poslechnout nedostatky
- Vedení poradí
- Peníze pro město jsou velkým přínosem

- Komunikace výborná
- Komunikace s pracovníky ROP
- Skvělá komunikace s pracovníky ROP
- Přínos peněz pro město
- Vstřícnost pracovníků, snaží se pomoci
- Schopní projektoví manažeři
- Žádná nevidíme
- Přínos financí pro obec, které by obec sama nikdy neměla
- Dobrá komunikace s poradci ROP
- Vstřícnost pracovníků, snaží se a jsou komunikativní
- Skvělá komunikace s pracovníky ROP, kteří zpracovávají projekty
- Žádná, neboť jsme dotaci nedostali
- Administrativa
- Přínos financí pro obec
- Dobrý přístup v poskytování informací osobně
- Protože jsme neuspěli, tak žádná pozitiva nevidíme, ale spolupráce celkem fungovala
- Nevidíme pozitiva, peníze by se měly rozdělovat všem dle jiného systému, hlavně prvně na důležité věci
- Nebyla, žádali jsme dvakrát a pokaždé zamítnuto a nikdo neřekl proč
- Konzultace
- Skvělá komunikace
- Kvalitní spolupráce
- Ochota jednat
- Vstřícná komunikace
- Přínos peněz pro město

- Peníze pro město, které by město bez dotací nemělo
- Přínos peněz pro město
- Termíny jsou v pořádku
- Metodika
- Ochota pracovníků pomoci
- Dobrá vstřícní komunikace
- Vychází velmi vstříc
- Výborná komunikace
- Komunikace
- Dobře splnitelné podmínky
- Komunikace na úrovni.

2. Malí a střední podnikatelé:

- Pro náš obor žádná pozitiva
- Teď to neumím vystihnout, ale hlavní je, že jsme ten příspěvek dostali
- Ochota pracovníků
- Celkově vysoká úroveň při žádání i při vyhodnocení.

3. Neziskové nestátní organizace

- Velmi dobrá komunikace se zástupci ROP
- Dobrá spolupráce s koordinátory
- Postup pracovníků regionální rady - jsou vstřícní, ochotní a rádi poradí
- Dobrá komunikace s operátory
- Propagace
- Peníze pro obce
- Komunikace s projektovými manažery velmi dobrá

- Přínos peněz do oblastí, kde by se jinak nedostalo
- Přínos financí pro potřebné občany
- Skvělé informace od konzultantů
- Konzultace jsou v pořádku
- Ještě nevíme, máme podaný projekt
- Přínos peněz do obcí
- Semináře
- Skvělé chování konzultantů
- Velmi ochotní konzultanti
- Komunikace.

4. Školy a školská zařízení

- Snad nám vyjde projekt na zateplení budovy, byl by to přínos financí pro školu
- Zatím žádná, neprošel nám projekt a teď jej dáváme v druhém kole
- Zatím žádná
- Přínos finančních prostředků, pokud projekt odpadne dobře
- Zatím žádná nevíme, naše projekty jsou ve stavu žádosti
- Skvělá práce konzultantů.

5. Zdravotnická a sociální sféra

- Nejsou
- Super spolupráce s koordinátory projektů
- Peníze pro nemocnici
- Přínos peněz do nemocnice
- Do jisté míry je to přínos peněz
- Přínos peněz pro projekty

- Přínos peněz, pokud je projekt odsouhlasen
- Pro dětský domov asi žádné, ale obce zvelebují okolí, což je přínosem i pro ně
- Ochota komunikovat.

B. Negativa spolupráce s ROP Jihovýchod – přesné znění odpovědí

1. Obce

- Už je málo peněz v ROP, odmítli nám sportoviště
- Vysoké dofinancování projektů
- Vše je velmi složité
- Velmi složitá agenda
- ROP je nafouknutá bublina, investovali jsme do agentur a nikdy jsme dotaci od ROP nedostali
- Velmi složité papírování
- Komplikované podání
- Málo peněz a moc obcí
- Složitá administrativa
- Výzvy jsou moc narychlo
- Složitost papírování
- Složité papírování
- Pozdní informace co a jak zaúčtovat během vyhlášení podání
- Dlouhá doba vyřízení a administrativa
- Zadání a parametry pro obce buď do 500 obyvatel nebo pak velké
- Dlouhá čekací doba, kvůli chybě ministerstva jsme dostali peníze na CzechPoint místo v březnu až v červenci a nemohli jsme tak dodržet platby
- Nevybrali nás, ale nevidíme ve spolupráci negativa
- Složitost
- Administrace
- Neustálé změny v požadavcích
- Vysoká náročnost administrativy
- Administrativa, velmi složité formuláře
- Příšerná administrace
- Velmi tvrdé podmínky, každý má jiné
- Velmi složitá pravidla projektů
- Dlouhá doba proplacení

- Zbytečně náklady, když dotace nedostaneme (žádali jsme ROP o dotace na kanalizaci a nic jsme nedostali)
- Administrativa je velmi složitá
- Málo projektů, které jsou zapotřebí
- Hodně papírování
- Administrativa
- Nedostali jsme dotaci
- Dlouhé lhůty
- Složitá administrace
- Nepřesné informace, nutno se osobně doptat
- Orientace na větší obce
- Složit administrativa (stojí dost peněz)
- Nikdo nedokáže říct, co je vlastně potřeba
- Kromě toho, že jsme nedostali dotace, bychom jim nic nevytkli (Balík peněz, ze kterého jsme žádali dotace byl už prý prázdný)
- Žádná neznáme, zatím všechny projekty jsme měli schválené
- Složitost
- Málo programů, které se dají využít
- Administrativa - velmi složitě
- Náročná administrativa s nejistým výsledkem
- Doplnění informací v průběhu zadání
- Nejasná pravidla, která se navíc v průběhu zakázky mění
- Je nutné najít agenturu, které se platí, protože normální člověk se v tom nevyzná
- Strašně moc složitá agenda
- Moc kontrolních bodů
- Velmi složitá administrativa
- Okolo ROP se moc mluví, ale nikdo moc peníze v okolí nedostal
- Neustálá změna
- Vypsání témat obcím nesedí
- Vše musí být zpracováno, aniž by byla jistota dosažení na peníze, které již nejsou v ROP
- Znevýhodnění malých měst

- Ve století počítačů by se mělo využívat elektronické podání žádostí
- Zatím jsme nedostali žádné finanční prostředky, potřebujeme, aby dodání dotací bylo rychlejší
- Moc žádostí, nemáme peníze na to dát více projektů, ty projekty jsou totiž moc nákladné na přípravu (administrativu) a dotace přijdou později až při realizaci a my si nemůžeme dovolit dělat projekt sami a čekat na peníze z dotací
- Dokládání zbytečných věcí několikrát
- Neustálé změny bez upozornění
- Velmi složitá administrativa
- Čím dál tím horší administrace, jak ubývají peníze
- Časté změny během projektu
- Změny v průběhu zadání projektů
- Snaží se suplovat kontrolní úřady
- Neustálé změny v kritériích
- Velká administrativa
- Velmi časté změny podmínek
- Trvání na malichernostech
- Obsáhlé informace ohledně žádostí, ve kterých se sami neorientujeme
- Všechno dlouho trvá
- Změny, doplnění - stále více podkladů
- Je to "profláknutý"
- Málo peněz pro obce menší než 500 obyvatel
- Málo peněz
- Složité podmínky
- Zbytečné papírování - ideální by bylo elektronické podávání žádostí
- Neřídí se zákonem
- Dělají se kontroly na kontroly a to je hrozné
- I když to zpracuje pověřená agentura, nevyhovuje vše a musí se i několikrát předělávat
- Malá informovanost o změnách
- Většinou to není prioritou a vymýšlí se narychlo projekty nové, které nejsou tak nutné
- V médiích je zdroj peněz reprezentován jako objemný balík, ale již uvádí, že velmi rychle tyto peníze ubývají

- Velké obce mají finance na projekty, realizují je a pak čekají na dotace, ale menší obce na to nemají peníze
- Nesmyslné opakování podkladů
- Zbytečná administrativa
- Neinformovanost o konkrétních změnách, tím se vše předělává (neustálená pravidla)
- Lepší by bylo, kdyby se někdo dojel podívat na potřeby obce a nehodnotil to jen od stolu na základě papírů
- Neupozorňování na změny
- Nesmyslnost kontrol
- Nevýhodné pro obce nad 500 obyvatel, lepší pro obce do 500 obyvatel a pak ta větší
- Chybí dotační zdroje pro rozvoj měst
- Kontrola na kontrolu.

2. Malí a střední podnikatelé:

- Pro náš obor nejsou žádné dotace
- Nedostatky v administrativě
- Představovali bychom si menší spoluúčasť firem, více % z EU.

3. Neziskové nestátní organizace

- Velká administrativa
- Administrativa je velmi náročná
- Výzva byla, ale dlouhé průtahy
- Zatím o žádných nevědí
- Složitá administrace
- Vysoká spoluúčasť
- Zdlouhavé proplácení projektů
- Složitá agenda
- Příliš složité aplikace pro všechny programy
- Komplikovanost programů
- Velká administrativa
- Zpožděné platby
- Vše se dlouho řeší, stavba má rok zpoždění

- Těžká orientace
- Nedodržování termínů plateb
- Složitá administrativa
- Zdlouhavé platby
- Chtělo by základní věci sjednotit
- Tvrdé zásahy na pozdě odevzdané papíry
- Nedodržování termínů, nikde odezva co se děje
- Velmi náročná administrativa
- Spousta papírování - vše by mohlo jít elektronicky.

4. Školy a školská zařízení

- Hodně administrace
- Velmi složitá administrace
- Administrace je velmi složitá
- Velmi velká administrativa
- Velká administrativa
- Nepřehledná pravidla
- Zlehčení získávání dotací pro menší školy
- Neprůchodnost dotací
- Pozapomene se na malichernosti a projekt je hned vyřazen
- Žádali jsme si o dotace na interaktivní pomůcky, ale nedostali jsme je.

5. Zdravotnická a sociální sféra

- Složitě zadávání do programu, když se udělá chyba, nelze opravit zpětně
- Zdlouhavá administrativa
- Administrativa je složitá
- Neustálé úpravy zadání
- Vysoká spoluúčast
- Administrativa je velmi složitá
- Zbytečná administrativa
- Velmi zbytečná administrativa

- Neustálé změny, na které včas nikdo neupozorní
- Zdlouhavé procesy
- Zdlouhavá a obtížná administrativa
- Velmi zatěžující administrativa
- Náročná administrativa
- Nepřehledné požadavky
- Zbytečné kontroly na kontroly
- Vše lze řešit elektronicky a ne papírově
- Zdlouhavý proces u projektu
- Neustálé změny, které nejde ani v běžném pracovním procesu sledovat.