AGATA

Aktivizace zemědělských a turistických specializací prostřednictvím Centra chuti

Modul 1

Potenciál pro centrum chuti ve vašem regionu

Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Číslo projektu: 2020-1-SK01-KA202-078207

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

Aktivizace zemědělských a turistických specializací prostřednictvím Centra chuti
2020-1-SK01-KA202-078207

AGATA

Abstrakt modulu

Centrum chuti (COT) lze definovat jako dynamický proces interakcí mezi různými aktéry v dané oblasti. Vzhledem k těmto charakteristikám musí být jeho realizace dobře promyšlena a analyzována z různých hledisek .

Neexistuje univerzální pravidlo pro zřízení centra vkusu, právě proto, že každé území má specifickou dynamiku a odlišné hospodářské a kulturní charakteristiky . Proto je nezbytné pochopit, zda se na daném území může nacházet centrum chuti a jaký má potenciál . V tomto prvním modulu představujeme různé nástroje, které vám pomohou pochopit, zda dané území může hostit COT a jaký má potenciál .

Kapitoly

1. **Analýza územních povolání v místním kontextu**
2. **Diagnostika převládajících povolání**
3. **Analýza demografického a podnikatelského kontextu oblasti**
4. **Analýza finanční výkonnosti společností v dané oblasti**
5. **Tvorba scénářů k pochopení potenciálu místní oblasti k aktivaci centra vkusu**

Klíčová slova: analýza kontextu - socioekonomická analýza - fokusná skupina - dotazníky a poslechové nástroje - envitonmentální analýza - analýza finanční výkonnosti - finanční výkonnost - rozvoj venkova.

Číslo projektu: 2020-1-SK01-KA202-078207

Tento projekt byl financován s podporou Evropské komise. Tato publikace (oznámení) vyjadřuje pouze názory autora a Komise nenese odpovědnost za jakékoli použití informací v ní obsažených.

1. Analýza územních povolání v místním kontextu

1.1 **Analýza** silných a slabých stránek

V této první části se zabýváme tím, jak provést analýzu SWOT a jak využít zjištěných skutečností . Uvádíme také pracovní příklad a šablonu, které vám pomohou začít s analýzou SWOT ve vašem vlastním kontextu .

SWOT je zkratka pro **silné stránky** , **slabé stránky** , **příležitosti** a **hrozby,** a proto je analýza SWOT technikou k posouzení těchto čtyř aspektů vašeho podnikání.

Analýza SWOT zkoumá interní i externí faktory, tedy to , co se děje uvnitř i vně vaší organizace . Některé z těchto faktorů tedy budete mít pod kontrolou a některé ne . V obou případech bude nejmoudřejší opatření, které můžete přijmout jako reakci, jasnější, když zjistíte , zaznamenáte a analyzujete co nejvíce faktorů .

Číslo projektu: 2020-1-SK01-KA202-078207

Tento projekt byl financován s podporou Evropské komise. Tato publikace (oznámení) vyjadřuje pouze názory autora a Komise nenese odpovědnost za jakékoli použití informací v ní obsažených.

1. Analýza územních povolání v místním kontextu

1.1 Analýza silných a slabých stránek

SWOT se zdá být jednoduchá, ale pokud se používá opatrně a ve spolupráci, může být velmi objevná .

Můžete si být například dobře vědomi některých silných stránek své organizace, ale dokud je nezaznamenáte spolu se slabými stránkami a hrozbami, nemusíte si uvědomit, jak nespolehlivé tyto silné stránky ve skutečnosti jsou.

- Pravděpodobně máte i opodstatněné obavy z některých slabých stránek vašeho podniku, ale systematickou analýzou byste mohli najít příležitost, kterou jste dosud přehlíželi a která by ji mohla více než kompenzovat.

Jak napsat analýzu SWOT

Vypracujte matici **analýzy SWOT** nebo použijte naši bezplatnou šablonu.

Matice SWOT je mřížka 2x2, ve které je jeden čtverec pro každý ze čtyř aspektů SWOT. (**Obrázek 1** ukazuje, jak by měla vypadat .) Na začátku každé části je několik otázek, které vám pomohou začít přemýšlet.

Číslo projektu: 2020-1-SK01-KA202-078207

Tento projekt byl financován s podporou Evropské komise. Tato publikace (oznámení) vyjadřuje pouze názory autora a Komise nenese odpovědnost za jakékoli použití informací v ní obsažených.

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

Aktivizace zemědělských a turistických specializací prostřednictvím Centra chuti
2020-1-SK01-KA202-078207

AGATA

(Obr.1) Šablona SWOT ANALÝZY

SILNÉ STRÁNKY	SLABÉ STRÁNKY
1. Inovativní výrobek/služba 2. Jednoduché rozšíření 3. Široká přítomnost na území 4. Jedinečné technické nebo odborné dovednosti, které váš podnik má 5. Společné poslání	1. Jaké jsou vaše slabé stránky podle vašeho interního hodnocení? 2. Oblasti zlepšení, na které byste se měli zaměřit.
MOŽNOSTI	**HROZBY**
1. Jedinečné funkce, které můžete poskytnout svým potenciálním klientům/zájemcům 2. institucionální výhody, politické výhody, daňové úlevy atp. 3. změna citlivosti uživatele	1. Absence nebo nedostatek jakýchkoli funkcí vašeho produktu nebo služby. 2. chybějící přiměřené finanční zdroje na podporu různých obchodních příležitostí.

1.2 Jak provést SWOT analýzu

•Jak jsme zmínili na začátku tohoto modulu, centrum chuti je konkrétní činnost.

Odráží zemědělsko-ekonomická povolání v dané oblasti, a proto odráží sociálně-kulturní a hospodářský aspekt komunity.

Proto je nezbytné zapojit hlavní sociálně-ekonomické subjekty území a všechny zúčastněné strany v co nejširším rozsahu, aby se COT stal co nejkolektivnějším dílem, zohledňujícím potřeby a požadavky každého z nich , a na jejich základě vytvořit nejvhodnější typ COT.

- Nespoléhejte se na vlastní částečné poznání území , komunit a jejich dynamiky. Vaše předpoklady mohou být nesprávné . Místo toho sestavte tým lidí z různých funkcí a úrovní, abyste vytvořili rozsáhlý a přehledný seznam pozorování .

  Pak vždy, když identifikujete silnou stránku , slabou stránku , příležitost nebo hrozbu , napište ji do příslušné části tabulky analýzy SWOT, aby ji všichni viděli .

  Podívejte se na každou oblast podrobněji a zvažte, co se kam hodí a jaké otázky byste mohli položit v rámci sběru údajů.

Číslo projektu: 2020-1-SK01-KA202-078207

Tento projekt byl financován s podporou Evropské komise. Tato publikace (oznámení) vyjadřuje pouze názory autora a Komise nenese odpovědnost za jakékoli použití informací v ní obsažených.

1.2 Jak provést SWOT analýzu

SILNÉ STRÁNKY

Silné stránky jsou věci, které **vaše organizace dělá obzvláště dobře** nebo způsobem, který **ji odlišuje od jejích konkurentů** .

Přemýšlejte o výhodách, které má vaše organizace oproti jiným organizacím .

Může to být motivace vašich zaměstnanců, přístup k určitým materiálům nebo silný soubor výrobních postupů .

Patří sem i síla a **tržní atraktivnost kvalitních místních potravinářských výrobků,** které mohou mít **konkurenční výhodu** oproti velkým podnikům, které vyrábějí tentýž typický místní výrobek, ale na průmyslové úrovni, čímž ztrácejí veškerou přidanou hodnotu řemeslné dovednosti místní výroby. (V zemědělsko-potravinářském sektoru existuje mnoho takových příkladů).

Vaše **silné stránky** jsou nedílnou součástí vaší organizace , území a komunity, proto se zamyslete nad tím, co vás " táhne" .

- Co děláte lépe než kdokoli jiný?
- Jaké hodnoty jsou hnacím motorem vašeho podnikání?
- Z jakých jedinečných zdrojů můžete čerpat, ze kterých jiní nemohou ?
- Identifikujte a zanalyzujte jedinečný prodejní návrh (USP) vaší organizace a přidejte jej do části Silné stránky .

Číslo projektu: 2020-1-SK01-KA202-078207

Tento projekt byl financován s podporou Evropské komise. Tato publikace (oznámení) vyjadřuje pouze názory autora a Komise nenese odpovědnost za jakékoli použití informací v ní obsažených.

1.2 Jak provést SWOT analýzu

SILNÉ STRÁNKY

Potom obraťte perspektivu a zeptejte se sami sebe, co by vaši konkurenti mohli považovat za vaše silné stránky.

- Které faktory způsobily, že jste získali prodej dříve než oni?

- *Např. rostoucí trend spotřebitelů, kteří upřednostňují přírodní a místní věci a chtějí navštívit místa výroby, která se pak stávají i turistickou atrakcí.*

Nezapomeňte, že každý aspekt vaší organizace je silnou stránkou jen tehdy, přináší-li vám jasnou výhodu.

- *Pokud například všichni vaši konkurenti dodávají vysoce kvalitní výrobky, pak vysoce kvalitní výrobní proces není na vašem trhu silnou stránkou: je to nezbytnost.*

Číslo projektu: 2020-1-SK01-KA202-078207

Tento projekt byl financován s podporou Evropské komise. Tato publikace (oznámení) vyjadřuje pouze názory autora a Komise nenese odpovědnost za jakékoli použití informací v ní obsažených.

1.2 Jak provést SWOT analýzu

Příležitosti

Příležitosti jsou otevřené možnosti nebo možnosti, aby se stalo něco pozitivního, ale musíte si je sami vyžádat!

- Obvykle vyplývají ze situací mimo vaši organizaci a vyžadují pohled na to, co by se mohlo stát v budoucnosti.

Mohou vzniknout v důsledku vývoje na trhu, který obsluhujete , nebo v technologii, kterou používáte.

- Schopnost identifikovat a využívat příležitosti může mít obrovský význam pro schopnost vaší organizace konkurovat a zaujmout vedoucí postavení na trhu.

Přemýšlejte o dobrých příležitostech, které můžete okamžitě využít. Nemusí být průlomové: i malé výhody mohou zvýšit konkurenceschopnost vaší organizace .

Jaké zajímavé trendy na trhu, ať už velké nebo malé, které by mohly mít vliv , znáte?

Důležité je , že to souvisí is typem Centra chutí, které chcete vytvořit , zda je to místo, které má přilákat turisty a prezentovat místní výrobky, nebo místo, kde se místní výrobci spojují , aby získali více příležitostí na trhu, nebo možná obojí . ..

- Pozornost byste měli věnovat také změnám ve vládní politice týkající se vaší oblasti. Zajímavé příležitosti mohou nabídnout také změny v sociálních vzorech, profilech obyvatelstva a životním stylu.

Číslo projektu: 2020-1-SK01-KA202-078207

Tento projekt byl financován s podporou Evropské komise. Tato publikace (oznámení) vyjadřuje pouze názory autora a Komise nenese odpovědnost za jakékoli použití informací v ní obsažených.

1.2 Jak provést SWOT analýzu

Hrozby

Mezi hrozby patří vše, co může negativně ovlivnit vaši firmu zvenčí, například problémy v dodavatelském řetězci, změny v požadavcích trhu nebo nedostatek zaměstnanců . Je velmi důležité předvídat hrozby a přijmout opatření proti nim dříve, než se stanete jejich obětí a váš růst se zastaví .

- Přemýšlejte o překážkách, kterým čelíte při uvádění svého produktu na trh a jeho prodeji. Možná si všimnete, že se mění normy kvality nebo specifikace vašich výrobků a že pokud si chcete udržet vedoucí postavení, budete muset tyto výrobky změnit . Rozvíjející se technologie je neustále přítomnou hrozbou, ale i příležitostí !

- Vždy zvažte, co dělají vaši konkurenti a zda byste měli změnit důraz své organizace, abyste se vyrovnali s touto výzvou. Nezapomínejte však , že to, co dělají oni, nemusí být pro vás to správné . Vyhněte se proto jejich kopírování, aniž byste věděli, jak to zlepší vaši pozici.

- Nezapomeňte přezkoumat, zda je vaše organizace obzvláště vystavena vnějším výzvám. Máte například problémy s nedobytnými pohledávkami nebo peněžními toky, které by vás mohly učinit zranitelnými i při malých změnách na vašem trhu? Jedná se o druh hrozby , která může vážně poškodit vaše podnikání, proto buďte ostražití .

Číslo projektu: 2020-1-SK01-KA202-078207

Tento projekt byl financován s podporou Evropské komise. Tato publikace (oznámení) vyjadřuje pouze názory autora a Komise nenese odpovědnost za jakékoli použití informací v ní obsažených.

1.3 Jak používat SWOT analýzu

- ✓ Nakonec je načase nemilosrdně zredukovat a upřednostnit její nápady, aby mohla soustředit čas a peníze na ty nejsmysluplnější a nejvýraznější . Upřesněte každý bod, aby byla vaše srovnání jasnější . Přijměte například jen přesná a ověřitelná tvrzení, jako např.: "Nákladová výhoda 30 USD za tunu při získávání suroviny x", a ne: "Nejlepší poměr ceny a kvality".

- ✓ Nezapomeňte své znalosti uplatnit na správné úrovni organizace . Například na úrovni produktu nebo produktové linie, a ne na mnohem nejasnější úrovni celé společnosti. A používejte analýzu SWOT spolu s dalšími nástroji strategie (modul 3 a 4) , abyste získali úplný obraz o situaci, které čelíte .

Číslo projektu: 2020-1-SK01-KA202-078207

Tento projekt byl financován s podporou Evropské komise. Tato publikace (oznámení) vyjadřuje pouze názory autora a Komise nenese odpovědnost za jakékoli použití informací v ní obsažených.

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

Aktivizace zemědělských a turistických specializací prostřednictvím Centra chuti
2020-1-SK01-KA202-078207

AGATA

KLÍČOVÉ BODY

Analýza SWOT vám pomůže identifikovat silné a slabé stránky , příležitosti a hrozby vaší organizace .

Vede vás k tomu, abyste stavěli na tom , co děláte dobře , řešili to, co vám chybí , využívali nové možnosti a minimalizovali rizika.

Předtím, než se rozhodnete pro novou strategii , použijte analýzu SWOT k posouzení pozice vaší organizace.

Spolupracujte s týmem lidí z celého podniku. Pomůže vám to odhalit přesnější a pravdivější obraz.

Použijte matici SWOT, která vám pomůže při výzkumu a zaznamenávání vašich nápadů .

Zjistěte , co funguje dobře a co ne . Zeptejte se sami sebe, kam chcete jít , jak se tam můžete dostat a co vám může stát v cestě.

Buďte realističtí a přísní . Zredukujte své nápady a stanovte si priority, abyste čas a peníze soustředili na nejvýznamnější a nejpůsobivější opatření a řešení.

Číslo projektu: 2020-1-SK01-KA202-078207

Tento projekt byl financován s podporou Evropské komise. Tato publikace (oznámení) vyjadřuje pouze názory autora a Komise nenese odpovědnost za jakékoli použití informací v ní obsažených.

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

Aktivizace zemědělských a turistických specializací prostřednictvím Centra chuti
2020-1-SK01-KA202-078207

AGATA

Cvičení 1: Prohlédněte si případovou studii - CENTRUM CHUTÍ - TROIA (ITÁLIE)

Podívejte se na YOUTUBE pro anglické titulky : Troia, apre il Centro del Gusto dei Monti Dauni - YouTube

Číslo projektu: 2020-1-SK01-KA202-078207

Tento projekt byl financován s podporou Evropské komise. Tato publikace (oznámení) vyjadřuje pouze názory autora a Komise nenese odpovědnost za jakékoli použití informací v ní obsažených.

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

Aktivizace zemědělských a turistických specializací prostřednictvím Centra chuti
2020-1-SK01-KA202-078207

Cvičení 2: Jaké jsou vaše **SILNÉ STRÁNKY - SLABÉ STRÁNKY - PŘÍLEŽITOSTI - OHROŽENÍ** ? Sestavte svou matici **SWOT** ze šablony AGATA, kterou jste obdrželi.

SILNÉ STRÁNKY	SLABÉ STRÁNKY
MOŽNOSTI	**HROZBY**

Číslo projektu: 2020-1-SK01-KA202-078207

Tento projekt byl financován s podporou Evropské komise. Tato publikace (oznámení) vyjadřuje pouze názory autora a Komise nenese odpovědnost za jakékoli použití informací v ní obsažených.

2. Diagnostika převládajících povolání

2.1 Jaké je nejsilnější povolání v oblasti, které jsou její dějinné , hospodářské , sociální a strategické prvky ?

Jak již bylo zmíněno , neexistuje jediná velikost centra vkusu, která by se dala použít v každém kontextu .

- *Každá oblast má své specifické sociálně-ekonomické charakteristiky , které je třeba zohlednit, pokud nechceme vytvořit aktivitu, která se pak stane katedrálou v poušti bez skutečného přínosu pro danou oblast, komunity, a tedy pro skutečné zúčastněné strany.*

- "Centrum chuti" může představovat významný příklad vývoje místních výrobních systémů, které ve směru stále symboličtější poptávky mohou poskytnout adekvátní odpověď nejen posílením výrobních jednotek nebo družstevních systémů podniků , ale i atraktivním území jako celku .

- Zlepšení mnoha dalších složek přítomných v kontextu životního prostředí, od kulturního dědictví až po historická centra, která je ještě třeba ve velké míře znovuobjevit a posílit , samozřejmě s významným přínosem pro turistickou nabídku území .

- Centrum chuti je fyzický prostor zasazený do územního kontextu , vytvořený k propagaci a propagaci mnoha vynikajících potravinářských a vinařských produktů dané oblasti jako turistické atrakce .

- Je to odpověď na novou koncepci jídla jako kulturního projevu .

- Nabízí uživatelům vícesmyslovou cestu přes tradici , území , historii, kolektivní znalosti a vzdělávání o potravinách.

Číslo projektu: 2020-1-SK01-KA202-078207

Tento projekt byl financován s podporou Evropské komise. Tato publikace (oznámení) vyjadřuje pouze názory autora a Komise nenese odpovědnost za jakékoli použití informací v ní obsažených.

2. Diagnostika převládajících povolání

2.1 Jaké je nejsilnější povolání v oblasti, které jsou její dějinné, hospodářské, sociální a strategické prvky?

- **Formy COT**

Centrum vkusu může být soustředěno na několika místech, která samozřejmě souvisí s hospodářským a sociálním posláním oblasti as poptávkou, která se v ní projevuje .

Centrum chutí může přijmout tyto typy

- propagace potravin a vína
- podpora zemědělsko-potravinářských společností s cílem zvýšit hospodářské výměny
- vzdělávání v oblasti zdravé výživy (workshopy se školami).
- podpora cestovního ruchu
- územní a kulturní propagace (muzeum)

Číslo projektu: 2020-1-SK01-KA202-078207

Tento projekt byl financován s podporou Evropské komise. Tato publikace (oznámení) vyjadřuje pouze názory autora a Komise nenese odpovědnost za jakékoli použití informací v ní obsažených.

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

Aktivizace zemědělských a turistických specializací
prostřednictvím Centra chuti
2020-1-SK01-KA202-078207

AGATA

2. Diagnostika převládajících povolání

2.1 Jaké je nejsilnější povolání v oblasti, které jsou její dějinné, hospodářské, sociální a strategické prvky?

Analýza kontextu - socioekonomická analýza

Analýza kontextu oblasti:

- Popis referenční oblasti
- Stručné historické poznámky
- Popis území na základě statistických údajů (demografická analýza , socioekonomická analýza a sociokulturní analýza)
- Uznání současných iniciativ na území , které mohou být v souladu s opatřeními projektu.
- Správná analýza ekonomického systému a konjunkturální studie příslušných ekonomických ukazatelů umožňují identifikovat silné a slabé stránky dané oblasti a využít její střednědobé a dlouhodobé rozvojové příležitosti .
- Výzkum dokáže kombinovat různé úrovně analýzy a vzájemně porovnávat množství proměnných .
- Je nezbytné vědět, jaká je hospodářská situace v oblasti, kde chceme zřídit COT , musíme znát reálný stav místních podniků , jejich finanční stabilitu , zda je centrum, jako je COT , skutečně potřebné.

Číslo projektu: 2020-1-SK01-KA202-078207

Tento projekt byl financován s podporou Evropské komise. Tato publikace (oznámení) vyjadřuje pouze názory autora a Komise nenese odpovědnost za jakékoli použití informací v ní obsažených.

2. Diagnostika převládajících povolání

2.1 Jaké je nejsilnější povolání v oblasti, které jsou její dějinné, hospodářské, sociální a strategické prvky?

- **KLÍČOVÉ BODY sociálně-ekonomické analýzy**
- Předmět studie: výrobci potravin a vína, místní jednotky , podnikatelé
- Úroveň územní analýzy: národní, regionální , okresní , krajská, obecní
- Úroveň sektorové analýzy : makrosektor (primární , sekundární , terciární) , sektor (zemědělství , obchod, strojírenství atd.),
- Proměnné : právní postavení, pohlaví, státní příslušnost, toky náboru a ukončení pracovního poměru, typ smlouvy , specifické ekonomické ukazatele atp.
- Časové rozpětí : podle dostupnosti databáze
- Výstup: tabulky dat nebo zprávy
- Oficiální zdroje: EUROSTAT, obchodní komory, obecní úřady, provinční, regionální a asociační databáze.

Číslo projektu: 2020-1-SK01-KA202-078207

Tento projekt byl financován s podporou Evropské komise. Tato publikace (oznámení) vyjadřuje pouze názory autora a Komise nenese odpovědnost za jakékoli použití informací v ní obsažených.

2. Diagnostika převládajících povolání

2.1 Jaké je nejsilnější povolání v oblasti, které jsou její dějinné, hospodářské, sociální a strategické prvky?

- S cílem identifikovat skutečná územní povolání, na kterých se má vybudovat Centrum chuti, klade AGATA kromě sekundárního výzkumu, tzn. j . výzkumu realizovaného prostřednictvím analýzy údajů a studií, důraz na primární výzkum , tj. výzkum realizovaný za účasti hlavních zúčastněných stran projektu . Uskutečňuje se prostřednictvím **fokusových skupin** , **panelových skupin** , administrace **dotazníků** atp .

- v této části prvního modulu si ukážeme, jaké jsou hlavní charakteristiky **fokusové skupiny** a jak ji sestavit, abychom pochopili, jaká jsou územní povolání **zapojením hlavních zúčastněných stran.**

- **Fokusová skupina**

  - Fokusové skupiny jsou široce používaným výzkumným nástrojem v marketingovém výzkumu .

  - Jedná se o zvláštní metodu kvalitativního rozhovoru, při které moderátor neformálním a zdánlivě nestrukturovaným způsobem předkládá malé skupině subjektů, kteří jsou informováni o faktech a ochotni spolupracovat, sérii témat k diskusi a vyzývá je, aby se podělili o své názory a porovnali je .

Číslo projektu: 2020-1-SK01-KA202-078207

Tento projekt byl financován s podporou Evropské komise. Tato publikace (oznámení) vyjadřuje pouze názory autora a Komise nenese odpovědnost za jakékoli použití informací v ní obsažených.

2. Diagnostika převládajících povolání

2.1 Jaké je nejsilnější povolání v oblasti, které jsou její dějinné, hospodářské, sociální a strategické prvky?

Krok 1: Vyberte si téma svého zájmu

- Fokusové skupiny se považují především za potvrzující výzkumnou techniku.
- Jinými slovy, jejich prostředí, ve kterém se diskutuje, je nejužitečnější pro potvrzení nebo vyvrácení již existujících přesvědčení .
- Z tohoto důvodu se výborně hodí pro provádění vysvětlujícího výzkumu , ve kterém se zkoumá, proč se něco děje, když jsou k dispozici jen omezené informace.

Krok 2: Definujte rozsah výzkumu a hypotézy

- Když jste se rozhodli, že fokusová skupina je pro vaše téma tou správnou volbou, můžete začít přemýšlet o tom, co očekáváte, že přinese skupinová diskuse.

- Možná již existuje literatura na vaše téma nebo dostatečně podobné téma, které můžete použít jako východisko. Pokud téma není dobře prozkoumána , použijte svůj instinkt, abyste určili, co si myslíte, že je nejvíce hodné přezkoumání.

- Stanovení rozsahu vám pomůže zformulovat zajímavé hypotézy , stanovit jasné otázky a získat správné účastníky .

Číslo projektu: 2020-1-SK01-KA202-078207

Tento projekt byl financován s podporou Evropské komise. Tato publikace (oznámení) vyjadřuje pouze názory autora a Komise nenese odpovědnost za jakékoli použití informací v ní obsažených.

2. Diagnostika převládajících povolání

2.1 Jaké je nejsilnější povolání v oblasti, které jsou její dějinné, hospodářské, sociální a strategické prvky?

Krok 3: Stanovte si otázky pro fokusovou skupinu
Otázky, které položíte své cílové skupině , jsou pro vaši analýzu velmi důležité . Jejich formulaci věnujte dostatek času a zvláštní pozornost věnujte formulacím . Dávejte pozor, abyste se vyhnuli navádějícím otázkám , které mohou ovlivnit vaše odpovědi .

Celkově by vaše dotazy pro fokusovou skupinu měly znít:

Otevřené a flexibilní
Nelze odpovědět "ano" nebo "ne" (nejlepší jsou otázky, které začínají slovy " proč " nebo " jak")
Jednoznačný , přímý přístup k věci a zároveň podněcující diskusi
Nezaujatý a neutrální

Krok 4: Nábor účastníků
V závislosti na tématu vašeho výzkumu si můžete vybrat z několika metod výběru vzorku, které vám pomohou při náboru a výběru účastníků .

- ❑ Dobrovolný výběr vzorků , například otevřená výzva na sociálních sítích a vyhledávání účastníků na základě odpovědí
- ❑ Výhodný výběr vzorků těch, kteří jsou pro vás nejsnáze dostupní, jako jsou partneři ve stávajících sítích
- ❑ Stratifikovaný výběr vzorku určité kategorie místních výrobců
- ❑ Výběr vzorku z konkrétního souboru účastníků, o kterém již víte, že jej chcete zahrnout
- ❖ ***Dejte si pozor na zkreslení výběru, které se může vyskytnout, když jsou někteří členové populace zahrnuti s větší pravděpodobností než jiní .***

Číslo projektu: 2020-1-SK01-KA202-078207

Tento projekt byl financován s podporou Evropské komise. Tato publikace (oznámení) vyjadřuje pouze názory autora a Komise nenese odpovědnost za jakékoli použití informací v ní obsažených.

2. Diagnostika převládajících povolání

2.1 Jaké je nejsilnější povolání v oblasti, které jsou její dějinné, hospodářské, sociální a strategické prvky?

Krok 5: Uspořádejte svou fokusovou skupinu

Před příchodem účastníků zvažte provedení technické kontroly a všimněte si všech environmentálních nebo vnějších faktorů, které by mohly ovlivnit náladu skupiny v ten den. Ujistěte se, že jste organizováni a připraveni, protože stresující atmosféra může působit rušivě a kontraproduktivní .

Začátek fokusové skupiny
Přivítejte účastníky fokusové skupiny představením tématu , sebe a spolumoderátora a proberte všechna základní pravidla nebo návrhy pro úspěšnou diskusi . Je důležité, aby se vaši účastníci cítili uvolněně a ochotně odpovídali .

Vedení diskuse
Když začnete klást otázky, snažte se, aby byl čas odpovědí účastníků stejný . Všímejte si nejmluvnějších a nejméně mluvících členů skupiny , jakož i účastníků s mimořádně silnou nebo dominantní osobností .

- Méně smluvným členům můžete klást otázky přímo, abyste je povzbudili k účasti, nebo účastníkům klást otázky jménem, abyste vyrovnali podmínky. Nebojte se požádat účastníky, aby své odpovědi rozvinuli nebo uvedli příklad .

Číslo projektu: 2020-1-SK01-KA202-078207

Tento projekt byl financován s podporou Evropské komise. Tato publikace (oznámení) vyjadřuje pouze názory autora a Komise nenese odpovědnost za jakékoli použití informací v ní obsažených.

2. Diagnostika převládajících povolání

2.1 Jaké je nejsilnější povolání v oblasti, které jsou její dějinné, hospodářské, sociální a strategické prvky?

Krok 6: Analyzujte údaje a sdělte výsledky

- ✓ Po skončení fokusové skupiny byste měli se spolumoderátorem podat hlášení, ve kterém zaznamenáte první dojmy z diskuse , jakož i všechny nejdůležitější momenty, problémy nebo okamžité závěry, které jste vyvodili .

- ✓ Dalším krokem je přepis a čištění údajů . Každému účastníkovi přiřaďte číslo nebo pseudonym pro organizační účely . Přepište nahrávky a proveďte obsahovou analýzu s cílem hledat témata nebo kategorie odpovědí . Kategorie, které vyberete, mohou pak tvořit základ pro vykazování vašich výsledků .

Číslo projektu: 2020-1-SK01-KA202-078207

Tento projekt byl financován s podporou Evropské komise. Tato publikace (oznámení) vyjadřuje pouze názory autora a Komise nenese odpovědnost za jakékoli použití informací v ní obsažených.

2. Diagnostika převládajících povolání

2.1 Jaké je nejsilnější povolání v oblasti, které jsou její dějinné, hospodářské, sociální a strategické prvky?

Výhody a nevýhody fokusových skupin

Tak jako jiné výzkumné metody, i fokusové skupiny mají své výhody a nevýhody .

Výhody

Jejich organizace je poměrně jednoduchá a výsledky mají silnou nominální platnost .
Obvykle jsou levné, a to iv případě, že je účastníkovi vyplatíte.
Fokusová skupina je časově mnohem méně náročná než průzkum nebo experiment a výsledky získáte okamžitě.
Výsledky fokusových skupin jsou často srozumitelnější a intuitivnější než nezpracované údaje.

Nevýhody

- × Může být obtížné sestavit skutečně reprezentativní vzorek. Fokusové skupiny se obecně nepovažují za externě validní vzhledem k jejich malé velikosti vzorku.
- × Vzhledem k malé velikosti vzorku nemůžete zajistit anonymitu respondentů , což může ovlivnit jejich ochotu svobodně se vyjadřovat .
- × Hloubka analýzy může být problémem, protože může být náročné získat upřímné názory na kontroverzní témata .
- × Při analýze údajů existuje velký prostor pro chyby a vysoký potenciál pro závislost pozorovatele při vyvozování závěrů . Musíte být opatrní a nevybírat odpovědi tak, aby odpovídaly předchozímu závěru .

Číslo projektu: 2020-1-SK01-KA202-078207

Tento projekt byl financován s podporou Evropské komise. Tato publikace (oznámení) vyjadřuje pouze názory autora a Komise nenese odpovědnost za jakékoli použití informací v ní obsažených.

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

Aktivizace zemědělských a turistických specializací prostřednictvím Centra chuti
2020-1-SK01-KA202-078207

Cvičení 1: Otestujte se: zkuste si vytvořit vlastní fokusovou skupinu s možnými otázkami, které můžete položit hlavním zúčastněným stranám ve vaší oblasti.

- ➔ **Krok 1: Vyberte si téma svého zájmu:**
- ➔ **Krok 2: Definujte rozsah výzkumu a hypotézy:**
- ➔ **Krok 3: Stanovte si otázky pro fokusovou skupinu**
- ➔ **Krok 4: Nábor účastníků**
- ➔ **Krok 5: Uspořádejte svou fokusovou skupinu**
- ➔ **Krok 6: Analyzujte údaje a sdělte výsledky**

Číslo projektu: 2020-1-SK01-KA202-078207

Tento projekt byl financován s podporou Evropské komise. Tato publikace (oznámení) vyjadřuje pouze názory autora a Komise nenese odpovědnost za jakékoli použití informací v ní obsažených.

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

Aktivizace zemědělských a turistických specializací
prostřednictvím Centra chuti
2020-1-SK01-KA202-078207

Cvičení 2: Co si myslíte, že by bylo nejlepší formou Centra chuti pro váš region?

Centrum vkusu může být soustředěno na několika místech, která samozřejmě souvisí s hospodářským a sociálním posláním oblasti as poptávkou, která se v ní projevuje .

Centrum chutí může přijmout tyto typy

- ❑ propagace potravin a vína
- ❑ podpora zemědělsko-potravinářských společností s cílem zvýšit hospodářské výměny
- ❑ vzdělávání v oblasti zdravé výživy (workshopy se školami).
- ❑ podpora cestovního ruchu
- ❑ územní a kulturní propagace (muzeum)
- ❑ jiné:

Číslo projektu: 2020-1-SK01-KA202-078207

Tento projekt byl financován s podporou Evropské komise. Tato publikace (oznámení) vyjadřuje pouze názory autora a Komise nenese odpovědnost za jakékoli použití informací v ní obsažených.

3. Analýza demografického a podnikatelského kontextu oblasti

3.1 Fotografie místní komunity a místních podnikatelů.
Sociálně-ekonomická analýza

Správná analýza ekonomického systému a konjunkturální studie příslušných ekonomických ukazatelů umožňují identifikovat silné a slabé stránky dané oblasti a využít její střednědobé a dlouhodobé rozvojové příležitosti . Výzkum dokáže kombinovat různé úrovně analýzy a vzájemně porovnávat množství proměnných .
Je nezbytné vědět, jaká je hospodářská situace v oblasti, kde chceme zřídit COT , musíme znát reálný stav místních podniků , jejich finanční stabilitu , zda je centrum, jako je COT , skutečně potřebné.

Předmět studie: výrobci potravin a vína, místní jednotky , podnikatelé

Úroveň územní analýzy: národní, regionální , okresní , krajská, obecní

Úroveň sektorové analýzy : makrosektor (primární , sekundární , terciární) , sektor (zemědělství , obchod, strojírenství atd.),

Proměnné : právní postavení, pohlaví, státní příslušnost, toky náboru a ukončení pracovního poměru, typ smlouvy , specifické ekonomické ukazatele atp.

Časové rozpětí : podle dostupnosti databáze

Výstup: tabulky dat nebo zprávy

Číslo projektu: 2020-1-SK01-KA202-078207

Tento projekt byl financován s podporou Evropské komise. Tato publikace (oznámení) vyjadřuje pouze názory autora a Komise nenese odpovědnost za jakékoli použití informací v ní obsažených.

3. Analýza demografického a podnikatelského kontextu oblasti

3.2 Nástroje

Nástroje pro poslech - dotazníky

Dotazníky jsou nástroje pro sběr údajů sestávající ze série otevřených a uzavřených otázek . Umožňují rychlé zapojení velkého počtu lidí s cílem získat informace, zjistit názory, postoje a záměry .
Kroky pro sestavení dotazníku :

1. definujte účel , jasně uveďte faktory , pojmy, které chcete zjistit.

2. Definování základních proměnných včetně demografických a sociálně-environmentálních charakteristik respondenta .

3. Definujte, pro koho je dotazník určen.
Pak se snažíme najít nejvhodnější jazyk a formulaci otázek v dotazníku .

Číslo projektu: 2020-1-SK01-KA202-078207

Tento projekt byl financován s podporou Evropské komise. Tato publikace (oznámení) vyjadřuje pouze názory autora a Komise nenese odpovědnost za jakékoli použití informací v ní obsažených.

3. Analýza demografického a podnikatelského kontextu oblasti

3.3 Nástroje

Formulace otázek :

- Používejte jazyk přiměřený tématu
- formulovat otázky, které nejsou příliš složité.
- Otázky musí být jasné a konkrétní
- Začněte klíčovými otázkami : pozornost je vyšší
- věnujte pozornost délce otázek a počtu vybraných alternativ .
- ne příliš mnoho otázek: Max. 20
- Definujte otázky tak , aby obsahovaly číselné a strategické údaje
- Na konci dotazníku použijte otevřené otázky;
- Ptejte se na osobní informace, aniž byste byli dotěrní

Číslo projektu: 2020-1-SK01-KA202-078207

Tento projekt byl financován s podporou Evropské komise. Tato publikace (oznámení) vyjadřuje pouze názory autora a Komise nenese odpovědnost za jakékoli použití informací v ní obsažených.

3. Analýza demografického a podnikatelského kontextu oblasti

3.4 Nástroje

Udělejte předběžný průzkum . Chcete-li vytvořit účinný průzkum , musíte být co nejcílenější.
Připravte si dotazy . Abyste dosáhli co nejlepších výsledků, zahrňte do průzkumů nejvýše pět až deset otázek. Mnozí lidé, zejména dospělí, mají obecně krátkou dobu na pozornost, takže pokud je budete bombardovat desítkami rychlých otázek, počet vyplněných dotazníků může výrazně klesnout. Když píšete dotazy do průzkumu , zkuste účastníkům umožnit, aby své myšlenky rozvinuly . Otázky typu "ano nebo ne" vám neposkytnou tolik informací jako volné textové odpovědi
Nastavte si průzkum .
Zveřejněte svůj průzkum mezi čtenáři. Když je váš průzkum připraven ke spuštění, informujte o něm své čtenáře prostřednictvím reklamy na

Číslo projektu: 2020-1-SK01-KA202-078207

Tento projekt byl financován s podporou Evropské komise. Tato publikace (oznámení) vyjadřuje pouze názory autora a Komise nenese odpovědnost za jakékoli použití informací v ní obsažených.

3. Analýza demografického a podnikatelského kontextu oblasti

3.5 Nástroje

Externí analýza	Interní analýza
· **Cíl :** · Analýza sil a dynamiky vnějšího prostředí	· **Cíl :** o Analýza interních osobitých dovedností a kompetencí
· **Nástroje:** · Analýza makroprostředí	· **Nástroje:** o Kontrolní seznamy
· **Identifikovat:** · Příležitost i · Hrozby	· **Identifikovat :** o Silné stránk y o Slabé stránky

Tento projekt byl financován s podporou Evropské komise. Tato publikace (oznámení) vyjadřuje pouze názory autora a Komise nenese odpovědnost za jakékoli použití informací v ní obsažených.

3. Analýza demografického a podnikatelského kontextu oblasti

3.6 Nástroje

Rozhovor s místními podnikateli

Je to způsob, jak lépe poznat jednotlivé zkušenosti místních aktérů : můžete se zeptat na vše, co potřebujete k definování kontextu, ve kterém chcete aktivovat COT. Kromě toho můžete rozhovory zveřejnit a představit th mienkotvorným osobám, zainteresovaným stranám, místnímu administrátorovi skutečnou situaci v dané oblasti.
tady, Můžete vidět několik příkladů :

https://www.youtube.com/watch?v=4EtgF8ZG9t8 (Valeria a Ivano, malí pěstitelé plodů goji)

https://www.youtube.com/watch?v=YtCfDzyKAPg (Pasquale a Gaetano, malí predátoři hlemýžďů)

https://www.youtube.com/watch?v=nA0_OywGC5A (bratři Antonietta a Pasquale: mají vinařskou farmu)

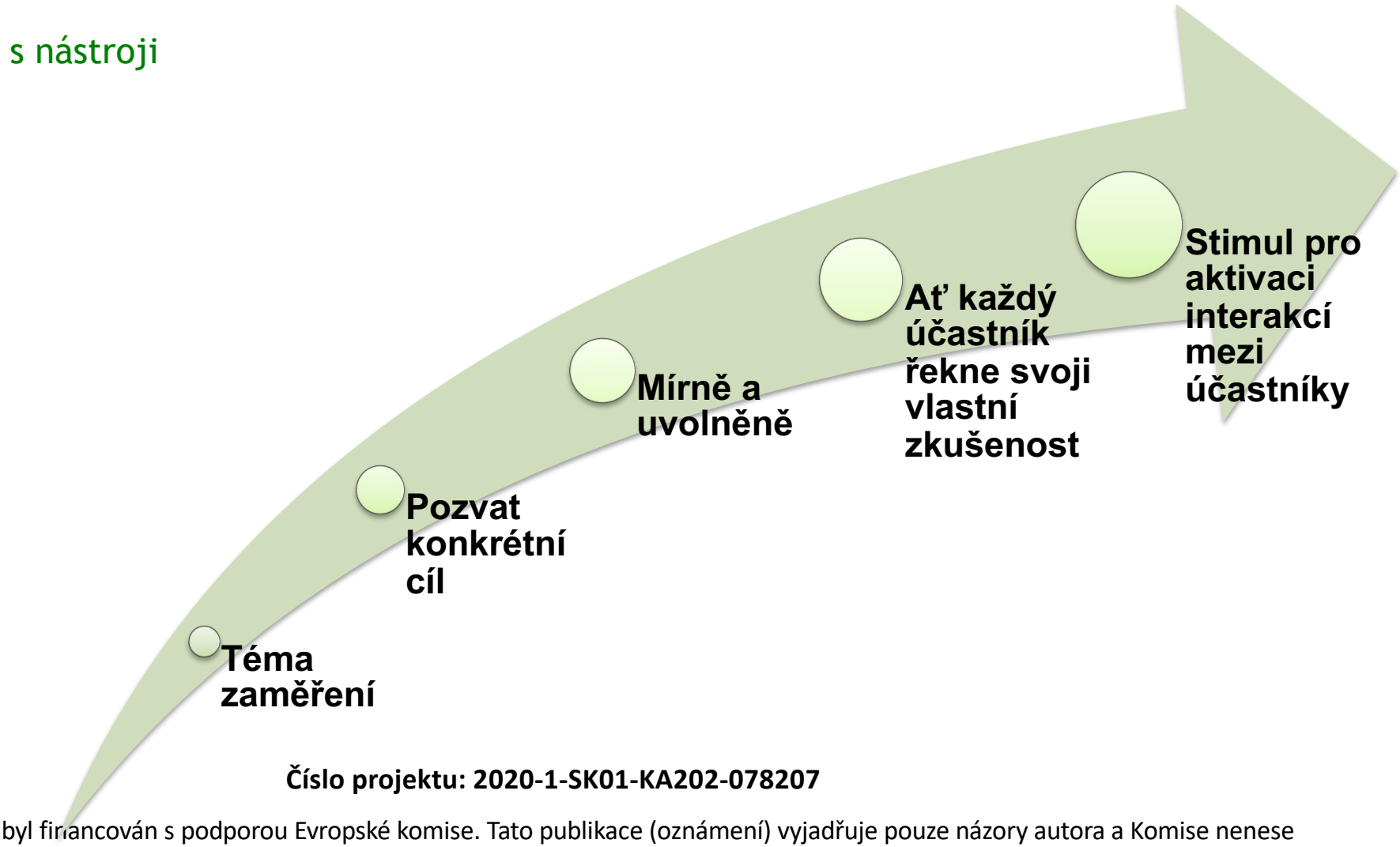
Číslo projektu: 2020-1-SK01-KA202-078207

Tento projekt byl financován s podporou Evropské komise. Tato publikace (oznámení) vyjadřuje pouze názory autora a Komise nenese odpovědnost za jakékoli použití informací v ní obsažených.

3. Analýza demografického a podnikatelského kontextu oblasti

3.7 Setkání s nástroji

Jak na setkání:



Číslo projektu: 2020-1-SK01-KA202-078207

Tento projekt byl financován s podporou Evropské komise. Tato publikace (oznámení) vyjadřuje pouze názory autora a Komise nenese odpovědnost za jakékoli použití informací v ní obsažených.

3. Analýza demografického a podnikatelského kontextu oblasti

3.8 Proces environmentální analýzy

SCANNING	· **Pozorujte" vnější prostředí** · **Uspořádání informací do požadovaných kategorií** · **Identifikujte problémy v rámci každé kategorie**
MONITORING	· **Pozorujte vývoj** · **Určení míry změny**
PŘEDPOKLAD	· **Předpovídání změn vývoje** · **Identifikovat vzájemné vztahy mezi problémy** · **Vypracování alternativních možností**
HODNOCENÍ	· **Vyhodnocení prognóz** · **Identifikujte síly, které se mají zohlednit při** · **Vypracování strategií**

3. Analýza demografického a podnikatelského kontextu oblasti

3. 9 Cvičení Zkuste odpovědět na následující otázky, abyste definovali kontext, ve kterém se vytváří COT

DEMOGRAFICKÉ : které demografické jevy mohou pro organizaci představovat hrozby a příležitosti ? Např. musíte identifikovat například. cílovou skupinu výrobců, pokud jsou to starší lidé, budu muset mít specifický typ komunikace . Totéž platí pro cílovou skupinu

EKONOMIKA : Jak ovlivní vývoj příjmů , cen, úspor a úvěrů COT?

EKOLOGICKÉ : přírodní zdroje , poškození životního prostředí . Jaká je role organizace při ochraně před poškozením životního prostředí ? I na straně místních výrobců, spolupráce s těmi, kteří mají vysoké standardy ochrany životního prostředí, a neustálé zvyšování jejich povědomí o udržitelné výrobě.

TECHNOLOGICKÉ : které technologické inovace jsou relevantní pro služby a procesy COT? (elektronický obchod, platformy crowdfundingu, block-chain atd.)

POLITICKÉ : Jaké jsou nové platné předpisy? Jaké jsou nejvhodnější právní formy pro náš COT?

Číslo projektu: 2020-1-SK01-KA202-078207

Tento projekt byl financován s podporou Evropské komise. Tato publikace (oznámení) vyjadřuje pouze názory autora a Komise nenese odpovědnost za jakékoli použití informací v ní obsažených.

3. Analýza demografického a podnikatelského kontextu oblasti

3. 10 Cvičení
Zkuste odpovědět na následující otázky, abyste určili kontext, ve kterém se vytváří COT

SOCIÁLNĚ-KULTURNÍ : Jaké jsou sociální skupiny nebo institucionální sítě, se kterými je třeba navázat kontakt? Pokud existují různé skutečnosti, které pracují se stejným cílem, je užitečné se raději spojit, než zůstat rozdělen .

Jak se mění životní styl? Jak se mění hodnoty ? Např. očekáváme, že po pandemii budou lidé, kteří byli zvyklí trávit sobotní odpoledne v nákupním centru, raději chodit na túry do přírody .

VEŘEJNOST : které sektory veřejnosti (instituce, vláda a místní komunity) představují pro organizaci zvláštní příležitosti nebo problémy ?
Jaké iniciativy přijala organizace ve vztahu k různým skupinám veřejnosti?

Číslo projektu: 2020-1-SK01-KA202-078207

Tento projekt byl financován s podporou Evropské komise. Tato publikace (oznámení) vyjadřuje pouze názory autora a Komise nenese odpovědnost za jakékoli použití informací v ní obsažených.

4. Analýza finanční výkonnosti společností v oblasti

Co je finanční výkonnost?

Finanční výkonnost je subjektivním měřítkem toho, jak dobře dokáže firma využívat aktiva ze svého primárního způsobu podnikání a vytvářet výnosy . Tento pojem se používá také jako obecné měřítko celkového finančního zdraví podniku za určité období* .

Finanční analýzy lze rozdělit do čtyř hlavních skupin:

1. Řešitelnost
2. Likvidita
3. Ziskovost
4. Obsluha dluhu
5. Účinnost

*https://www.investopedia.com/terms/f/financialperformance.asp

Číslo projektu: 2020-1-SK01-KA202-078207

Tento projekt byl financován s podporou Evropské komise. Tato publikace (oznámení) vyjadřuje pouze názory autora a Komise nenese odpovědnost za jakékoli použití informací v ní obsažených.

4. Analýza finanční výkonnosti společností v oblasti

1. Řešitelnost

Solventnost vyjadřuje míru, do jaké aktiva podniku převyšují závazky, a tedy schopnost podniku plnit své závazky v případě ukončení činnosti podniku. Zjednodušeně řečeno, tento ukazatel tedy naznačuje, zda je podnik solventní nebo insolventní (v úpadku) . Pro výpočet tohoto ukazatele se berou informace z rozvahy, konkrétně z bilance Aktiva celkem/pasiva celkem.

2. Likvidita

Likvidita označuje trvalou schopnost podniku včas splnit všechny běžné nebo krátkodobé dluhy, které je třeba zaplatit na každodenní chod podniku. Ukazatel, který se vypočítá pro měření této schopnosti, je ukazatel běžné likvidity. K výpočtu tohoto ukazatele se rovněž berou informace z rozvahy, a to Krátkodobý majetek/Krátkodobé závazky.

3. Ziskovost

Ziskovost zemědělského podniku se vypočítá vyjádřením čistého příjmu zemědělského podniku (ČPH) jako procentního podílu celkového kapitálu použitého v zemědělské činnosti během finančního období . Informace o NFI se získávají z výkazu zisků a ztrát a informace o celkovém použitém kapitálu se získávají z rozvahy a poměr se pak vyjádří v procentech . Je faktem, že zemědělské podniky dosahují poměrně nízké ziskovosti . V závislosti na typu zemědělství může být až 7 %.

Číslo projektu: 2020-1-SK01-KA202-078207

Tento projekt byl financován s podporou Evropské komise. Tato publikace (oznámení) vyjadřuje pouze názory autora a Komise nenese odpovědnost za jakékoli použití informací v ní obsažených.

4. Analýza finanční výkonnosti společností v oblasti

4. Obsluha dluhu

Obsluha dluhu se obvykle posuzuje na základě informací zobrazených ve výkazu peněžních toků. Je to velmi důležitá otázka a při žádosti o úvěr se finančník důkladně podívá na váš výkaz peněžních toků. Poměr peněžních toků, který představuje Cash-income/Cash-outflow , můžete vypočítat také pomocí informací z výkazu peněžních toků a vyjádřit jej v procentech . Obvykle se má za to, že tento poměr by měl být 120 % a vyšší, což znamená, že byste měli mít k dispozici dostatek hotovosti na zaplacení všech dluhů a všech ostatních zemědělských výdajů podle potřeby .

5. Účinnost

Finanční efektivnost hodnotí, jak efektivně zemědělský podnik využívá své výrobní kapacity (např. vstupy, režijní náklady, finance a stroje) k vytváření příjmů. Klíčovým ukazatelem finanční efektivnosti farmy je poměr provozních nákladů k příjmům. Tento poměr poskytuje odpověď na otázku: " Kolik stojí farmu vygenerovat 1,00 USD příjmů?" Odvozuje se vydělením celkových provozních nákladů (bez úrokových nákladů a odpisů) hrubými příjmy.

Číslo projektu: 2020-1-SK01-KA202-078207

Tento projekt byl financován s podporou Evropské komise. Tato publikace (oznámení) vyjadřuje pouze názory autora a Komise nenese odpovědnost za jakékoli použití informací v ní obsažených.

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

Aktivizace zemědělských a turistických specializací prostřednictvím Centra chuti
2020-1-SK01-KA202-078207

AGATA

4. Analýza finanční výkonnosti společností v oblasti

Finanční výkonnost zemědělských podniků

V zemědělském sektoru nejčastěji musíme brát v úvahu ekonomické (ziskovost , likvidita , efektivnost provozu), ale i neekonomické (manažerské plánování a rozhodování).

Neúspěch nebo úspěch farmy může být výsledkem makroekonomického prostředí a jeho faktorů nebo neúspěšných a nesprávných rozhodnutí manažerů, ale i výsledkem přírodních a klimatických faktorů .
Různé determinanty finančních potíží mohou mít různé účinky na finanční zdraví a výkonnost zemědělských podniků.

PŘÍPADOVÁ STUDIE

Hodnocení finančního zdraví zemědělských podniků v podmínkách České republiky pomocí bankrotových modelů

Číslo projektu: 2020-1-SK01-KA202-078207

Tento projekt byl financován s podporou Evropské komise. Tato publikace (oznámení) vyjadřuje pouze názory autora a Komise nenese odpovědnost za jakékoli použití informací v ní obsažených.

4. Analýza finanční výkonnosti oblasti

4.1 Investiční kapacita ve venkovských oblastech

Investice do územního kapitálu a budování regionálních kapacit se považují za hlavní pilíře místní přístup k rozvoji venkova (OECD, 2006).

V této části Modulu 1 navrhujeme rozdělení **" územního kapitálu"** a **"budování kapacit"** .

Územní kapitál představuje " množství a vzájemné propojení různých forem kapitálu (nebo různých zdrojů), které jsou součástí regionálního hospodářství a společnosti, jsou v nich mobilizovány a aktivně využívány (a reprodukovány) " (van der Ploeg a kol., 2009, s. 13).

Budování kapacit je schopnost zhodnocovat místní zdroje, jako jsou přírodní vymoženosti, kulturní dědictví nebo infrastrukturní vybavení . Schopnost efektivně a účinně využívat faktorové vybavení je rozhodující při vytváření konkurenčních výhod pro regiony . Za vlivné pro změnu venkova v rámci nového venkovského paradigmatu se považuje zejména interakce a mobilizace určitých oblastí regionálního rozvoje venkova včetně inovací (nové postupy a produkty), řízení trhu (institucionální kapacita pro interakci s trhy) a nových institucionálních opatření (institucionální kapacita na podporu spolupráce zúčastněných stran) (van der Ploeg a Marsden, 2009; Horlings a Marsden, 2012).

Číslo projektu: 2020-1-SK01-KA202-078207

Tento projekt byl financován s podporou Evropské komise. Tato publikace (oznámení) vyjadřuje pouze názory autora a Komise nenese odpovědnost za jakékoli použití informací v ní obsažených.

4. Analýza finanční výkonnosti oblasti

4.1 Investiční kapacita ve venkovských oblastech

Územní kapitál zahrnuje

1. fyzický kapitál
2. lidské zdroje
3. přírodní kapitál pro (venkovský nebo regionální) rozvoj a konkurenceschopnost .

FYZICKÝ KAPITÁL

fyzický kapitál je definován jako infrastruktura vytvořená člověkem, která zahrnuje zejména investice do nemovitého a dlouhodobého výrobního majetku nebo vybudovaných staveb, jako jsou venkovská obydlí, dopravní a komunikační infrastruktura , ale i technická zařízení na ochranu před povodněmi nebo jinými přírodními katastrofami (Vargas, 2010) .

Investice do fyzické infrastruktury podporují rozvoj venkova a regionů různými způsoby. Mohou zlepšit základní infrastrukturu pro venkovské komunity a zemědělství . Přispívá k zaměstnanosti a produktivitě venkovského hospodářství, jakož ik regionální konvergenci . Fyzický kapitál snižuje náklady hospodářských subjektů na přístup k městským trhům, znalostem (Lakshmanan , 2011) a globální hospodářské síti (Anderson, 2000). Zvyšuje vzájemnou propojenost jednotlivých hospodářských subjektů a vytváří úspory z rozsahu.

Číslo projektu: 2020-1-SK01-KA202-078207

Tento projekt byl financován s podporou Evropské komise. Tato publikace (oznámení) vyjadřuje pouze názory autora a Komise nenese odpovědnost za jakékoli použití informací v ní obsažených.

4. Analýza finanční výkonnosti oblasti

4.1 Investiční kapacita ve venkovských oblastech

LIDSKÉ ZDROJE

Myslí se tím dovednosti a vzdělání pracovní síly, kulturní a sociální kapitál. Při úzkém vymezení jako dostupnost kvalifikované pracovní síly (Gennaioli et al., 2013) bylo zjištěno, že lidský kapitál je podstatným faktorem regionálního rozvoje , protože přispívá k regionální znalostní základně a podporuje inovační procesy (Krugman, 1991), podnikání a produktivitu (Gennaioli et al., 2013), a tedy i tvorbu příjmů (Becker, 1964). Vzhledem k emigraci a stárnutí obyvatelstva v okrajovějších venkovských oblastech je důležité zohlednit i demografický rozměr lidského kapitálu.

Kulturní aktiva představují druhý rozměr lidského kapitálu, který je nezbytný pro zohlednění úlohy místních tradic a identity . Ve spojení s místním prostředím jsou kulturní aktiva důležitá jako jedinečné prodejní body (Dwyer a Findeis , 2008). Sociální kapitál může stimulovat rozvoj a hospodářský růst ve venkovských oblastech snížením informačních a transakčních nákladů, jakož i podporou přenosu znalostí (Fukuyama, 1995; Woolcock a Narayan, 2000).

Podpora investic do lidského a kulturního kapitálu v rámci Programu rozvoje venkova EU zahrnuje různorodá opatření k udržení vyvážené věkové struktury v zemědělské komunitě, stabilizaci rovnováhy mezi přistěhovalectvím a vystěhovalectvím do az venkovských oblastí , odbornou přípravu, poradenské a informační služby v oblasti kulturního dědi ve venkovských oblastech .

Číslo projektu: 2020-1-SK01-KA202-078207

Tento projekt byl financován s podporou Evropské komise. Tato publikace (oznámení) vyjadřuje pouze názory autora a Komise nenese odpovědnost za jakékoli použití informací v ní obsažených.

4. Analýza finanční výkonnosti oblasti

4.1 Investiční kapacita ve venkovských oblastech

PŘÍRODNÍ KAPITÁL

Má klíčovou úlohu při výrobě potravin, bioenergie a těžbě surovin, ale stále více i při poskytování ekosystémových služeb, jako je sekvestrace uhlíku, ochrana stanovišť nebo rekreace (MA, 2005; TEEB, 2010). Poskytování , udržování a investice do aktiv přírodního kapitálu se považují za "klíčové pilíře politik rozvoje venkova založených na místě" (OECD, 2006, 14).

Pomáhají " spojovat ostatní dva druhy kapitálu s konkrétním geografickým prostředím a usnadňují vztahy mezi lidmi" (Vargas, 2010, 69).

Zjistilo se, že atraktivnost krajiny a přírodního dědictví je hlavní hnací silou restrukturalizace venkovského hospodářství prostřednictvím diverzifikace zemědělských činností, marketingu místa a cestovního ruchu (Marcouiller et al., 2004; Courtney et al., 2006; Pfeifer et al., 2 al., 2013).

Číslo projektu: 2020-1-SK01-KA202-078207

Tento projekt byl financován s podporou Evropské komise. Tato publikace (oznámení) vyjadřuje pouze názory autora a Komise nenese odpovědnost za jakékoli použití informací v ní obsažených.

4. Analýza finanční výkonnosti oblasti

4.1 Investiční kapacita ve venkovských oblastech

Budování kapacit zahrnuje

1. stabilizace a podpora zaostalých regionů
2. modernizace výroby zemědělských komodit a vertikální integrace hodnotového řetězce.
3. restrukturalizovat a diverzifikovat hospodářské činnosti ve venkovských oblastech jako celku ve spojení s místním prostředím

STABILIZACE

Stabilizační opatření jsou zaměřena na pokračování zemědělských a lesnických činností, přežití zemědělských podniků a udržení obyvatelstva ve venkovských komunitách, které jsou často velmi závislé na zemědělských činnostech.

Stabilizační opatření zahrnují zejména podpůrná schémata, která mají umožnit hospodářským subjektům se sídlem v těchto oblastech vyrovnat se se znevýhodněnými podmínkami, jako jsou horské regiony , oblasti se specifickými znevýhodněními nebo jiné znevýhodněné oblasti, jak jsou definovány v nařízení Rady 1257/1999.

Stabilizace zahrnuje také podpůrná schémata pro subjekty, na které se vztahují environmentální právní předpisy omezující využívání zdrojů prostřednictvím hospodářských činností nebo které mají problémy s dodržováním norem Společenství, a podporu polosamozásobitelských zemědělců.

Číslo projektu: 2020-1-SK01-KA202-078207

Tento projekt byl financován s podporou Evropské komise. Tato publikace (oznámení) vyjadřuje pouze názory autora a Komise nenese odpovědnost za jakékoli použití informací v ní obsažených.

4. Analýza finanční výkonnosti oblasti

4.1 Investiční kapacita ve venkovských oblastech

MODERNIZACE

Modernizace se považuje za druhý způsob, jak zlepšit zhodnocování územního kapitálu. Opatření v oblasti rozvoje venkova zaměřená na modernizace zemědělské výroby umožňuje venkovským hospodářským subjektům lépe využívat přírodní zdroje (např. prostřednictvím investic do strojů umožňujících zvýšení produktivity), zavádět nové postupy nebo výrobky, jako je ekologická nebo integrovaná výroba, kvalitní výrobky nebo výrobky s chráněným označením původu .

Pomáhá zlepšit vertikální integraci zemědělských činností a reteritorializaci hodnotového řetězce. Cílem modernizace je zvýšit produktivitu a příjem jednotlivých hospodářských jednotek , ale i zlepšit spolupráci.

RESTRUKTURALIZACE a rozšíření venkovského hospodářství nad rámec čistě komoditní výroby je způsobeno potřebou kompenzovat snížení příjmů z tradičního zemědělství a vytvářet dodatečné příjmy . Spočívá v zavádění nových činností a nových venkovského zboží a služeb, které požaduje (městská) společnost, jako je diverzifikace do odvětví chovu koní, cestovního ruchu (Hjalager , 1996) nebo sociální péče (Di Iacovo a O'Connor, 2009).

PŘÍPADOVÁ STUDIE

Role místních investic při vytváření rozvoje venkova v Polsku

Číslo projektu: 2020-1-SK01-KA202-078207

Tento projekt byl financován s podporou Evropské komise. Tato publikace (oznámení) vyjadřuje pouze názory autora a Komise nenese odpovědnost za jakékoli použití informací v ní obsažených.

5. Vytvoření scénářů k pochopení potenciálu místní oblasti k aktivaci centra chuti

Číslo projektu: 2020-1-SK01-KA202-078207

Tento projekt byl financován s podporou Evropské komise. Tato publikace (oznámení) vyjadřuje pouze názory autora a Komise nenese odpovědnost za jakékoli použití informací v ní obsažených.

5. Vytvoření scénářů k pochopení potenciálu místní oblasti k aktivaci centra chuti

Kroky pro pochopení prostředí a realizaci Centra chuti.

Dostali jsme se k závěru tohoto prvního vzdělávacího modulu .

Tato poslední část bude sloužit jako závěrečná kapitola , která shrne všechny kroky potřebné k přesnému a důkladnému pochopení území, na kterém se má zřídit centrum vkusu.

Číslo projektu: 2020-1-SK01-KA202-078207

Tento projekt byl financován s podporou Evropské komise. Tato publikace (oznámení) vyjadřuje pouze názory autora a Komise nenese odpovědnost za jakékoli použití informací v ní obsažených.