

Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích

Ekonomická fakulta

BAKALÁŘSKÁ PRÁCE

2009

Roman Janeček

Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích
Ekonomická fakulta
Katedra obchodu a cestovního ruchu

Studijní program: B6208 Ekonomika a management
Studijní obor: Obchodní podnikání

Název bakalářské práce:
Předpoklady rozvoje komerčních služeb
ve vybrané oblasti – českokrumlovská část
mikroregionu Pomalší

Vedoucí bakalářské práce:
Ing. Viktor Vojtko

Autor:
Roman Janeček

2009

Prohlášení

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci vypracoval samostatně a výhradně s použitím citovaných pramenů.

Prohlašuji, že v souladu s § 47b zákona č. 111/1998 Sb. v platném znění souhlasím se zveřejněním své bakalářské práce, a to v nezkrácené podobě elektronickou cestou ve veřejně přístupné části databáze STAG provozované Jihočeskou univerzitou v Českých Budějovicích na jejích internetových stránkách.

V Českých Budějovicích dne 10. 4. 2009

.....
Roman Janeček

Poděkování

Chtěl bych poděkovat Ing. Viktoru Vojtkovi za odborné vedení při psaní této bakalářské práce. Dále bych chtěl poděkovat všem, kteří se mnou spolupracovali při sběru primárních dat.

OBSAH

1. ÚVOD.....	1
2. CÍLE A POUŽITÁ METODIKA	3
2.1 Cíle.....	3
2.2 Pracovní hypotézy.....	3
2.3 Metodika	3
3. LITERÁRNÍ PŘEHLED	5
3.1 Obce a jejich rozvoj	5
3.1.1 Agenda 21	5
3.1.2 Místní Agenda 21.....	5
3.1.3 Region	6
3.1.4 Mikroregion	6
3.1.5 Potenciál mikroregionu.....	7
3.1.6 Úloha mikroregionů.....	9
3.1.7 Dokument mikroregionu.....	9
3.1.8 Obsah dokumentu	10
3.1.9 Evropský fond pro regionální rozvoj.....	12
3.1.10 Strategie regionálního rozvoje České republiky pro léta 2007 – 2013.....	14
3.1.11 Financování činností mikroregionu a MAS.....	15
3.2 Služby	16
3.2.1 Definice služby	16
3.2.2 Maloobchod	17
3.2.3 Cestovní ruch	17
3.2.4 CZ-NACE.....	17
3.3 Situační analýza	18
3.3.1 Partnerství veřejného a soukromého sektoru.....	18
3.3.2 Marketing.....	19
3.3.3 Marketingový výzkum.....	20
3.3.4 SWOT analýza.....	21
3.3.5 Marketingová situační analýza	23
4. VLASTNÍ VÝZKUM A JEHO VYHODNOCENÍ.....	25
4.1 Vymezení vybraného mikroregionu	25
4.1.1 Vymezení mikroregionu Pomalší	25
4.1.2 Vymezení českokrumlovské části mikroregionu Pomalší.....	25
4.1.3 Účel založení svazku	26

4.1.4 Předmět a cíle činnosti sdružení	26
4.1.5 Sociodemografická a ekonomická struktura.....	27
4.2 Řízený rozhovor se starosty obcí českokrumlovské části mikroregionu Pomalší....	28
4.3 Analýza dotazníků u podnikatelských subjektů.....	32
4.4 Vlastní pozorování v mikroregionu	43
4.5 Zodpovězení hypotéz.....	43
4.6 Profil mikroregionu vzhledem k dané oblasti komerčních služeb.....	44
4.6.1 Nabídka služeb.....	44
4.6.2 Poptávka služeb	45
4.6.3 Poptávka služeb u občanů mikroregionu.....	45
4.6.4 Poptávka služeb u turistů	46
5.SWOT ANALÝZA.....	47
6.VYMEZENÍ PŘEDPOKLADŮ ROZVOJE KOMERČNÍCH SLUŽEB V OBLASTI	48
SUMMARY.....	50
POUŽITÁ LITERATURA	52
SEZNAM PŘÍLOH.....	54

1. Úvod

Při výběru bakalářské práce jsem byl ovlivněn studiem oboru obchodního podnikání, který jsem si dříve dobrovolně zvolil. Z několika desítek možných nabídek témat z různých předmětů, jsem si zvolil bakalářskou práci s názvem „Předpoklady rozvoje komerčních služeb ve vybrané oblasti – českokrumlovská část mikroregionu Pomalší.“ Hned podle názvu mi bylo jasné, že mým hlavním úkolem bude udělat průzkum komerčních služeb v terénu v této lokalitě. Tato volba byla navíc umocněna mým dlouholetým soužitím s touto lokalitou, jelikož jsem v jedné z obcí této části mikroregionu vyrůstal a dodnes se do této obce často vracím. Žijí zde totiž moji rodičové. Lze tedy říci, že jsem byl hned z počátku velmi nadšen výběrem tohoto tématu bakalářské práce. Předpokládal jsem totiž, že v této práci využiji své dlouholeté znalosti této lokality a dlouholeté pozorování rozvoje, který se zde za několik let velice rychle vyvíjí. Dále jsem chtěl využít znalosti z předmětu Marketing a jiných odborných předmětů, jež jsem na EF JČU absolvoval.

Fungování obcí v rámci mikroregionů je dnes velkým trendem, a proto je podle mého názoru zajímavé zjistit, jak tyto instituce fungují, a jak je vnímají zúčastněné osoby. Na jednu stranu starostové obcí mikroregionu a na druhou stranu podnikatelé. Poznatky o spolupráci i funkčnosti mikroregionu mi daly mnoho odpovědí týkajících se této práce. Při svém výzkumu bych rád zjistil možné příčiny nedostatku požadovaných komerčních služeb, jak občanům měst, tak obcí mikroregionu a na druhou stranu se pokusil zjistit spokojenost podnikatelů, kteří v této lokalitě působí a komerční služby nabízejí.

V každé obci by mělo být zajištěno určité zázemí pro vzdělání se stravováním, lékařská péče, kvalitní dopravní obslužnost, lékárna, popřípadě složky státní správy a v neposlední řadě možnost nákupu potravin a drobného zboží. Je jasné, že v mnoha obcích se tyto komerční služby nenacházejí v uspokojivé míře, jelikož obec nemá dostatek finančních prostředků k jejich realizaci. Těch se jí dostává prostřednictvím dotací z Evropské unie. Tomu také napomáhá, že je obec zapojena v mikroregionu a má tudíž větší možnost finanční prostředky získat.

Na začátku jsem si stanovil hypotézy, které se budu snažit potvrdit či vyvrátit na základě získaných informací, ať už ze sekundárních dat či primárních dat, které se týkají této lokality.

Jako nejdůležitější část této práce vnímám fakt, že se mi podařilo na základě všech šetření v terénu a zmapování oblasti komerčních služeb v této lokalitě, vymezit doporučení, která by měla pomoci k dalšímu rozvoji komerčních služeb v českokrumlovské části mikroregionu Pomalší. Tato doporučení byla také hlavním cílem celé této bakalářské práce.

2. Cíle a použitá metodika

2.1 Cíle

Cílem bakalářské práce je popsat českokrumlovskou část mikroregionu Pomalší se zaměřením na oblast komerčních služeb, provést situační analýzu mikroregionu a vymezit předpoklady rozvoje v dané oblasti komerčních služeb.

2.2 Pracovní hypotézy

1) Nezaměstnanost v českokrumlovské části mikroregionu Pomalší je nižší oproti Jihočeskému kraji.

2) V obcích českokrumlovské části mikroregionu Pomalší jsou dostupné všechny nezbytné služby

3) V daném mikroregionu poskytovatelé komerčních služeb nevidí v zapojení se do nějaké organizované formy spolupráce přínos pro svůj podnik.

4) Firmy z českokrumlovské části mikroregionu Pomalší patří převážně místním občanům

2.3 Metodika

Metodika se skládá z pěti částí. Studium odborné literatury, sběr dat v terénu, sestavení profilu vybraného svazku mikroregionu, situační analýza mikroregionu a vymezení předpokladů rozvoje dané oblasti komerčních služeb.

Tím nejzákladnějším způsobem, jak můžeme rozdělit metodiku této práce, je získávání primárních a sekundárních dat. Nejrozsáhlejším zdrojem primárních dat bylo dotazníkové šetření prováděné v terénu. Oslovil jsem 33 podnikatelských subjektů a požádal je o vyplnění dotazníku, který mi byl poskytnut vedoucím bakalářské práce. Dále jsem si sestavil dotazník svůj, který obsahoval 8 otázek. Oslovil jsem všech 7 starostů obcí českokrumlovské části mikroregionu Pomalší a požádal je o jeho vyplnění.

Sekundární data jsem získával čtením odborných publikací vztahujících se k této práci. Odborná literatura však nebyla jediným sekundárním pramenem. Dalším zdrojem sekundárních dat pro tuto práci byla většinou databáze Českého statistického úřadu a Úřadu práce. Po získání všech dat jsem udělal analýzu mikroregionu. Začal jsem geografickou analýzou, kde byly použity strategické dokumenty mikroregionu, a také ekonomická a demografická data. Dále jsem vyhodnotil dotazníky, na které mi odpověděli starostové obcí. Následovalo vyhodnocení dotazníků, které mi ukázalo, jak svou situaci vidí sami podnikatelé, které jsem oslovil. V další části, jsem zodpověděl úvodní hypotézy a vytvořil profil českokrumlovské části mikroregionu Pomalší. Velice důležitá část, která následovala, byla SWOT analýza, která odhalila současnou a snad i budoucí situaci mikroregionu. Avšak nejdůležitější částí mé bakalářské práce bylo navrhnout předpoklady rozvoje komerčních služeb v českokrumlovské části mikroregionu Pomalší.

3. Literární přehled

3.1 Obce a jejich rozvoj

V úvodu literární rešerše se budu zabývat převážně mikroregiony. Nejprve je třeba si definovat, co vůbec takový mikroregion je, jaký má potenciál, jak funguje, jaká je jeho úloha a jak je dotován. Cílem mikroregionu je taktéž zajištění vysoké kvality života v mikroregionu a zajištění kvalitního životního prostředí. O tomto faktu vypovídá Agenda 21.

3.1.1 Agenda 21

(www.ma21.cz, 2009) definuje Agendu 21 jako „Dokument OSN, který byl přijat na konferenci o životním prostředí v Rio de Janeiro roku 1992 (na tzv. "Summitu Země"). Je programem pro 21. století, ukazuje cestu k udržitelnému rozvoji na naší planetě. Je komplexním návodem globálních akcí, které mohou poznamenat nebo ovlivnit přechod na udržitelný rozvoj.“

3.1.2 Místní Agenda 21

Z Agendy 21 vychází Místní Agenda 21, která je definována podle Kašpara, Petrové (2006) tak, že se jedná o „Globální strategický a akční plán světového společenství, který stanovuje konkrétní kroky směrem k udržitelnému rozvoji. A právě tento dokument obsahuje základní vymezení toho, oč v Místní Agendě 21 jde především.“

Kapitola 28 Agendy 21 říká:

„Velké množství problémů a řešení obsažených v Agendě 21 má své kořeny na úrovni místních aktivit; participace a spolupráce místních úřadů bude proto faktorem určujícím úspěšnost realizace jejich cílů. Místní úřady vytvářejí, řídí a udržují ekonomickou, sociální a environmentální infrastrukturu, dohlížejí na plánování, formují místní politiku životního prostředí a předpisy a pomáhají při implementaci národní a subnárodní environmentální politiky. Protože jsou úrovní správy nejbližší lidem, sehrávají důležitou

roli ve výchově, mobilizaci i při reakci na podněty veřejnosti a napomáhají tak dosažení udržitelného rozvoje.“

3.1.3 Region

Skokan (2004) region obecně definuje jako „Oblast, část území s určitými vlastnostmi, vymezenou definovanými hranicemi. Region jako objekt regionální politiky, a tedy jako objekt řízení, vykazuje mimo jiné vlastnosti složitého systému.“ „Používání pojmu region není jednoznačné. Především může znamenat popis tří velmi odlišných druhů prostorových (územních) útvarů, a to jako území:

- subnárodní (část území jednoho státu – např. kraje),
- nadnárodní (seskupení států, jako např. Střední Amerika, Pobaltí),
- transnárodní (část území dvou nebo více států přesahující státní hranice, např. euroregiony)“

3.1.4 Mikroregion

Mikroregion podle Vlka a kol. (2004) „vzniká pro územně ucelenou oblast vymezenou přirozenými přírodními, technickými, historickými hranicemi nebo pojíciými prvky. V obecné formě se jedná o spádové území, které využívá principu soudržnosti, kde více obcí propojuje a provozuje své zájmy a záměry jednotlivých akcí a aktivit s cílem vymezení a realizování žádoucích změn ve všech obcích nebo části obcí takto vymezeného území.“

Mikroregion bývá podle Ryse (2006) obecně definován jako „Sdružení několika obcí za účelem dosažení společného cíle. Typickým rysem takového svazku je pak vznik z vlastní iniciativy, nikoliv příkazem nadřízeného orgánu nebo ze zákona. Mezi mikroregiony se v praxi často započítávají především svazky obcí podle zákona č. 128/2000 Sb., o obcích, ve znění pozdějších předpisů. Mikroregion je vymezen pomocí území zúčastněných obcí, či sdružení obcí. Jedná se tedy o region malého geografického měřítka. V praxi jde pak většinou o mikroregiony spíše účelové. Tyto jsou často vytvářeny za účelem získání společné podpory pro čerpání prostředků ze

státních fondů a z fondů EU. V obecné podobě se jedná o spádové území, určené přirozenými přírodními, technickými nebo historickými hranicemi nebo pojíciími prvky. Tato oblast využívá principu soudržnosti, kde více obcí propojuje a provazuje své zájmy a záměry jednotlivých akcí a aktivit s cílem vymezení a realizování žádoucích změn ve všech obcích nebo části obcí takto vymezeného území.“

3.1.5 Potenciál mikroregionu

Podle Bíny (2002) region disponuje různými druhy potenciálu. „Můžeme hovořit o potenciálu krajiny, o kulturním potenciálu, o lidském potenciálu, ekonomickém potenciálu a též o inovačním potenciálu. Přibližme si první dva zmiňované pojmy z pohledu jejich role v rekreačním rozvoji mikroregionu.“

Bína (2002) dále rozděluje potenciál mikroregionu na přírodní a kulturní. „Do přírodního subsystému zahrnujeme složky cestovního ruchu založené na aktivní turistice, rekreaci, poznávání přírody nebo takové, které přírodu využívají jako prostředí pro specializované sportovní činnosti.“

Mezi složky potenciálu cestovního ruchu zahrnuje:

- přírodní pozoruhodnosti
- vhodnost krajiny pro pěší a horskou turistiku
- vhodnost krajiny pro cykloturistiku
- vhodnost krajiny pro sjezdové zimní sporty
- vhodnost krajiny pro lyžařskou turistiku
- vhodnost krajiny pro rekreaci u vody
- vhodnost krajiny pro rekreaci typu lesy/hory
- vhodnost krajiny pro venkovskou turistiku
- vhodnost krajiny pro vodní turistiku
- vhodnost krajiny pro horolezectví

- vhodnost krajiny pro závěsné létání
- vhodnost krajiny pro sportovní myslivost
- vhodnost krajiny pro sportovní rybolov
- vhodnost krajiny pro pozorování vodních ptáků

Bína (2002) zahrnuje do kulturního potenciálu cestovního ruchu cesty za kulturním poznáním či za zábavnými i jinými akcemi. „Zvláštní postavení na hranici obou subsystémů zaujímá lázeňství. Protože v něm však převažuje lidská kultivační nadstavba nad přírodním základem (vývěry léčivých minerálních vod), řadíme s lázeňstvím spojenou složku cestovního ruchu do kulturního subsystému cestovního ruchu.“

Kulturní potenciál obsahuje následující složky:

- kulturně historické památky a soubory (i technické, vojenské aj. památky, stavby lidové architektury apod.)
- skanzeny a muzea
- kongresy a konference
- kulturní akce
- sportovní akce
- církevní akce
- veletrhy a tematické trhy
- místní produkty
- příhraniční specifika (možnost příhraničních nákupních a zábavních činností)

3.1.6 Úloha mikroregionů

Podle Vlka a kol. (2004) je úloha mikroregionů „Koncepční a výkonná činnost samosprávných orgánů obcí v oblasti místního rozvoje, jejich iniciační činnost v oblasti řešení mikroregionálních problémů a definování mikroregionálních programů a aktivit a jejich účast na realizaci regionálních programů. Pro identifikaci potřeb, určení směrů rozvoje, rozvojových aktivit a strategické rozhodování zpracovávají mikroregiony rozvojové strategie. Pro vypracování rozvojové strategie na úrovni mikroregionu (dále jen dokument) je nezbytná týmová práce odborníků z různých oborů s cílem využití jejich znalostí a zkušeností. Pro větší fundovanost je možné zapojit do procesu i odborné konzultanty. Je přitom vhodné vytvořit několik pracovních skupin, a to podle jednotlivých problémových řešených oblastí v mikroregionu. Při celém procesu formulování problémů je třeba nechat dostatečný prostor pro diskusi a výměnu názorů mezi zadavateli a adresáty zpracovávané strategie. Jsou nezbytná společná pracovní jednání a týmová spolupráce při zpracování problematiky. Dílčí materiály strategie by měly být vyhotovovány v pracovním znění a teprve po proběhlém připomínkování takto vypracovaného materiálu a jeho dopracování by měla být připravena definitivní verze.“

3.1.7 Dokument mikroregionu

V dokumentu by měly být podle Vlka a kol. (2004) řešeny zejména následující oblasti:

- hospodářství regionu – drobné, malé a střední podnikání (průmysl, stavebnictví, služby zemědělství atd.)
- zaměstnanost a trh práce
- doprava
- technická infrastruktura (elektroenergetika, plynárenství, teplárenství, dálkovody, telekomunikace, vodovody a kanalizace pro veřejnou potřebu, odpadové hospodářství, vodní hospodářství, ochrana před povodněmi).
- občanská vybavenost
- regionální marketing a podpora investování do regionu

- životní prostředí a přírodní zdroje
- sociální rozvoj, vzdělanost, kultura
- turistika a cestovní ruch
- vnější vztahy mikroregionu

Podle Vlka a kol. (2004) musí být zapojena do celého procesu pořízení dokumentu veřejnost. „K informování široké veřejnosti je vhodné využít jednání pracovních skupin, veřejná setkání, místní média – místní tisk, rozhlas, případně kabelovou televizi, Internet atd. Náměty a doporučení veřejnosti lze také získávat prostřednictvím anket, průzkumů apod. Pro posouzení analytické a návrhové části a návrhu dokumentu musí svoláno mimořádné zasedání Valné hromady a provedena veřejná prezentace. Přípomínky musí být shromážděny a předloženy pracovním skupinám před projednáváním uvedených výstupů na Valné hromadě a volených orgánech členských obcí mikroregionu.“

3.1.8 Obsah dokumentu

Vlk a kol. (2004) rozděluje obsah dokumentu na:

1) Úvod

Kapitola obsahuje úvod do problematiky, důvody ke zpracování strategie rozvoje mikroregionu (vznik mikroregionu, podmínka pro čerpání finančních prostředků, nutnost koncepčního řešení dalšího rozvoje území) a dobu platnosti dokumentu. Strategický dokument se zpracovává v dlouhodobém horizontu, tj., na období 8-12 let (časově to odpovídá 2-3 volebním obdobím obecních zastupitelstev). Návrh obsahu dokumentu části je sestaven na základě zkušeností získaných při posuzování dokumentů stejného zaměření.

2) Analytická část

Zpracování situační analýzy mikroregionu (profil mikroregionu) Situační analýza je podkladem a hlavním faktografickým materiálem pro všechny další kroky procesu zpracování strategie rozvoje regionu. Slouží jako hlavní podklad pro další kroky zpracování dokumentu, vytýčení problémových oblastí, cílů a strategických směrů. Fakta a poznatky získané při zpracování situační analýzy mikroregionu jsou východiskem a hlavním podkladem pro zpracování SWOT analýzy. Posuzování území mikroregionu by mělo být proto založeno na komplexním přístupu se zaměřením na jeho předcházející vývoj a současnou situaci.

Struktura situační analýzy mikroregionu:

Vlk a kol. (2004) strukturuje analytické informace charakterizující mikroregion do následujících kapitol:

- A) Základní geografická charakteristika mikroregionu a poloha (včetně stručné charakteristiky jednotlivých obcí)
- B) Historický vývoj mikroregionu
- C) Analýza složek a funkčních systémů mikroregionu
- D) Ekonomická situace mikroregionu
- E) Ekologická situace a ochrana životního prostředí ve správním území mikroregionu
- F) Závěry situační analýzy – stručné shrnutí všech poznatků analýzy

3.1.9 Evropský fond pro regionální rozvoj

Cílem Evropského fondu pro regionální rozvoj je podle (www.ec.europa.eu, 2009) posilovat hospodářskou a sociální soudržnost v rámci Evropské unie vyrovnáváním rozdílů mezi regiony. EFRR financuje:

- přímé podpory na investice do podniků (zejména MSP) s cílem vytvořit udržitelná pracovní místa;
- infrastruktury související zejména s výzkumem a inovacemi, telekomunikacemi, životním prostředím, energetikou a dopravou;
- finanční nástroje (fondy rizikového kapitálu, fondy místního rozvoje apod.) na podporu regionálního a místního rozvoje a spolupráce měst a regionů;
- opatření technické pomoci.

EFRR může poskytovat prostředky v rámci tří nových cílů regionální politiky:

- konvergence;
- regionální konkurenceschopnost a zaměstnanost;
- evropská územní spolupráce.

Konvergence

V regionech, které spadají pod cíl „konvergence“, se Evropský fond pro regionální rozvoj zaměřuje na modernizaci a diverzifikaci hospodářských struktur a na zachování a vytváření udržitelných pracovních míst. Opatření financovaná EFRR se týkají těchto oblastí:

- výzkum a technologický rozvoj;
- inovace a podnikání;
- informační společnost;
- životní prostředí;
- prevence rizik;
- cestovní ruch;
- kultura;

- doprava;
- energetika;
- vzdělávání;
- zdraví.

Regionální konkurenceschopnost a zaměstnanost

Priority týkající se cíle „regionální konkurenceschopnost a zaměstnanost“ lze rozdělit do tří skupin:

- inovace a znalostní ekonomika: posilování regionálních kapacit v oblasti výzkumu a technologického rozvoje, stimulace inovací a podnikání a podpora finančního inženýrství, zejména pro podniky spojené se znalostní ekonomikou;
- životní prostředí a prevence rizik: rehabilitace kontaminované půdy, stimulace energetické účinnosti, podpora čisté městské hromadné dopravy a vypracování plánů prevence a řízení přírodních a technologických rizik;
- přístup k službám obecného hospodářského zájmu v oblasti dopravy a telekomunikací.

Evropská územní spolupráce

Pokud jde o cíl „evropská územní spolupráce“ EFRR se soustředí na tyto tři oblasti:

- rozvoj přeshraničních hospodářských a sociálních činností;
- navazování a rozvoj mezinárodní spolupráce včetně dvoustranné spolupráce mezi přímořskými regiony;
- zvyšování účinnosti regionální politiky prostřednictvím meziregionální spolupráce, vytváření sítí a výměny zkušeností mezi regionálními a místními orgány.

3.1.10 Strategie regionálního rozvoje České republiky pro léta 2007 – 2013

Strategie regionálního rozvoje České republiky (dále jen "SRR ČR") se podle (www.mmr.cz, 2009) pořizuje jako základní dokument politiky regionálního rozvoje podle § 5 zákona č. 248/2000 Sb., o podpoře regionálního rozvoje. Prvním koncepčním materiálem na úseku regionální politiky byla Strategie regionálního rozvoje ČR přijatá vládou v roce 2000 usnesením č. 682 ze dne 12. července 2000 o Strategii regionálního rozvoje České republiky. Tato Strategie regionálního rozvoje vytvořila základní rámec pro formování regionální politiky České republiky komplementární s regionální politikou Evropské unie.

Cílem aktualizace SRR ČR je implikace nových nařízení EU v oblasti politiky hospodářské a sociální soudržnosti do strategie, priorit a opatření české regionální politiky. Dokument bude určovat orientaci politiky regionálního rozvoje České republiky v období let 2007–2013. Vychází ze "Strategie udržitelného rozvoje České republiky" a v ekonomické oblasti ze zpracovávané "Strategie hospodářského růstu". V oblasti politiky soudržnosti naváže SRR ČR na její základní programové dokumenty na národní úrovni "Národní rozvojový plán" a "Národní strategický referenční rámec". Zpracovatelem SRR ČR je Ministerstvo pro místní rozvoj, odbor regionálního rozvoje.

Cílem strategie je formulování témat a aspektů významných pro podporu regionálního rozvoje a zahrnutí regionální dimenze do těchto politik tam, kde je to účelné a potřebné. Strategie regionálního rozvoje tak představuje strategickou orientaci pro budoucí programy regionálního rozvoje na centrální i regionální úrovni.

Souběžně také probíhal dle schváleného harmonogramu proces posuzování vlivů Strategie regionálního rozvoje České republiky na životní prostředí dle zákona č. 100/2001 Sb. o posuzování vlivů na životní prostředí, ve znění zákona č. 93/2004 Sb.

3.1.11 Financování činností mikroregionu a MAS

Financování organizací podle (www.aplikace.mvcr.cz, 2008) probíhá z vlastních i cizích zdrojů. Co se týká vlastních, výzkum se soustředil hlavně na příspěvky, které mikroregiony a MAS vybírají od svých členů. Členské příspěvky jsou častěji využívány k financování mikroregiony než MAS, ale i tak je využívá více než osmdesát procent všech subjektů (a více než šedesát procent MAS). Pokud MAS vybírají členské příspěvky, jsou obvykle nižší než ty, které předepisují mikroregiony. To je dáno především rozdílným způsobem fungování obou typů organizací i trochu odlišným způsobem financování rozvojových záměrů. MAS mají oproti mikroregionům možnosti získávat finanční prostředky z různých programů častěji i na svůj provoz a fungování organizace.

Nejčastějším způsobem určování výše členských příspěvků je u mikroregionů počet obyvatel v členských obcích. MAS častěji využívají kombinaci počtu obyvatel obce a pevné částky dle druhu subjektu (například pět set korun pro fyzické osoby, jeden tisíc korun pro obec plus tři koruny na obyvatele). Nicméně členské příspěvky jsou jen malou částí celkových příjmů a výdajů u většiny subjektů (nedosahují či nepokrývají ani dvacet pět procent celkových příjmů či výdajů). Při sledování celkových příjmů a výdajů subjektů lze konstatovat, že většina realizovala v roce 2006 vyšší příjmy než výdaje (56:44 ve prospěch subjektů s vyššími příjmy než výdaji).

3.2 Služby

V této části se budu věnovat službám, jelikož celá má bakalářská práce o službách pojednává, je třeba si pár termínů definovat. Definice služby není jednotná a mnoho autorů publikací definuje termín „služba“ různě.

3.2.1 Definice služby

Službou podle Boučkové (2003) rozumíme „Aktivitu, nebo komplex aktivit, jejíž podstata je více, či méně nehmotná. Její poskytování se uskutečňuje ve vzájemném působení s poskytovatelem – s jeho zaměstnanci, stroji a zařízením. Účast příjemce služby při jejím poskytování je rozdílná. Služba může, ale nemusí vyžadovat přítomnost hmotného výrobku. Není provázána vznikem typických vlastnických vztahů (nedochází k převodu „hmotného“ vlastnictví). Základním úkolem poskytování služeb je uspokojení zákazníků. Vzhledem k nesmírné rozmanitosti služeb nemusí všechny činnosti považované obecně za služby přesně odpovídat danému vymezení. Výrazně odlišné jsou především užitky vytvořené službami na rozdíl od užitků, které poskytují hmotné výrobky.“

Na druhou stranu Kotler (2001) definuje službu jako „Jakoukoliv činnost nebo schopnost, kterou může jedna strana nabídnout druhé straně. Ve své podstatě je nehmotná a nevytváří žádné hmotné vlastnictví. Poskytování služby může (ale nemusí) být spojeno s hmotným produktem.“

Parmová (2004) tvrdí, že „Jednoznačnou definici pro tak heterogenní skupinu činností nelze nalézt, proto je zde uvedeno několik příkladů definic. Některé z nich se vztahují k ryzí oblasti služeb jako hlavní činnosti podnikání, některé definují oblast služeb zákazníkům, která je úzce provázána s výrobou:

- Poskytování nehmotných statků k uspokojování potřeb za úplatu.
- Činnosti, výhody nebo uspokojení nabízené nebo poskytované v souvislosti s prodejem zboží.

- Z hlediska výrobního podniku jsou služby doplňkem nabídky jeho výrobků a vytvářejí jeho konkurenční výhodu či jedinečnost jeho nabídky.“

3.2.2 Maloobchod

Pražská, Jindra a kol. (2002) definuje maloobchod jako „Podnik zahrnující nákup od velkoobchodu nebo od výrobce a jeho prodej bez dalšího zpracování konečnému spotřebiteli. Maloobchod vytváří vhodné seskupení zboží – prodejní sortiment co do druhu, množství, kvality, cenových poloh – vytváří pohotovou prodejní zásobu, poskytuje informace o zboží, zajišťuje vhodnou formu prodeje a předává marketingové informace dodavatelům.“

3.2.3 Cestovní ruch

Hrabánková, Hájek (2002) říkají, že „Pro definování této velmi důležité části služeb, která se neustále rozvíjí, můžeme použít například definici WTO: „Cestovní ruch zahrnuje činnosti osob cestujících vně jejich obvyklé prostředí. V těchto místech pobývají po dobu ne delší než jeden rok za účelem trávení volného času podnikání či jiných aktivit. Obvyklé prostředí osoby zahrnuje určitou oblast kolem jejího místa trvalého pobytu této osoby plus všechna jiná místa, která tato osoba často navštěvuje.“

3.2.4 CZ-NACE

Další možností klasifikace podle Parmové (2004), která je využívána pro statistické účely, je klasifikace ekonomických činností (CZ-NACE). „Tato klasifikace velmi přehledně a detailně specifikuje jednotlivé ekonomické činnosti a její celý přehled je přístupný např. na webových stránkách Českého statistického úřadu.“

3.3 Situační analýza

V poslední části literární rešerše je třeba se seznámit se situační analýzou, marketingem a strategickým partnerstvím mezi veřejnou sférou a podnikateli. V neposlední řadě bych chtěl zdůraznit, že role marketingu v obcích začíná hrát významnou roli.

3.3.1 Partnerství veřejného a soukromého sektoru

Podle (www.pppcentrum.cz, 2009) je PPP obecně užívanou zkratkou pro Partnerství veřejného a soukromého sektoru, převzatou z anglického termínu Public Private Partnerships. Je možné se setkat také s výrazem Private Finance Initiative (PFI). Tento pojem je používán ve Velké Británii a jedná se o podmnožinu z mnoha forem PPP.

PPP je obecný pojem pro spolupráci veřejného a soukromého sektoru vzniklé za účelem využití zdrojů a schopností soukromého sektoru při zajištění veřejné infrastruktury nebo veřejných služeb. Jednotlivé varianty PPP, jsou-li odborně a úspěšně aplikovány, zvyšují kvalitu i efektivnost veřejných služeb včetně výkonu státní správy a urychlují realizaci významných infrastrukturních projektů s pozitivním dopadem na rozvoj ekonomiky.

Typickými příklady realizace formou PPP jsou projekty v následujících oborech:

Dopravní infrastruktura – dálnice, tunely, mosty, rychlodráhy

Administrativní případně ubytovací kapacity – úřady, soudy, ubytovny, administrativní prostory, věznice

Zdravotnictví – nemocnice

Školství – univerzitní komplexy, studentské koleje, školy

Obrana – výzbroj, speciální infrastruktura

Utility – vodárenství

Principy PPP úspěšně naplňují projekty ve většině zemí OECD. Vzorem pro implementaci principů PPP je zejména praxe Velké Británie.

Podstatou úspěšného projektu PPP je předpoklad, že většího přínosu pro veřejný sektor (v poměru k jím vynaloženým prostředkům) může být dosaženo využitím schopností a zkušeností soukromého sektoru a rozdělením rizik mezi zúčastněné strany tak, že každá strana nese takové riziko, které dokáže nejlépe řídit.

Službou se v případě PPP myslí komplexní zajištění aktiva (např. dálnice, věznice apod.) včetně jeho provozování za předem smluvně sjednaných podmínek kvality a kvantity. Příjem dodavatele služby závisí přímo na míře plnění těchto podmínek.

PPP obvykle znamená sdílenou účast obou sektorů ve společnosti speciálně vytvořené pouze pro účely realizace projektu, která se řídí obchodním zákoníkem.

3.3.2 Marketing

Marketing lze tedy podle Boučkové (2003) pojímat jako „Soubor aktivit, jejichž cílem je předvídat, zjišťovat, stimulovat potřeby zákazníka. Na prioritu orientace na zákazníka a jeho potřeby je třeba klást zvláštní důraz.

- jde o integrovaný komplex činností, komplexní proces, nikoliv jen fragmentovaný soubor dílčích činností
- vychází z pochopení problémů zákazníků a nabízí řešení těchto problémů
- marketing jako proces začíná odhadem potřeb a utvářením představy o produktech, které by je mohly uspokojit, a končí jejich plným uspokojením
- spokojenost zákazníka se promítá do prodeje se ziskem, který je atributem úspěšného podnikání
- marketing je spojen se směnou“

Kotler (1998) tvrdí, že „Marketing je společenský a řídicí proces, kterým jednotlivci a skupiny získávají prostřednictvím tvorby, nabídky a směny produktů to, co potřebují a žádají. Definice je založena na základních kategoriích: potřeba, přání zákazníka, produkty, hodnota, náklady a uspokojení, směna a transakce, vztahy a sítě, trhy, prodejci a potenciální zákazníci.“

3.3.3 Marketingový výzkum

Marketingový výzkum podle Vojtko (2008) je funkce, která spojuje spotřebitele, zákazníky a veřejnost s firmami skrze informace – informace použité pro :

- identifikaci a určení marketingových příležitostí a problémů
- tvorbu, upřesnění a zhodnocení marketingových akcí
- monitorování marketingové výkonnosti
- lepšímu porozumění marketingu jako procesu

Marketingový výzkum specifikuje informace potřebné pro řešení těchto úkolů, navrhuje metody sběru informací, řídí a implementuje proces sběru dat, analyzuje výsledky a komunikuje poznatky a jejich důsledky.

Marketingový výzkum je také plánování, sběr a analýza dat relevantních pro marketingové rozhodování a komunikace výsledků těchto analýz managementu.

Dále Vojtko (2008) zahrnuje do marketingového výzkumu:

Sekundární data

Data , která byla již dříve shromážděna za jiným účelem, než je aktuální výzkum.

Primární data

Nově shromážděná data za účelem řešení aktuálního výzkumného problému.

Kvalitativní výzkum

Výzkum, jehož výsledky jsou získávány od malého vzorku a nejsou podrobovány kvantifikaci nebo kvantitativní analýze.

Kvantitativní výzkum

Výzkum, který využívá dostatečně velký vzorek a získaná data jsou plně kvantifikována a statisticky analyzována.

Dotazování

Typ kvantitativního výzkumu. Způsob zajišťování informací, která je charakterizován odpovídáním respondentů na otázky a zaznamenáváním těchto odpovědí.

3.3.4 SWOT analýza

Horáková (2003) tvrdí, že často používaným nástrojem pro zjištění interních silných a slabých stránek a externích příležitostí i hrozeb v managementu i marketingu je SWOT analýza. SWOT je zkratkou slov z angličtiny: Strengths (přednosti = silné stránky), Weaknesses (nedostatky = slabé stránky), Opportunities (příležitosti), Threats (hrozby). SWOT analýza tedy představuje kombinaci dvou analýz, S - W a O - T. Smysl této metody spočívá v klasifikaci a ohodnocení jednotlivých faktorů, které jsou rozděleny do 4 základních skupin (tj. faktory vyjadřující SILNÉ nebo SLABÉ vnitřní stránky organizace a faktory vyjadřující PŘÍLEŽITOSTI a NEBEZPEČÍ jako vlastnosti vnějšího prostředí).

Analýzou vzájemné interakce jednotlivých faktorů silných a slabých stránek na jedné straně vůči příležitostem a nebezpečím na straně druhé lze získat nové kvalitativní informace, které charakterizují a hodnotí úroveň jejich vzájemného střetu.

Horáková (2003) tvrdí, že analýza SWOT vychází z předpokladu, že organizace dosáhne strategického úspěchu maximalizací předností a příležitostí a minimalizací nedostatků a hrozeb.

Je relativně málo vnímáno nejen to, že silné stránky v jedné firmě mohou být slabými stránkami jiné firmy, ale také že silná stránka se může v dané firmě stát slabou stránkou v průběhu jejího vývoje (a samozřejmě i naopak, slabá stránka se může stát silnou stránkou).

Obdobné závěry platí i pro externí příležitosti a hrozby.

Mezi silné stránky organizace může patřit:

- kvalitní výrobky,
- tradice značky,
- vysoká úroveň výzkumu a vývoje,
- nízké výrobní náklady,
- dobrá finanční situace,

Mezi slabé stránky může patřit:

- příliš dlouhá doba potřebná pro výzkum a vývoj,
- konzervativní přístup k inovačnímu procesu,
- nekvalitní výrobky,
- zastaralé výrobní zařízení,
- omezené výrobní kapacity,
- vysoká zadluženost,
- absence motivace v systému odměňování,

Příležitosti a hrozby závisí především na:

- intenzitě konkurence v odvětví,
- složitosti či jednoduchosti vstupu na trhy,
- existenci a postavení substitutů na trzích,

Mezi hrozby může patřit:

- volný příchod zahraniční konkurence na domácí trhy,

- silné postavení klíčových konkurentů a zákazníků,
- slabé a zhoršující se konkurenční postavení podniku,
- neschopnost konkurovat na trzích,

3.3.5 Marketingová situační analýza

Podle Horákové (2003) se situační analýza rozděluje na:

- identifikaci a analýzu cílových segmentů a trhu obecně
- analýzu konkurence
- analýzu makroprostředí a mikroprostředí (viz dále)
- prognózy
- SWOT analýzu
- analýzu portfolia a prodejů

V rámci analýzy faktorů vnějšího prostředí se zjišťují ekonomické, demografické, sociální a kulturní, technické a technologické, politicko-legislativní a přírodní faktory (makroprostředí) a charakteristiky dodavatelů, distributorů, zákazníků, konkurence a veřejnosti zájmových skupin (mikroprostředí).

Oproti tomu Boučková (2003) uvádí, že:

Marketingová situační analýza je systematické a důkladné, kritické a nestranné zkoumání a posouzení:

- vnitřní situace podniku s důrazem na jeho marketingové činnosti,
- postavení podniku ve vnějším prostředí s důrazem na analýzu trhu a analýzu konkurence,

Analýza se provádí ve třech časových intervalech a zkoumá:

- minulý vývoj,
- současný stav,
- možný budoucí vývoj (odhad možného budoucího vývoje).

Marketingová situační analýza by měla být nedílnou součástí marketingové činnosti podniku, které je prováděna pravidelně a systematicky v požadované struktuře, a to nejméně jedenkrát za rok na počátku plánovacího cyklu. Je organickou součástí celkové podnikové analýzy, stejně jako analýzy ostatních podnikových činností.

4. Vlastní výzkum a jeho vyhodnocení

4.1 Vymezení vybraného mikroregionu

4.1.1 Vymezení mikroregionu Pomalší

Svazek měst a obcí regionu Pomalší je dobrovolnou nepolitickou organizací, která sdružuje města a obce, jejichž katastrální území leží v povodí řeky Malše na území okresů Český Krumlov a České Budějovice. Sdružení bylo zaregistrováno referátem vnitřních věcí Okresního úřadu České Budějovice dne 4. února 1993. Sídlem svazku je Obecní úřad Římov.

Do celého mikroregionu Pomalší patří tyto obce: Besednice, Bujanov, Doudleby, Heřmaň, Kaplice, Komařice, Ločnice, Mokřý Lom, Netřebice, Nová Ves, Omlenice, Plav, Roudné, Římov, Soběnov, Střítež, Střížov, Svatý Jan nad Malší, Velešín, Vidov.

4.1.2 Vymezení českokrumlovské části mikroregionu Pomalší

V mé bakalářské práci se budu věnovat pouze českokrumlovské části mikroregionu Pomalší, do které spadají tyto města: **Kaplice, Velešín**, městy: **Besednice** a obce: **Soběnov, Netřebice, Bujanov, Omlenice**.

Centrem této části mikroregionu je město Kaplice, kde žije cca 7 300 obyvatel. Toto město má výbornou strategickou polohu, jelikož leží na mezinárodní silnici E55, která spojuje jižní Čechy s Rakouskem. Nutno dodat, že samotné město leží cca 12 km od hranic s Rakouskem. Necelých 5 kilometrů od Kaplice se nachází železnice, která zde má také velice důležitou funkci, jak už v přepravě cestujících, tak v přepravě nákladů.

Českokrumlovská část mikroregionu Pomalší představuje rozlohu o velikosti 12 732 ha a počtem obyvatel okolo 14 000.

4.1.3 Účel založení svazku

Řešení dopadů na hospodaření obcí a jejich obyvatel v souvislosti s existencí vodárenského toku Malše.

4.1.4 Předmět a cíle činnosti sdružení

Předmětem a cílem činnosti sdružení je řešení dopadů na hospodaření obcí a jejich obyvatel v souvislosti s existencí vodárenského toku Malše a to v oblastech:

1. ochrany životního prostředí a ochrany přírody
 - likvidace a ukládání tuhých domovních odpadů,
 - zásobování vodou,
 - odvádění a čištění odpadních vod,
 - zemědělské prvovýroby, lesního hospodářství a ostatní podnikatelská činnost,
 - postupného přecházení na ekologicky čistá paliva (plynofikace, elektrifikace),
 - podpory cestovního ruchu v oblasti,
 - propagace regionu v médiích a na nosičích.
2. správy, údržby a provozování zřízení, sloužících k uspokojování potřeb občanů,
3. školství, sociální péče, zdravotnictví a kultury.

4.1.5 Sociodemografická a ekonomická struktura

Tabulka č.1 Sociodemografická a ekonomická struktura českokrumlovské části mikroregionu Pomalší

Obec	Celková rozloha v (ha) ¹	Počet obyvatel ¹	Počet podnikatelských subjektů ¹	Míra nezaměstnanosti v (%) ²
Kaplice	4 087	7 310	1 573	7,8
Velešín	1 323	4 039	790	6,1
Besednice	1 611	867	167	6,0
Soběnov	1 251	337	56	4,5
Bujanov	1 745	567	133	12,3
Omlenice	1 379	484	105	15,3
Netřebice	1 336	482	107	7,4

Zdroj: ¹veřejná databáze ČSÚ (stav k 31.12.2007)

²integrováný portál MPSV (stav: únor 2009)

Podrobné tabulky o obcích mikroregionu českokrumlovské části mikroregionu Pomalší viz: příloha č.3.

Českokrumlovská část mikroregionu Pomalší:

Celková rozloha: 12 732 ha

Počet obyvatel: 14 086 (stav k 31.12.2007)

Muži: 7 064

Ženy: 7 022

Počet podnikatelských subjektů celkem: 2 931 (stav k 31.12.2007)

Míra nezaměstnanosti: **8,49%** (stav: únor 2009)

Jihočeský kraj:

Míra nezaměstnanosti: **6,71%** (stav: únor 2009)

4.2 Řízený rozhovor se starosty obcí českokrumlovské části mikroregionu Pomalší

V rámci sběru dat byly prováděny řízené rozhovory se starosty jednotlivých obcí mikroregionu. Osobně prováděná schůzka se starostou byla jen v obci Soběnov, ostatní rozhovory byly zprostředkované pomocí e-mailu. Mé otázky byly zodpovězeny všemi sedmi starosty, takže lze jejich odpovědi stoprocentně srovnat a získat tak věrohodný výsledek.

Cílem těchto rozhovorů bylo zjistit v čem je přínosné zapojení obce do mikroregionu, jaký potenciál pro sebe obec vidí v oblasti cestovního ruchu, na jaké problémy narážejí místní podnikatelé, jak jsou na tom s nezaměstnaností a co chybí občanům dané obce v oblasti nabídky komerčních služeb.

Položené otázky:

1) Jak hodnotíte spolupráci v rámci mikroregionu Pomalší? Dalo by se něco zlepšit?

Z odpovědí na tuto otázku, jsem zjistil, že všichni dotázaní vidí spolupráci v rámci mikroregionu pozitivně a na dobré úrovni. Je vidět, že zapojení do mikroregionu vede k přínosu, a to hlavně z hlediska větší šance získávání dotací z fondů EU. Dva starostové mi odpověděli, že jsou sice členy mikroregionu Pomalší, avšak možnosti, které z členství plynou, zatím plně nevyužili. Co se týče zlepšení, bylo mi odpovězeno, že je vždy co zlepšovat. Ale dovolím si zde odcitovat pana starostu Velešína J.Klímu, který říká: „Zlepšení by mohlo být tehdy, pokud by byl profesionální pracovník pro koordinaci (poradce SMO Pomalší), spolupráce by mohla být v oblasti odpadového hospodářství, zásobování el. energií apod.“

2) Myslíte si, že se ve vaší obci nacházejí všechny potřebné služby pro občany? Nebo některé chybějí?

Na tuto otázku mi odpověděl starosta Besednic, že občané jsou spokojeni a další služby nevyžadují. V ostatních městech a obcích byly odpovědi víceméně stejné, a to, že některé služby určitě chybějí. Například v Kaplici chybějí restaurační a obchodní služby. Ve Velešíně zas např.: konkurence v lékárnictví, opravná obuví atd. V ostatních obcích chybějí potřebné služby pro občany a to např.: kulturní zázemí, kvalitní dopravní obslužnost, mateřské školky, zdravotnická zařízení atd. Je to dáno velikostí obcí. Z toho vyplývá, že roste dojíždění občanů těchto menších obcí za těmito službami do Kaplice, Českých Budějovic nebo Českého Krumlova.

3) Jaký potenciál pro sebe vidíte v oblasti cestovního ruchu?

Většina starostů vidí v oblasti cestovního ruchu veliký potenciál. Např. starosta Kaplice pan Ferdinand Jiskra říká, že je to hlavně kvůli výhodné pozici: „Vzhledem k propojovacímu článku mezi Novohradskem a Lipenskem tak solidní i pro blízkost Blanského lesa, Slepíčních hor a v neposlední řadě i sousedního Rakouska.“ K tomuto názoru se přiklání i starosta Netřebic pan Jiří Opekar, který ještě doplňuje o výrazné zlepšení situace po vybudování obchvatu obce a rychlostní komunikace R3. V ostatních

obcích je pohled na cestovní ruch různý. Jedné obci chybí ubytovací kapacity, v druhé není dostatečně rozvinut, aby z cestovního ruchu plynuly nějaké finanční prostředky pro obec či podnikatele. Starosta Omlenic pan Karel Holub dokonce na tuto otázku odpověděl: „Cestovní ruch nás nespasí (chybí velehory, moře, památky... atd.).“

4) Co obci chybí, aby mohla cestovní ruch rozvíjet?

Většina dotazovaných starostů odpověděla, že chybí ubytovací kapacity na úrovni, a to hlavně v Kaplici a Velešíně. Dále pak stále expozice, výstavní prostory, koupaliště, kvalitní restaurace. Starosta Soběnova pan J.Čurda odpověděl: „Naším katastrálním územím pouze turisté projíždějí po turistických trasách a cyklostezkách. Nejsou zde atraktivní, kulturní ani přírodní objekty.“ Když to srovnám s odpovědí starosty Bujanova pana Bořivoje Vojče, získávám úplný opak, co se týče památek či zajímavých objektů, avšak chybí kvalitnější zázemí: „Nabídka kvalitnějšího zázemí pro možnosti vyššího využití historických a technických zajímavostí a přírodní hodnoty území (koněspřežní železnice, hrad Louzek, bývalé mlýny a hamry na řece Malši, drobná sakrální architektura v krajině, krajina bez větší průmyslové aglomerace apod.).“ Je tedy jasné, že je třeba v oblasti cestovního ruchu v této lokalitě přidat.

5) Jak byste zhodnotil nezaměstnanost ve Vaší obci?

Většina obyvatel z menších obcí, za prací dojíždí, a to především do Kaplice či Velešína. Od toho se hodně odvíjí výpovědi starostů těchto měst. V Kaplici se nezaměstnanost pohybuje pod státním průměrem a ve Velešíně odpovídá ekonomickým možnostem a trendům. Také v obci Netřebice, která se nachází na půli cesty mezi Kaplicí a Velešínem, vládne podprůměrná nezaměstnanost. Naopak starostové obou si celkem vzdáleností blízkých obcí Bujanova a Omlenic odpověděli, že nezaměstnanost je zde poměrně vysoká a v Bujanově dokonce i dlouhodobě. Zajímavý mi přišel výrok pana starosty Besednic pana Petra Trajera: „Máme cca 25 občanů nezaměstnaných, ale bohužel nevíme o koho jde, a tito nezaměstnaní nepřijdou žádat o práci. Práce by se našlo dost, ale nemůžeme nikoho nutit.“ Musím tedy konstatovat, že výše procenta nezaměstnanosti se odráží na velikosti obce či města. Např. 20 nezaměstnaných ve městě se 7000 obyvateli nějak výrazně nezacloumá s výší nezaměstnaností, jako např. stejný počet nezaměstnaných v obci se 300 obyvateli.

6) Podporuje Vaše obec podnikání? Jakým způsobem?

Šest starostů odpovědělo na tuto otázku podobně. Snaží se o vytváření podmínek pro realizaci rozšiřování výstavby firem, přípravy průmyslové zóny, osobní pomoc při zpracování podnikatelských záměrů, pronájem nemovitostí drobným podnikatelům, nezatěžují drobné podnikatele místními poplatky. Je tedy zřejmé, že se všichni dotázaní shodují a snaží se vyjít vstříc, jelikož příliv investorů láká. Jen Jiří Opekar, starosta Netřebic, odpověděl: „S podporou podnikání nemá naše obec zkušenosti.“

7) Na jaké problémy narážejí místní podnikatelé?

Na tuto otázku jsem získal mnoho různorodých odpovědí, což mě velice potěšilo. Starosta Kaplice a Soběnova žádné zásadní potíže neregistrují. V Besednici se snaží vyjít podnikatelům vstříc, avšak narážejí zde na nedostačující prostory k pronájmu, které jsou velmi omezené. V obci Netřebice je situace taková, že chybí kvalitní pracovní síla a převažuje migrace zaměstnaných do větších měst. V Bujanově narážejí podnikatelé na složitost a četnost zákonů. V sousední obci Omlenice starosta Karel Holub říká: „Nestěžují si, zřejmě problémy neexistují a pokud problémy mají s bernákem, živnostenským úřadem, mezi sebou...tak to obec za ně nevyřeší.“ Na závěr jsem si nechal výrok starosty Velešína pana J.Klímy, který se mi zdá velice zajímavý: „Nezájem o některé služby i obchod, závist živnostníkům výdělek = raději pojedou nakoupit nebo se např. ostříhat jinde.“

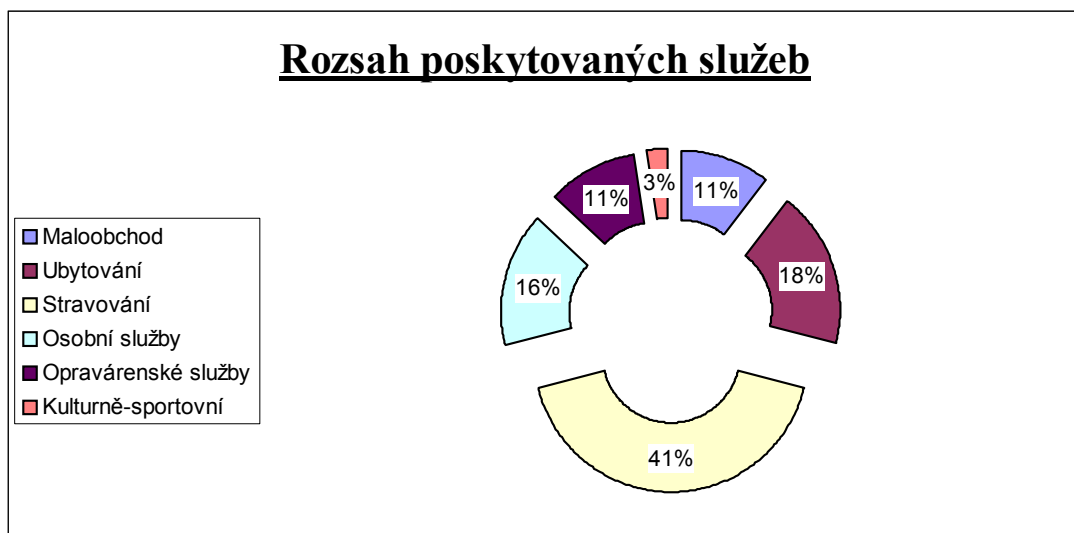
8) Pomáhá Vám mikroregion řešit tyto problémy?

Ve většině případů se starostové shodli, že to není parketa regionu tohoto typu, a že v SMO Pomalší tyto problémy neřešili. Starosta pan Jiří Opekar odpověděl, že „Mikroregion pomáhá zejména v oblasti řešení podpory cestovního ruchu.“ Starosta Velešína, pan J.Klíma, odpověděl, že „Teoreticky – ve strategickém plánu rozvoje Pomalší odkazy – možnost získat podporu pro dotace.“

4.3 Analýza dotazníků u podnikatelských subjektů

V letních měsících roku 2008 jsem prováděl v českokrumlovské části mikroregionu Pomalší dotazníkové šetření mezi podnikateli provozující komerční služby. Oslovil jsem 33 subjektů poskytující komerční služby. Respondenti vyplňovali dotazník, který obsahoval 21 otázek. Cílem dotazníku pro podnikatele bylo provést výzkum o jejich stavu, kapacitách a konkurenceschopnosti. Výsledky získané dotazníkem jsem zpracoval a některé znázornil pomocí grafů.

1) Jaké služby svým zákazníkům poskytujete?



Zdroj: Dotazníkové šetření 2008

Z grafu je patrné, že největší zastoupení mají mezi oslovenými podnikatelskými subjekty stravovací služby, které zaujímají 41 %. Další v pořadí zaujímají ubytovací služby s 18 % a služby osobní s 16 %. Osobní služby jsou zastoupeny hlavně v Kaplici, kde se nachází velké množství kadeřnictví. Jeden podnikatelský subjekt zde provozuje masáže. Další zastoupení služeb v této lokalitě zastávají po 11 % služby maloobchodní a opravářské. Jeden podnikatelský subjekt nabízí služby kulturně-sportovní, a to provozem rekreačního zařízení.

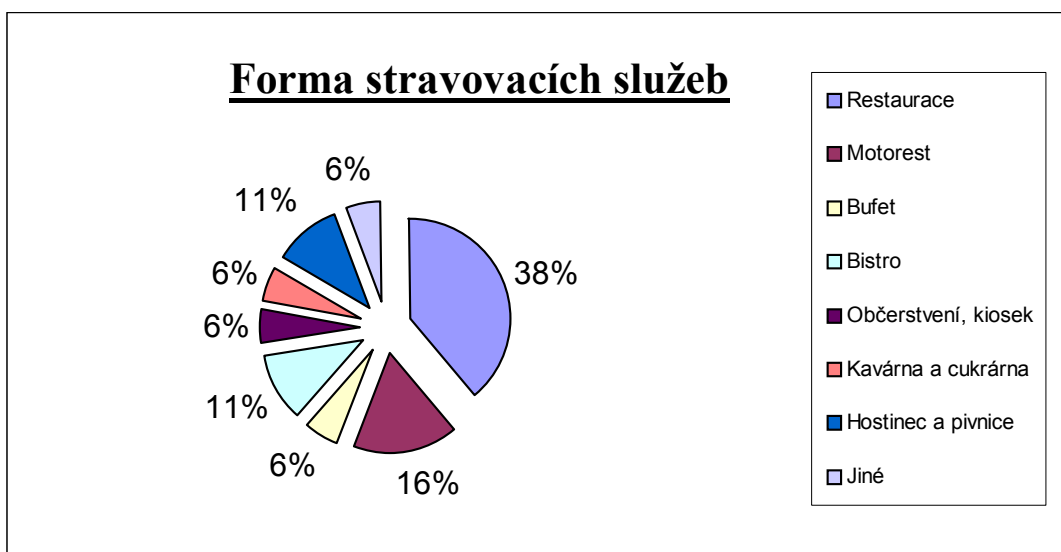
2) Jaký typ ubytování nabízíte?

Zdejší oslovení podnikatelé v oblasti ubytovacích služeb se soustředí především na formu ubytování prostřednictvím penzionu a to se 49 %. Druhé místo zaujímá jiná forma ubytování (např. hájenka, hostinec s ubytováním, nebo již dříve zmíněné rekreační zařízení) se 38 %. Zbylých 13 % připadá na ubytování v hotelu.

3) Kolik lůžek/míst nabízíte?

Na tuto otázku odpovídali pouze podnikatelé, poskytující ubytovací služby. Nejvíce lůžek může nabídnout hotel ve městě Kaplice, který má kapacitu 46 lůžek. Následují ubytovací služby prostřednictvím Penzionů, které mohou dohromady nabídnout 35 lůžek. Dále jsem v průzkumu zjistil, že zde existuje i jiná forma ubytovacích služeb, která dohromady nabízí 46 lůžek, a je to především rekreační zařízení, hájenka nebo hostinec s ubytováním.

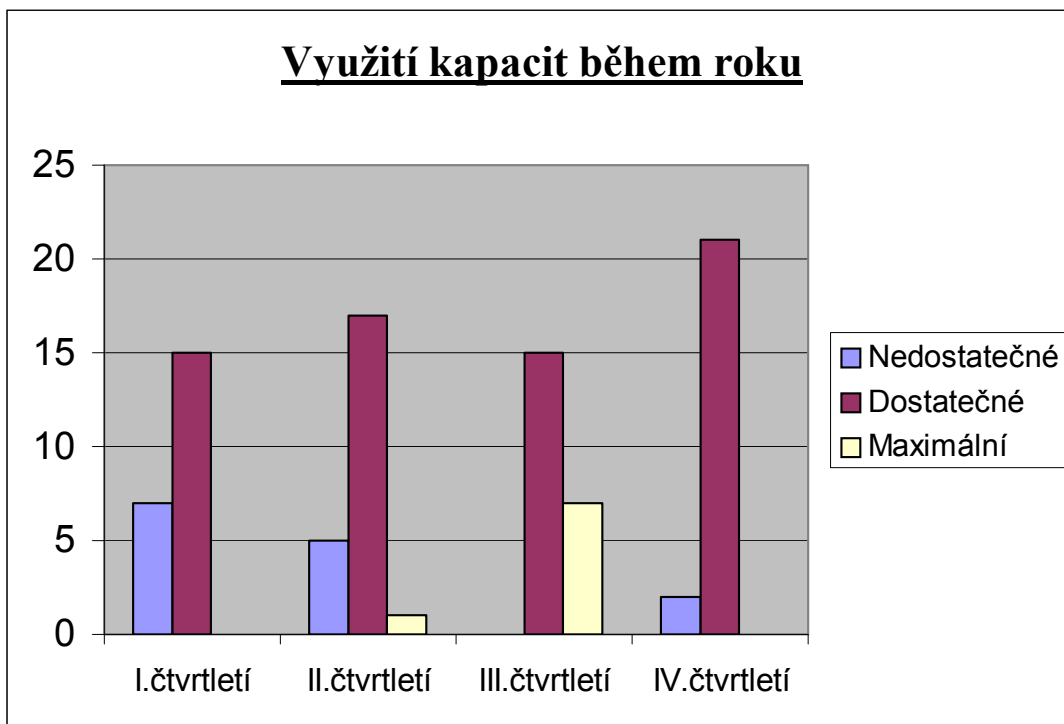
4) Jakou formu stravování nabízíte?



Zdroj: Dotazníkové šetření 2008

Z grafu je patrné, že mezi respondenty v této lokalitě převládá forma nabízených stravovacích služeb pomocí restaurace a to z 38 %. Na druhém místě se 16 % motorest, dále pak s 11 % hostinec, pivnice a bistro. Nachází se zde i jiná forma stravovacích služeb. Jeden podnikatelský subjekt zde provozuje závodní stravování.

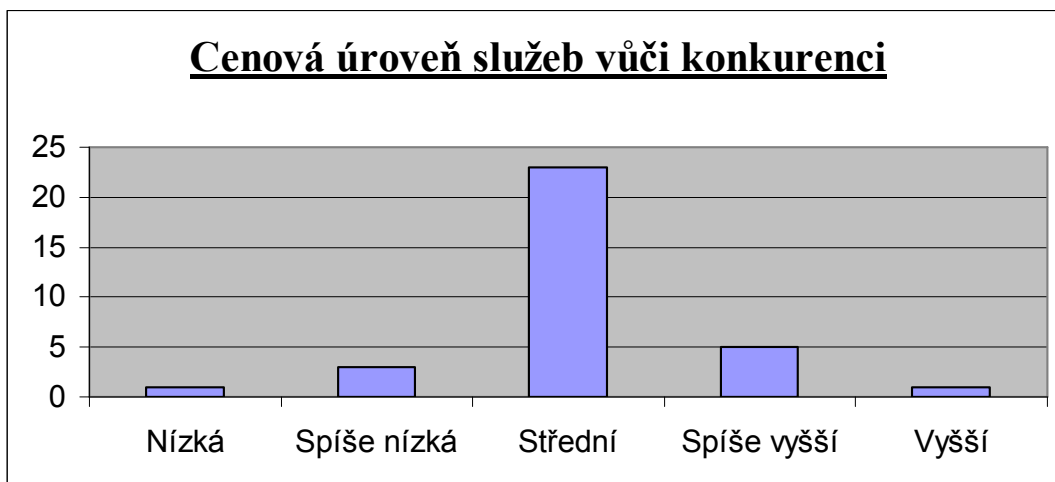
5) Jak byste ohodnotili celkové využití svých kapacit během jednotlivých čtvrtletí?



Zdroj: Dotazníkové šetření 2008

Jak lze vidět z grafu, tak většina dotazovaných uvedla, že jsou jejich kapacity využity dostatečně. Mají na tom zásluhu především podnikatelské subjekty, které nabízejí stravovací služby. Dále také subjekty, které nabízejí služby ubytovací. Již dříve jsem zmiňoval výpověď starosty Kaplice, že jim chybí právě ubytovací kapacity. Jelikož je tato lokalita v příhraniční části s Rakouskem, je tedy jasné, že tudy projíždí, či přenocovávají turisté jak tuzemští, tak zahraniční. Ve třetím čtvrtletí dochází u některých podnikatelských subjektů k maximalizaci svých kapacit. Tento nárůst vyvolává příchod letní sezóny.

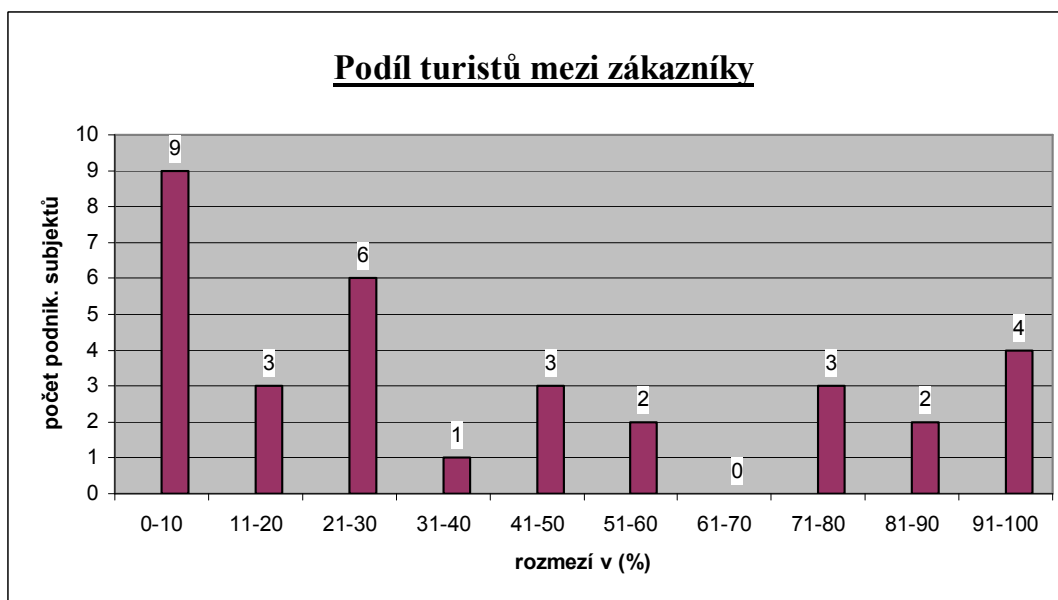
6) Jak byste ohodnotili cenovou úroveň vašich služeb ve srovnání s konkurencí?



Zdroj: Dotazníkové šetření 2008

Většina dotazovaných subjektů uvedla, že jejich cenová úroveň je na střední úrovni vůči konkurenci. 5 Respondentů odpovědělo, že jejich ceny jsou o něco vyšší, než je průměr a jeden subjekt má ceny vyšší, jelikož se spíše orientuje na zahraniční klientelu. Zbylé subjekty s nižšími cenami (např.: pohostinství), se nacházejí spíše na menších obcích.

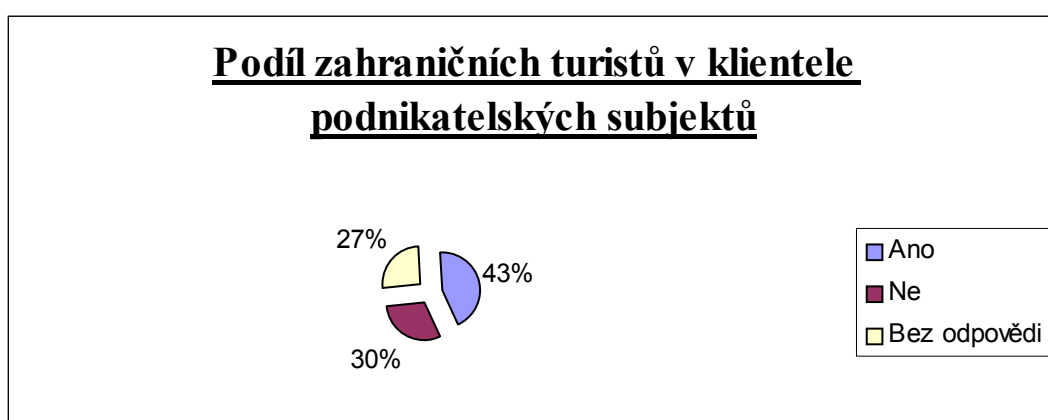
7) Jaký je podíl turistů mezi vašimi zákazníky?



Zdroj: Dotazníkové šetření 2008

Odpověď na tuto otázku není vůbec jednoduchá. Z odpovědí respondentů, jsem zjistil, že se zde nacházejí subjekty, které mají podíl turistů od 0 – 100 %. Jsou zde, mezi oslovenými, podnikatelské subjekty zaměřující se výhradně na turisty a dále pak subjekty, které navštěvují pouze místní lidé a občas nějaký turista. Výsledky jsem znázornil pomocí grafu, kde je patrné, že mezi respondenty převažují podnikatelské subjekty, které navštěvuje 0-10 % turistů. Na druhém místě jsou podnikatelské subjekty s 31-40 % návštěvností turistů a na třetím místě podnikatelské subjekty s 91-100 % návštěvností turistů.

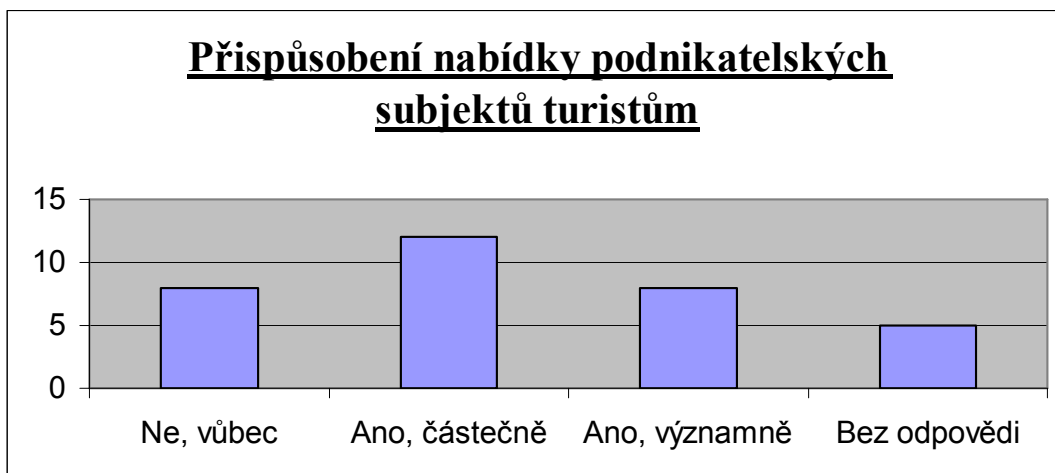
8) Je mezi nimi významný podíl turistů ze zahraničí?



Zdroj: Dotazníkové šetření 2008

Z grafu je patrné, že zahraniční turisté zaujímají 43 % v klientele oslovených podnikatelských subjektů, které zahraniční turisté navštěvují. Myslím, že je to velmi dobře, jak už z ekonomického hlediska, tak i z hlediska integračního. Jak už jsem zmínil dříve, nacházíme se v lokalitě u hranic s Rakouskem, a proto tento region navštěvuje velké množství zahraničních turistů. Velké procento v nabízených službách pro zahraniční turisty zastávají služby stravovací, ubytovací, avšak i služby osobní (např.: kadeřnictví).

9) Přizpůsobujete svou nabídku turistům?



Zdroj: Dotazníkové šetření 2008

Turisté tvoří vysoké procento v klientele podnikatelských subjektů v této lokalitě, a proto je zcela jasné, že nabídka podnikatelských subjektů bude ať už částečně či významně směřována právě na turisty. 12 respondentů mi odpovědělo, že přizpůsobují svou nabídku částečně, 8 významně a 8 svou nabídku služeb turistům nepřizpůsobují. V 5 případech jsem odpověď nedostal.

10) Co podle vás nejvíce láká turisty do vaší oblasti?

Z celkových 33 respondentů, mi odpovědělo 23, že turisty do této oblasti láká podle jejich názoru příroda. V 5 případech jsou to památky. Podle dvou respondentů jsou lákadlem kulturní akce či sportovní vyžití a ostatní tvrdí, že lákadlem je něco jiného (např.: „škola v přírodě“, nebo „nádech venkova“).

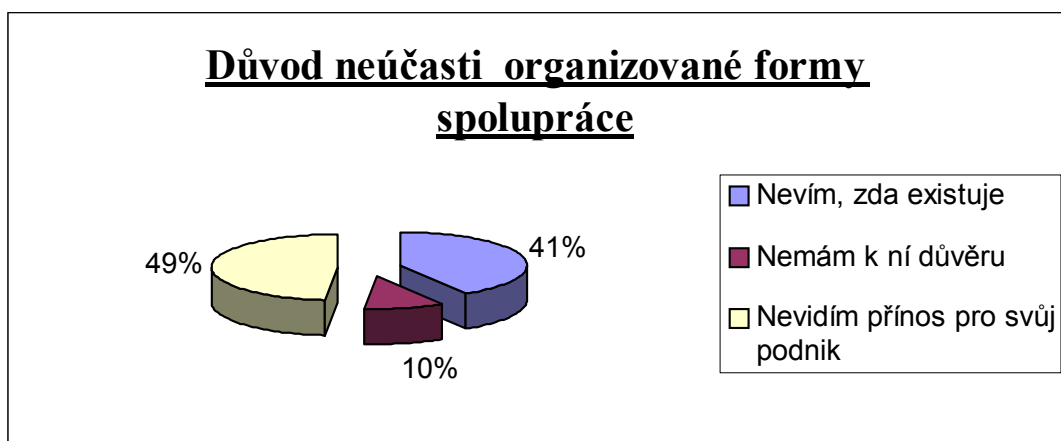
11) Měl by podle vašeho názoru někdo podporovat další příliv turistů do vaší oblasti?

Drtivá většina dotazovaných mi odpověděla na tuto otázku, že podle jejich názoru by měli hlavně podnikatelé podporovat další příliv turistů do téhle oblasti. A to celkem 23 respondentů. Pět dotazovaných si myslí, že by příliv turistů měly podporovat obce a kraj a dokonce jeden respondent se k této otázce vyjádřil záporně. Zbylých pět respondentů se k této otázce nevyjádřilo.

12) Jste zapojeni do nějaké organizované formy spolupráce, např. destinačního managementu, nákupní aliance, přípravy společných marketingových balíčků apod.?

Zjistil jsem, že 31 dotazovaných podnikatelských subjektů není zapojeno do žádné organizované formy spolupráce. Pouze dva respondenti odpověděli, že ano. Jeden subjekt je součástí obchodního řetězce a druhý subjekt je součástí řetězce potravinářského. Vyplývá z toho tedy, že v této lokalitě víceméně žádné organizované formy spolupráce neexistují.

13) Jaký je důvod, že se žádné organizované formy spolupráce neúčastníte?



Zdroj: Dotazníkové šetření 2008

Podíváme-li se na graf, je jasné, že 49 % dotazovaných podnikatelských subjektů nevidí v zapojení se do nějaké organizované formy spolupráce přínos pro svůj podnik. Dalších 41 % neví zda nějaká organizovaná forma spolupráce existuje, což svědčí o špatné informovanosti podnikatelů. Deset procent nemá k organizované spolupráci důvěru.

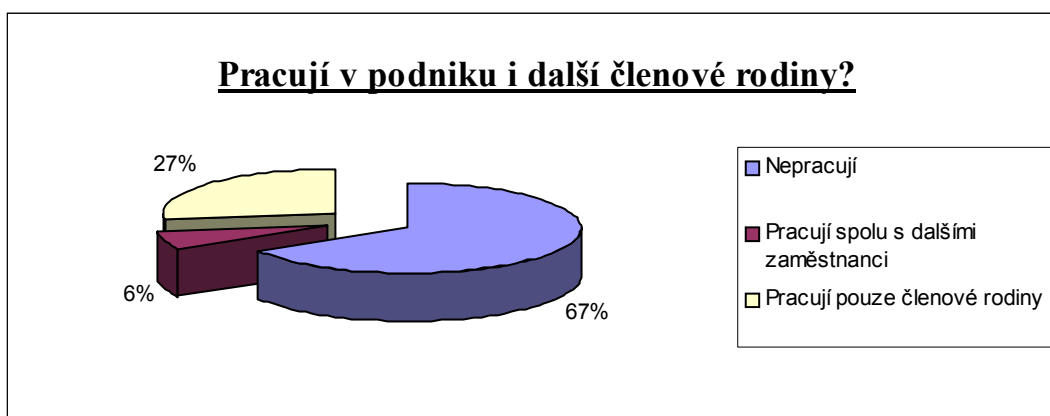
14) Jak hodnotíte přínosy uvedených forem spolupráce?

Na tuto otázku odpověděli pouze dva respondenti, kteří jsou členy nějaké organizované formy spolupráce. Jeden subjekt hodnotil tuto spolupráci pozitivně a druhý velmi pozitivně. Lze tedy říci, že zapojení se do nějaké organizované formy spolupráce může být výhodou.

15) Podnikáte pouze v rámci tohoto mikroregionu?

Celkem 31 respondentů uvedlo, že mají sídlo v tomto mikroregionu a zde také podnikají. Lze tedy říci, že vlastníky většiny oslovených podnikatelských subjektů jsou místní občané. Pouze dva dotazovaní uvedli, že podnikají v tomto mikroregionu, avšak sídlo mají jinde.

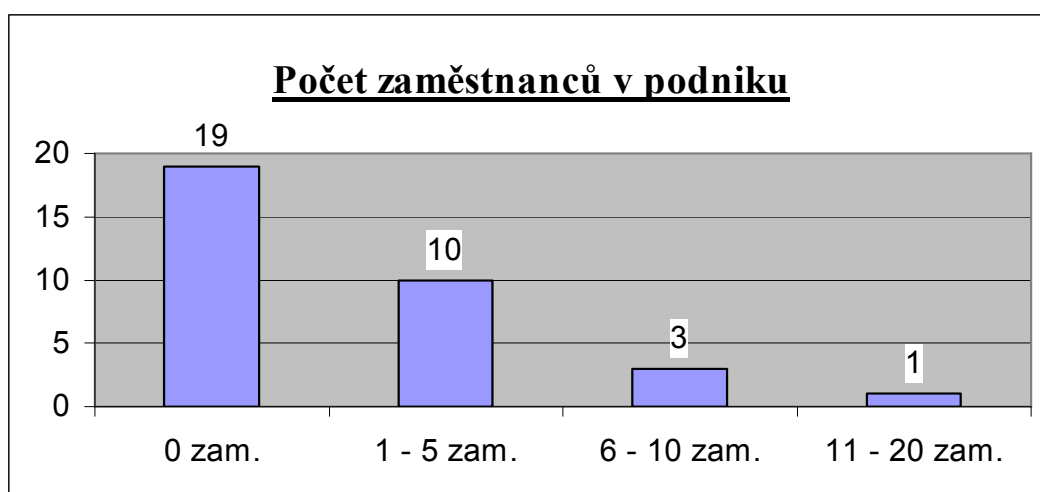
16) Pracují ve vašem podniku i další členové vaší rodiny?



Zdroj: Dotazníkové šetření 2008

67 % respondentů uvedlo, že v podniku další členové rodiny nepracují. 27 % podnikatelských subjektů tvoří rodinné firmy, kde pracují pouze členové rodiny. Zbýlých 6 % připadá na podniky, kde pracují jak členové rodiny, tak další zaměstnanci.

17) Kolik máte zaměstnanců?



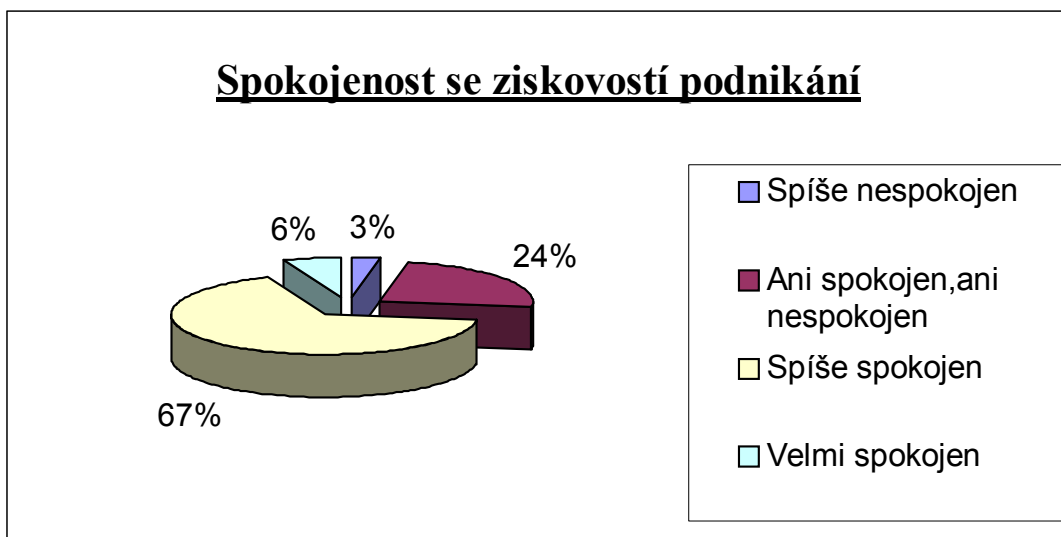
Zdroj: Dotazníkové šetření 2008

V devatenácti případech se ukázalo, že mezi oslovenými podnikatelskými subjekty jsou víceméně menší podniky, bez dalších zaměstnanců. Deset respondentů uvedlo, že mají 1 – 5 zaměstnanců a tři dotazovaní uvedli 6 – 10 zaměstnanců. Více jak 10 zaměstnanců uvedl jeden respondent a více jak 20 zaměstnanců se v mém průzkumu neobjevilo.

18) Jaká je platová úroveň vašich zaměstnanců oproti běžným platům?

Na tuto otázku mi odpovědělo 14 respondentů, kteří mají nějaké zaměstnance ve svém podniku. Deset z nich uvedlo, že platová úroveň jejich zaměstnanců je obdobná jako běžné platy. Čtyři dotazovaní odpověděli, že si myslí, že platová úroveň jejich zaměstnanců je vyšší než průměr.

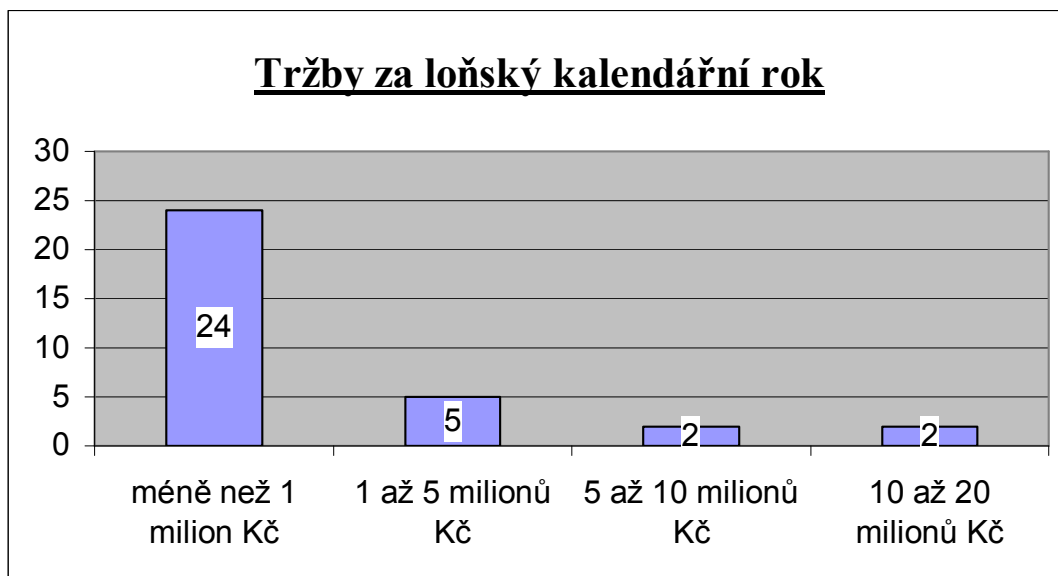
19) Jak jste spokojeni se ziskovostí svého podniku?



Zdroj: Dotazníkové šetření 2008

Je velmi dobré, že oslovené podnikatelské subjekty v tomto regionu jsou z 67 % spokojeni se ziskovostí svého podnikání. Zlatý střed vyjádřilo 24 % dotazovaných a 6 % je velmi spokojeno. Na druhou stranu jen pouhé 3 % dotazovaných jsou spíše nespokojeni se ziskovostí svého podnikání. Možnost velmi nespokojen ne zvolil nikdo z dotazovaných.

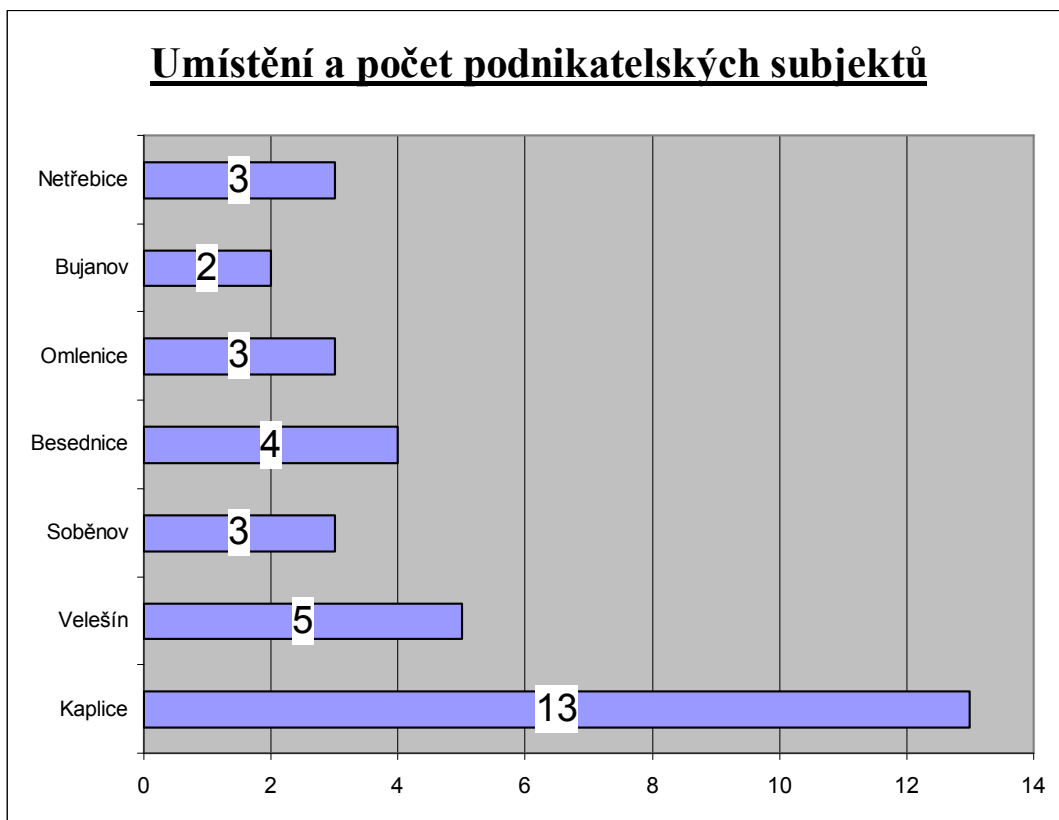
20) Vaše tržby za loňský hospodářský rok byly přibližně:



Zdroj: Dotazníkové šetření 2008

Z grafu je jasné, že mezi respondenty v této lokalitě převládají menší podnikatelské subjekty, které mají tržby pod jeden milion korun. Celkem tedy 24 podnikatelských subjektů. Pět subjektů má tržby v rozmezí jednoho až pěti milionu korun. Podniky s tržbami vyššími než je pět milionů korun se zde nacházejí dva. Taktéž i dva podniky, které mají tržby přes deset milionu korun. Do nabídky více jak dvacet milionů korun se nezařadil žádný podnikatelský subjekt.

21) Umístění provozovny (obec)



Zdroj: Dotazníkové šetření 2008

Nejvíce podnikatelských subjektů jsem oslovil v Kaplici, které je také zároveň největším městem celého mikroregionu. Zde jsem oslovil 13 podniků. Na druhém místě je Velešín, který rozlohou následuje po Kaplici. Zde jsem oslovil 5 podnikatelských subjektů. Dále následují Besednice, kde jsem se dotazoval ve 4 podnicích. V obcích Netřebice, Soběnov a Omlenice jsem se dotazoval 3 podnikatelských subjektů a na závěr obec Bujanov, kde jsem oslovil 2 podnikatelské subjekty.

4.4 Vlastní pozorování v mikroregionu

Podle mého pozorování mohu říci, že ve sledované oblasti českokrumlovské části mikroregionu Pomalší se nacházejí většinou všechny potřebné služby pro občany dané lokality. V této oblasti se pohybuji od svých mladých let, jelikož moji rodičové v obci Soběnov stavěli dům. V dnešní době, jsou již druhým rokem občany této obce, takže je velmi často navštěvuji a samozřejmě navštěvuji i další obce či města v okolí. Mohu tedy říci, že z mého několikaletého pozorování vývoj služeb v této lokalitě neustále roste. Myslím, že největším hnacím motorem této oblasti je město Kaplice, kde se nacházejí podle mě všechny potřebné služby pro občany. Pokud nějaká služba chybí, většina občanů navštěvuje okolní města jako Český Krumlov nebo České Budějovice. Podnikatelské subjekty v této lokalitě jsou především menší podniky, které nemají velké zisky, avšak uživí se a víceméně říkají, že jsou spokojeni se svojí podnikatelskou činností a ziskovostí. Oblast leží v příhraniční oblasti, kde je velmi navštěvována turisty jak už tuzemskými, tak zahraničními. Láká je sem hlavně pěkná příroda a památky.

4.5 Zodpovězení hypotéz

1) Nezaměstnanost v českokrumlovské části mikroregionu Pomalší je nižší oproti Jihočeskému kraji.

Tato hypotéza se nepotvrdila, jelikož podle zjištění je míra nezaměstnanosti v českokrumlovské části mikroregionu Pomalší 8,49%. To je o 1,78% více, než míra nezaměstnanosti v jihočeském kraji, kde představuje 6,71%. Tyto údaje jsou za období únor 2009.

2) V obcích českokrumlovské části mikroregionu Pomalší jsou dostupné všechny nezbytné služby.

Ze získaných údajů lze obecně říci, že se tato hypotéza také neprokázala, jelikož ve většině obcí jsou k dispozici pouze základní služby pro občany. Všechny nezbytné služby jsou k dispozici ve městě Kaplice, které leží nedaleko od všech obcí mikroregionu. Lze tedy říci, že občané musejí za nezbytnými službami dojíždět právě do tohoto města.

3) V daném mikroregionu poskytovatelé komerčních služeb nevidí v zapojení se do nějaké organizované formy spolupráce přínos pro svůj podnik.

Tato hypotéza se prokázala. Při průzkumu mezi podnikatelskými subjekty jsem došel k závěru, že drtivá většina dotazovaných nevidí v zapojení se do nějaké organizované formy spolupráce přínos pro svůj podnik, nebo neví, že nějaká organizovaná forma spolupráce existuje. Další častou odpovědí respondentů byla i nedůvěra k této spolupráci.

4) Patří firmy z českokrumlovské části mikroregionu Pomalší převážně místním, nebo jsou vlastněny odjinud?

Tato hypotéza se prokázala. Z mého dotazníkového šetření jsem došel k závěru, že firmy z českokrumlovské části mikroregionu Pomalší patří výhradně do vlastnictví místních občanů. Oslovil jsem 33 podnikatelských subjektů, z nichž 31 podnikatelských subjektů má své sídlo a podniká na území tohoto regionu.

4.6 Profil mikroregionu vzhledem k dané oblasti komerčních služeb

4.6.1 Nabídka služeb

V českokrumlovské části mikroregionu Pomalší je nabídka služeb celkem uspokojivá. Velkou váhu na této uspokojivé situaci má město Kaplice, které je zároveň největším městem mikroregionu. Proto se tedy velká koncentrace služeb nachází právě v tomto městě. Nacházejí se zde maloobchodní služby, které jsou zde zastoupeny několika samoobsluhami (např.: Jednota) až po větší supermarkety (jako je např.: Terno, Albet či Penny Market). Když přejdu k nabídce služeb v oblasti stravování a ubytování, můžu konstatovat, že je zde zastoupeno několik restaurací, které nabízejí teplá jídla po celý den, až po pohostinství, kde jsou nabízeny jen pokrmy ze studené kuchyně. Zaměřím-li se na ubytovací služby, tak se zde nachází hotel, který může pojmout až 46 hostů a dále pak několik podnikatelů, kteří nabízejí ubytovací služby formou penzionů.

Oprávené služby jsou zde také zastoupeny, jak už opravny automobilů, výpočetní techniky, elektroniky, tak i například opravna kol. Nachází se zde i zámečnictví s výrobou klíčů. Co se týče osobních služeb, tak v Kaplici můžeme navštívit i několik kadeřnictví a je zde i podnikatelský subjekt, který provozuje masáže. Vyznavači zdravého životního stylu mohou zde navštívit Fitness s posilovnou anebo si zahrát Squash. Velkou výhodou je zde poliklinika, kde je zastoupena většina lékařských služeb pro občany. Horší situace je v okolních obcích, kde se nacházejí většinou jen základní služby pro občany. V obcích se většinou nacházejí jen drobné prodejny většinou s pultovým prodejem, které nabízejí nejzákladnější potraviny a zboží pro občany. Dále bývá v každé obci alespoň jedno pohostinství, které otevírá v podvečerních hodinách a nabízí pouze studenou kuchyni s různými nápoji. V těchto obcích narazíme i na podnikatelské subjekty, které nabízejí drobné či větší řemeslnické práce. Výjimku tvoří pouze městyse Besednice, kde se nacházejí podle starosty pana Petra Trajera veškeré základní služby pro občany (např.: hostinec, samoobsluha, lékař, pošta, kadeřnictví, zámečnictví, autodílna a tesařství). Tvrdí, že občané městyse Besednice jsou s nabídkou služeb spokojeni.

4.6.2 Poptávka služeb

Než se pustím do problematiky poptávky služeb v tomto mikroregionu, musím nejdříve rozdělit poptávané služby pro občany této lokality, a poté poptávané služby pro turisty, kteří tuto lokalitu navštěvují.

4.6.3 Poptávka služeb u občanů mikroregionu

V této lokalitě je podle mého názoru poptávka místních občanů po službách dostačující, vzhledem k tomu, že většina obyvatel v produktivním věku za prací dojíždí do větších měst (např.: Kaplice, Český Krumlov nebo České Budějovice.) a tam také uspokojí většinu svých potřeb, jelikož se tam stravují a uskutečňují své nákupy. Přitom mohou i své děti odvézt do škol nebo mateřských škol. Pro rodiny, které nemohou své děti každodenně do škol dovážet, je zde funkční a vyhovující veřejná doprava. Poptávka služeb u občanů mikroregionu tedy spočívá hlavně ve službách v souvislosti s aktivním způsobem života a trávením volného času. Co se týče starších obyvatel menších obcí, je

nabídka služeb maloobchodních dostačující, jelikož si základní potraviny či zboží nakoupí v místní maloprodejně. U těchto občanů je situace horší u služeb v oblasti zdravotnictví. Za těmito službami musejí většinou dojíždět do větších měst.

4.6.4 Poptávka služeb u turistů

Poptávka služeb od turistů a návštěvníků tohoto mikroregionu je menší, vzhledem k tomu, že většina turistů a návštěvníků tohoto kraje pokračuje v cestě směrem na Šumavu, nebo do sousedního Rakouska. Turistika zde i přes krásnou přírodu a spoustu památek nemá, vzhledem k historickým a politickým okolnostem vybudovanou tradici, jako například Lipensko. Chybějí zde dostatečné ubytovací kapacity, restaurační zařízení a v neposlední řadě také zařízení k trávení volného času.

Vezmeme-li v úvahu že návštěvníci ze sousedního Rakouska jsou „turisté“, vytvářejí právě oni velkou poptávku po službách (kadeřnictví, restaurace, maloobchody atd..)

5.SWOT analýza

Údaje v matici SWOT vycházejí ze zpracovaného rozvojového programu mikroregionu Pomalší, který je k dispozici online na webových stránkách mikroregionu Pomalší.

Tabulka č.2 Matice SWOT

<p>Silné stránky</p> <p>Podniky jsou v držení místních občanů - 5 bodů Existence významných center např.: Kaplice, Velešín – 5 bodů Funkční sdružení obcí - 4 body Území s atraktivní, krásnou a lesnatou krajinou - 4 body Vyvážená struktura podnikatelských subjektů - 4 body Hustá síť značených pěších a cyklistických tras - 3 body Kulturní a společenská tradice - 3 body</p>	<p>Slabé stránky</p> <p>Nevyhovující stav místních komunikací - 5 bodů Nedostatek kapacit - 5 bodů Slabá podpora v oblasti bytové výstavby - 4 body Nedostatečná spolupráce obcí s podnikateli v cestovním ruchu - 4 body Protichůdné cíle a představy podnikatelů a představitelů obcí či měst - 4 body Nedostatečné využívání získávání dotací - 4 body Špatná informovanost o existenci organizované formy spolupráce - 3 body</p>
<p>Příležitosti</p> <p>Vybudování rychlostní komunikace R3 - 5 Další příliv zahraničních investorů – 5 bodů Možnost získávání dotací z fondů EU – 5 bodů Získání nových návštěvníků – 5 bodů Rozvoj obnovitelných zdrojů energie – 4 body Vytváření podmínek pro rozvoj podnikání - 4 body Využití nevyužívaných hospodářských objektů, jak k bydlení, či k podnikání – 3 body Zvýšení úrovně nabídky služeb v oblasti ubytování a stravování – 3 body Další rozvoj cyklostezek a pěších tras – 3 body</p>	<p>Ohrožení</p> <p>Nízká podpora v oblasti malého a středního podnikání – 5 bodů Stoupající nezaměstnanost – 4 body Nárůst nákladů na udržení současného stavu dopravní obslužnosti - 3 body Celosvětová hospodářská krize – 3 body Stárnutí obyvatel v menších sídlech – 3 body Ohrožení povodněmi v povodí řeky Malše, která protéká městem Kaplice – 2 body Finanční náročnost údržby značených cyklistických tras a informačních tabulí – 2 body Ohrožení životního prostředí výstavbou silnice R3 – 2 body</p>

Škála: 1 bod nejméně důležité – 5 bodů nejvíce důležité

6. Vymezení předpokladů rozvoje komerčních služeb v oblasti

Podle mého názoru by obce měly více komunikovat s podnikateli o vytváření investičních pobídek. Měly by více usilovat o vznik nových malých a středních podniků a vytvářet příznivé podmínky pro podnikatele. Starostové tvrdí, že jsou jejich kapacity k pronájmu prostorů podnikatelům omezené. Toto bych zkusil řešit například prodejem, či pronájmem starých zemědělských statků. Krásným příkladem je statek v Besednici, který využívají minimálně tři podnikatelské subjekty k podnikání a zároveň se snaží o jeho opravu. V obci Soběnov je již také část „kravína“ truhlářská a tesařská dílna. Takových objektů je v této lokalitě několik, které si myslím, že by se daly k podnikání využít.

Měly by si zpracovat strategický rozvoj města či obce na nějaké období. Například město Velešín již takto zpracovaný strategický rozvoj města má.

Obce by se měly více snažit vytvářet též investiční pobídky pro lidi. Například vytvářením nových parcel, aby lidé mohli stavět. Myslím, že by tím dosáhly i příchodu nových obyvatel. Ve městech jsou dnes pozemky drahé a většina mladých lidí přemýšlí o koupi pozemku na vesnici. Chtěl bych uvést jeden příspěvek od jednoho nejmenovaného občana Soběnova, který mi řekl: „Rád bych si zde pozemek koupil, ale nejde to. Kus pozemku má tenhle, kus zase tamten a nové parcely se zde nevytvářejí.“ Přílivem nových obyvatel vzroste samozřejmě i poptávka po službách. Na druhou stranu, když vezmu v potaz, že se nacházíme v období finanční krize, kdy lidé přicházejí o práci, nemůžu tvrdit, že lidé začnou stavět a pouštět se do „hypoték“.

Orgány obcí a mikroregiony by měly také více informovat o organizované formě spolupráce, protože někteří podnikatelé nemají podle dotazníkového šetření k těmto institucím důvěru, nebo nevědí, že nějaká forma spolupráce vůbec existuje.

Je tady velký problém s infrastrukturou, která není vybudována v takové míře, aby byla dostačující. Lze tedy říci, že mikroregion by mohl budování infrastruktury řešit.

Myslím, že k velkému zlepšení dojde v oblasti mikroregionu po vybudování rychlostní komunikace R3, která ulehčí zdejší dopravě a nejvíce uleví obci Netřebice.

Určitě jsou zde rezervy v odpadovém hospodářství a zásobování elektrickou energií. Na tento fakt upozornil starosta Velešína pan J.Klíma.

Největší předpoklad rozvoje tohoto mikroregionu vidím v oblasti rozvoje cestovního ruchu a aktivit souvisejících se zdravým životním stylem. Jak již jsem dříve konstatoval, chybějí v každém městě i obci ubytovací kapacity pro turisty, kteří tuto lokalitu navštěvují. Stravovací služby zde také nejsou zastoupeny v hojném počtu. Chybějí zde hlavně kvalitní restaurace. Určitě zlepšení by mohla přinést výstavba menších penzionů, které by mohly být zároveň i restaurací. V letních měsících projíždí touto lokalitou i velké množství cyklistů, kteří by se rádi občerstvili, avšak v některých obcích to možné není, jelikož zde například pohostinství otevírá až k podvečeru. Změna pracovní doby, alespoň v letních měsících, by byla podle mého názoru vítána.

Bylo by dobré do této lokality, především do Kaplice, nalákat ještě nějaký obchodní řetězec. Například nový supermarket by uvítalo mnoho občanů a určitě i turistů. Na tento fakt poukazuje i starosta Kaplice pan F. Jiskra.

Velký potenciál v sobě skrývá i zdejší kopcovitá krajina, která se dá využít ke sportovním aktivitám či „koníčkům“. Fandové motocrossu si zde přijdou na své, jelikož se za městem Kaplice nachází jedna z nejlepších motocrossových tratí v republice. Větší propagace tohoto sportu by zde byla také na místě. Myslím, že menší zimní sportovní areál by zde uplatnění také našel. Sice cca 50 km odsud se nachází velký lyžařský areál Lipno, ale většina lidí s kterými jsem tuto problematiku probíral byla toho názoru, že kdyby tu „sjezdovka“ někde poblíž byla, tak jí navštěvovat budou právě na úkor areálu Lipno. Přeci jenom nacházíme se v kopcovité krajině a místo pro kvalitní lyžování by se zde určitě našlo.

Je jasné, že všechny tyto nedostatky lze řešit pouze finančními prostředky, kterých není k dispozici mnoho, a proto si myslím, že by se obce měli více zajímat o dotační politiku státu a EU. Přicházejí tím o značné finanční prostředky, z kterých by mohly financovat právě výše zmíněné a popsání nedostatky.

Summary

My bachelor work is called „The Assumptions of Commercial Services Development in A Chosen Area – Microregion Pomalší“

The chosen part of microregion Pomalší is situated in South Bohemia round the river Malše and it consists of 7 municipalities.

The largest town of this part of microregion is the town Kaplice. This town has about 14 000 inhabitants. Kaplice has a strategic place, because it is situated by the international motorway E55 connectings South Bohemia and Austria.

My bachelor work has several parts. The biggest are Literary research and Own work. I needed primary and secondary data.

My secondary data originate from scientific books and from databases for example of Czech statistical office or Bureau of Labor in Český Krumlov.

My primary data originate from interviews of mayor and deputies of other villages and from interviews from entrepreneurs, which in this area the commercial services offer.

In the next step I have prepared the profile of microregion consisting of geographical delimitation, aims, sociodemographics and economic part.

Then I have made the analysis of commercial services in this area and prepared the SWOT analysis.

The last part of my work is the Recommendations for the development of the chosen part of microregion Pomalší.

The main recommendation are:

- better cooperation between private and public sector
- to understand better the policy of support from EU and Czech Republic to gain more money to develop this microregion
- find all strong sites of this microregion (mainly develop of tourist activities)

- improving services for tourists (accommodation facilities, restaurants, facilities for freetime activities)
- finish the speedway R3

Použitá literatura

Knižní publikace

- BOUČKOVÁ, J. a kol. *Marketing*. 1. vydání. Praha: C. H. Beck, 2003. 432 s. ISBN 80-7179-577-1
- KOTLER, P. *Marketing management*, 10. rozšířené vydání. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2001. ISBN 80-247-0016-6
- BEDNÁŘ, F. *Management a marketing služeb*. 1. vyd. Brno : Janáčkova akademie Múzických umění, 2002. 46 s. ISBN 80-85429-70-5.
- PARMOVÁ, D. *Řízení služeb : přednášky*. 1. vyd. České Budějovice : ZF JU, 2004. 96 s. ISBN 80-7040-673-9
- VOJTKO, V. *Marketingový výzkum v kognitivních mapách*. Zeleneč: Profess Consulting, 2008. 95 s. ISBN 978-80-7259-060-5
- SKOKAN, K.: *Konkurenceschopnost, inovace a klastry v regionálním rozvoji*. 1. vydání. Ostrava: Repronis, 2004. 160 s. ISBN 80-7329-059-6
- VLK, J. a kol. *Metodická příručka pro zpracování strategických rozvojových dokumentů mikroregionů*. Brno: Ústav územního rozvoje, 2004. 15 s.
- RYS, R.: *Samospráva: Pojem mikroregion*. *Časopis Veřejná správa*. Praha: Ministerstvo vnitra ČR, 2006, ročník 9, číslo 43, s. 29. ISSN 1213-6581
- BÍNA, J.: *Hodnocení potenciálu cestovního ruchu v obcích České republiky*. *Časopis Urbanismus a územní rozvoj*. Brno: Ústav územního rozvoje, 2002, ročník 5, č. 1, s. 2. ISSN 1212-0855
- KOTLER, P.: *Marketing management*, Grada Publishing, Praha 1998
- HORÁKOVÁ, H.: *Strategický marketing*, Grada Publishing 2003, ISBN 80-247-0447-1

- HRABÁNKOVÁ, M., Hájek, T. *Management cestovního ruchu*. České Budějovice: Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích Zemědělská fakulta, 2002. 82 s. ISBN 80-7040-580-5

Internetové zdroje

<http://www.ma21.cz>

http://ec.europa.eu/regional_policy/funds/feder/index_cs.htm

<http://www.mmr.cz/Koncepce-a-strategie/Strategie-regionalniho-rozvoje-Ceske-republiky-pro>

http://aplikace.mvcr.cz/archiv2008/casopisy/s/2008/13/pril_1.html

<http://www.pppcentrum.cz/index.php?cmd=page&id=122>

<http://www.pomalsi.cz>

<http://www.pomalsi.cz/info/sablona.php?oblast=svazek&strana=dokumenty>

<http://www.czsus.cz>

<http://www.mpsv.cz>

Seznam příloh

Příloha č. 1: Silniční vzdálenosti obcí mikroregionu od města Kaplice

Příloha č. 2: Mapa mikroregionu Pomalší

Příloha č. 3 Mapa českokrumlovské části mikroregionu Pomalší

Příloha č. 4: Část klasifikace CZ-NACE týkající se služeb, oddíly G až S

Příloha č. 5: Dotazník pro podnikatelské subjekty

Příloha č. 6: Dotazník pro starosty obcí českokrumlovské části mikroregionu Pomalší

Příloha č. 1: Silniční vzdálenosti obcí českokrumlovské části mikroregionu Pomalší od města Kaplice

Velešín – 11,2 km

Netřebice – 7,1 km

Bujanov - 7,5 km

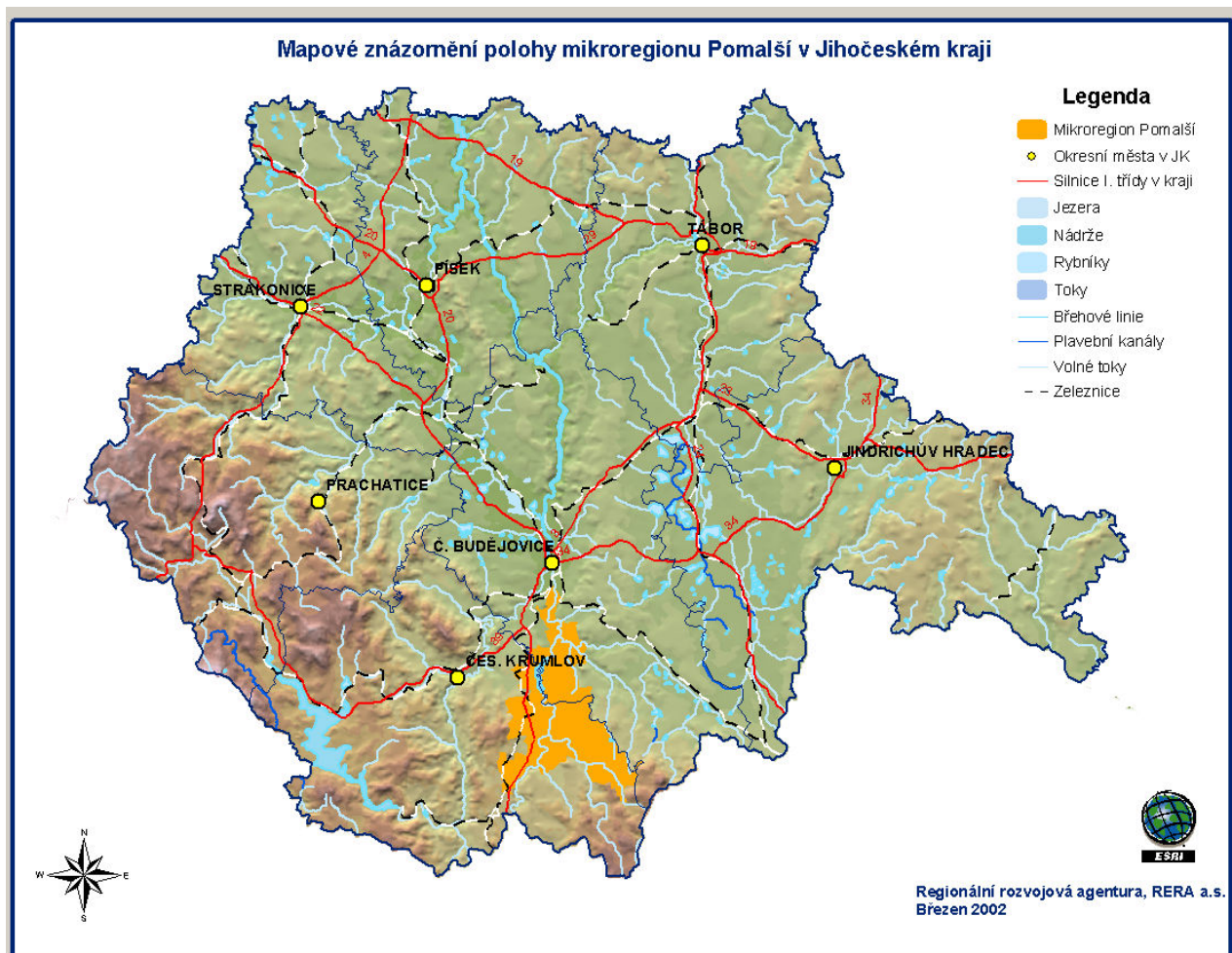
Omlenice – 4,7 km

Soběnov – 6,7 km

Besednice – 8,2 km

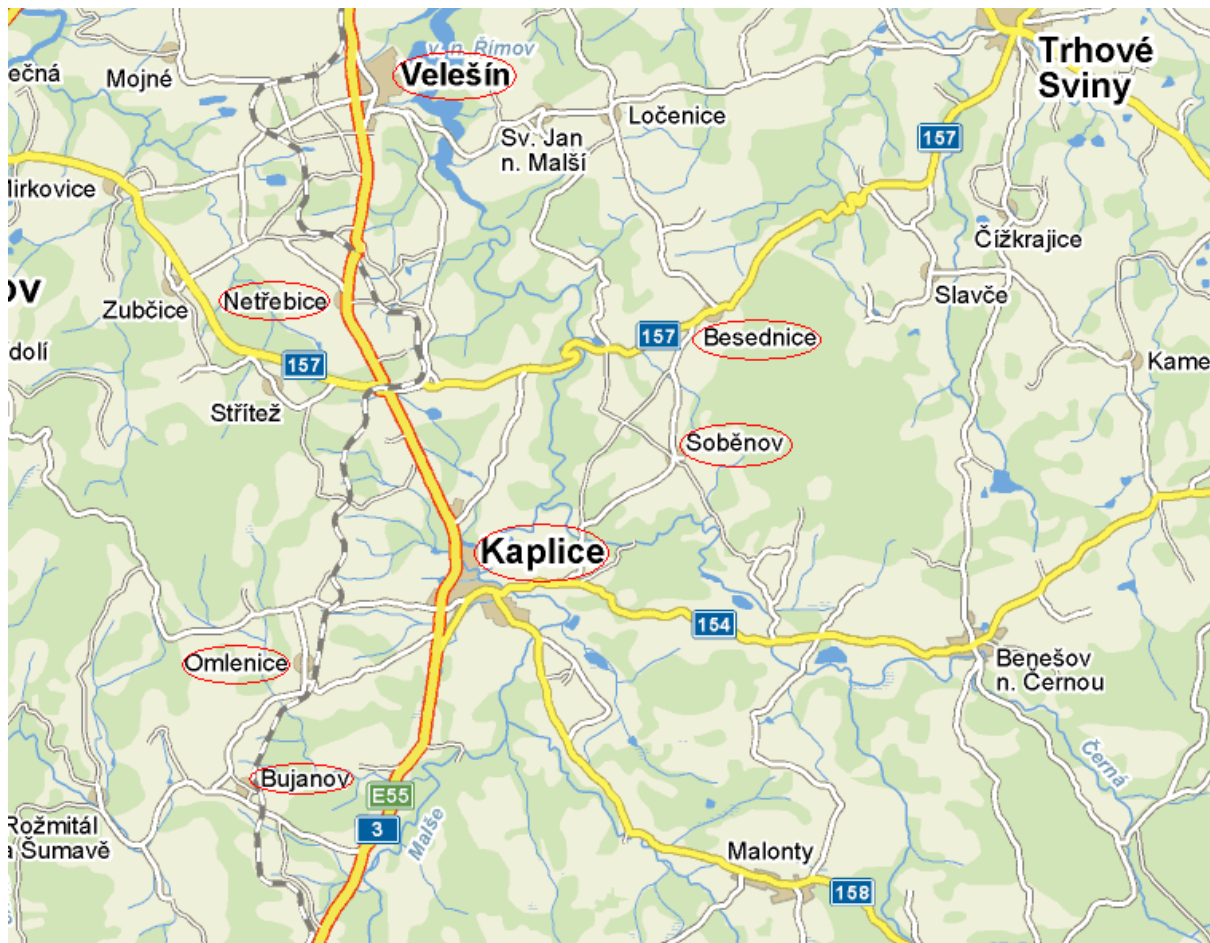
Příloha č. 2: Mapa mikroregionu Pomalší

Obr. Mapa mikroregionu Pomalší (RERA a. s., 2002)



Zdroj: www.pomalsi.cz

Příloha č. 3: Mapa českokrumlovské části mikroregionu Pomalší



Zdroj: www.mapy.cz

Příloha č. 4: Sociodemografický a ekonomický přehled českokrumlovské části mikroregionu Pomalší

Kaplice:

Celková rozloha: 4087 ha

Počet obyvatel: 7 310 (stav k 31.12.2007)

Muži: 3 710

Ženy: 3 600

Tabulka č. 2 Struktura obyvatelstva ve městě Kaplice

Pohlaví	Počet obyvatel 0-14 let	Počet obyvatel 15-64 let	Počet obyvatel 65 let a více
Muž	547	2 826	337
Žena	476	2 655	469

Zdroj: veřejná databáze ČSÚ (stav k 31.12.2007)

Počet podnikatelských subjektů celkem: 1 573 (stav k 31.12.2007)

Tabulka č. 3 Nezaměstnanost v obcích v okrese Český Krumlov

Obec	Dosažitelní uchazeči celkem	Ekonomicky aktivní obyvatelstvo	Míra nezaměstnanosti
Kaplice	310	3 988	7,8%

Zdroj: integrovaný portál MPSV (stav: únor 2009)

Velešín:

Celková rozloha: 1323 ha

Počet obyvatel: 4 039 (stav k 31.12.2007)

Muži: 1 981

Ženy: 2 058

Tabulka č. 4 Struktura obyvatelstva ve městě Velešín

Pohlaví	Počet obyvatel 0-14 let	Počet obyvatel 15-64 let	Počet obyvatel 65 let a více
Muž	297	1 490	194
Žena	303	1 459	296

Zdroj: veřejná databáze ČSÚ (stav k 31.12.2007)

Počet podnikatelských subjektů celkem: 790 (stav k 31.12.2007)

Tabulka č. 5 Nezaměstnanost v obcích v okrese Český Krumlov

Obec	Dosažitelní uchazeči celkem	Ekonomicky aktivní obyvatelstvo	Míra nezaměstnanosti
Velešín	132	2 177	6,1%

Zdroj: integrovaný portál MPSV (stav: únor 2009)

Besednice:

Celková rozloha: 1 611 ha

Počet obyvatel: 867 (stav k 31.12.2007)

Muži: 415

Ženy: 452

Tabulka č. 6 Struktura obyvatelstva ve městysě Besednice

Pohlaví	Počet obyvatel 0-14 let	Počet obyvatel 15-64 let	Počet obyvatel 65 let a více
Muž	78	286	51
Žena	67	310	75

Zdroj: veřejná databáze ČSÚ (stav k 31.12.2007)

Počet podnikatelských subjektů celkem: 167 (stav k 31.12.2007)

Tabulka č. 7 Nezaměstnanost v obcích v okrese Český Krumlov

Obec	Dosažitelní uchazeči celkem	Ekonomicky aktivní obyvatelstvo	Míra nezaměstnanosti
Besednice	26	432	6,0%

Zdroj: integrovaný portál MPSV (stav: únor 2009)

Soběnov:

Celková rozloha: 1 251 ha

Počet obyvatel: 337 (stav k 31.12.2007)

Muži: 168

Ženy: 169

Tabulka č. 8 Struktura obyvatelstva v obci Soběnov

Pohlaví	Počet obyvatel 0-14 let	Počet obyvatel 15-64 let	Počet obyvatel 65 let a více
Muž	25	130	13
Žena	30	109	30

Zdroj: veřejná databáze ČSÚ (stav k 31.12.2007)

Počet podnikatelských subjektů celkem: 56 (stav k 31.12.2007)

Tabulka č. 9 Nezaměstnanost v obcích v okrese Český Krumlov

Obec	Dosažitelní uchazeči celkem	Ekonomicky aktivní obyvatelstvo	Míra nezaměstnanosti
Soběnov	7	155	4,5%

Zdroj: integrovaný portál MPSV (stav: únor 2009)

Netřebice:

Celková rozloha: 1 336 ha

Počet obyvatel: 482 (stav k 31.12.2007)

Muži: 252

Ženy: 230

Tabulka č. 10 Struktura obyvatelstva v obci Netřebice

Pohlaví	Počet obyvatel 0-14 let	Počet obyvatel 15-64 let	Počet obyvatel 65 let a více
Muž	83	177	25
Žena	50	160	37

Zdroj: veřejná databáze ČSÚ (stav k 31.12.2007)

Počet podnikatelských subjektů celkem: 107 (stav k 31.12.2007)

Tabulka č. 11 Nezaměstnanost v obcích v okrese Český Krumlov

Obec	Dosažitelní uchazeči celkem	Ekonomicky aktivní obyvatelstvo	Míra nezaměstnanosti
Netřebice	18	243	7,4%

Zdroj: integrovaný portál MPSV (stav: únor 2009)

Omlenice:

Celková rozloha: 1 379 ha

Počet obyvatel: 484 (stav k 31.12.2007)

Muži: 249

Ženy: 235

Tabulka č. 12 Struktura obyvatelstva v obci Omlenice

Pohlaví	Počet obyvatel 0-14 let	Počet obyvatel 15-64 let	Počet obyvatel 65 let a více
Muž	45	186	18
Žena	40	167	28

Zdroj: veřejná databáze ČSÚ (stav k 31.12.2007)

Počet podnikatelských subjektů celkem: 105 (stav k 31.12.2007)

Tabulka č. 13 Nezaměstnanost v obcích v okrese Český Krumlov

Obec	Dosažitelní uchazeči celkem	Ekonomicky aktivní obyvatelstvo	Míra nezaměstnanosti
Omlenice	33	215	15,3%

Zdroj: integrovaný portál MPSV (stav: únor 2009)

Bujanov:

Celková rozloha: 1 745 ha

Počet obyvatel: 567 (stav k 31.12.2007)

Muži: 289

Ženy: 278

Tabulka č. 14 Struktura obyvatelstva v obci Bujanov

Pohlaví	Počet obyvatel 0-14 let	Počet obyvatel 15-64 let	Počet obyvatel 65 let a více
Muž	59	204	26
Žena	55	193	30

Zdroj: veřejná databáze ČSÚ (stav k 31.12.2007)

Počet podnikatelských subjektů celkem: 133 (stav k 31.12.2007)

Tabulka č. 15 Nezaměstnanost v obcích v okrese Český Krumlov

Obec	Dosažitelní uchazeči celkem	Ekonomicky aktivní obyvatelstvo	Míra nezaměstnanosti
Bujanov	37	302	12,3%

Zdroj: integrovaný portál MPSV (stav: únor 2009)

Příloha č. 4: Část klasifikace CZ-NACE týkající se služeb, oddíly G až S

		SEKCE G - VELKOOBCHOD A MALOOBCHOD; OPRAVY A ÚDRŽBA MOTOROVÝCH VOZIDEL
45		Velkoobchod, maloobchod a opravy motorových vozidel
	45.1	Obchod s motorovými vozidly, kromě motocyklů
	45.2	Opravy a údržba motorových vozidel, kromě motocyklů
	45.3	Obchod s díly a příslušenstvím pro motorová vozidla, kromě motocyklů
	45.4	Obchod, opravy a údržba motocyklů, jejich dílů a příslušenství
46		Velkoobchod, kromě motorových vozidel
	46.1	Zprostředkování velkoobchodu a velkoobchod v zastoupení
	46.2	Velkoobchod se základními zemědělskými produkty a živými zvířaty
	46.3	Velkoobchod s potravinami, nápoji a tabákovými výrobky
	46.4	Velkoobchod s výrobky převážně pro domácnost
	46.5	Velkoobchod s počítačovým a komunikačním zařízením
	46.6	Velkoobchod s ostatními stroji, strojním zařízením a příslušenstvím
	46.7	Ostatní specializovaný velkoobchod
	46.9	Nespecializovaný velkoobchod
47		Maloobchod, kromě motorových vozidel
	47.1	Maloobchod v nespecializovaných prodejnách
	47.2	Maloobchod s potravinami, nápoji a tabákovými výrobky ve specializovaných prodejnách
	47.3	Maloobchod s pohonnými hmotami ve specializovaných prodejnách
	47.4	Maloobchod s počítačovým a komunikačním zařízením ve specializovaných prodejnách
	47.5	Maloobchod s ostatními výrobky převážně pro domácnost ve specializovaných prodejnách
	47.6	Maloobchod s výrobky pro kulturní rozhled a rekreaci ve specializovaných prodejnách
	47.7	Maloobchod s ostatním zbožím ve specializovaných prodejnách
	47.8	Maloobchod ve stáncích a na trzích
	47.9	Maloobchod mimo prodejny, stánky a trhy
		SEKCE H - DOPRAVA A SKLADOVÁNÍ
49		Pozemní a potrubní doprava
	49.1	Železniční osobní doprava meziměstská
	49.2	Železniční nákladní doprava
	49.3	Ostatní pozemní osobní doprava
	49.4	Silniční nákladní doprava a stěhovací služby
	49.5	Potrubní doprava
50		Vodní doprava
	50.1	Námořní a pobřežní osobní doprava
	50.2	Námořní a pobřežní nákladní doprava
	50.3	Vnitrozemská vodní osobní doprava
	50.4	Vnitrozemská vodní nákladní doprava
51		Letecká doprava

	51.1	Letecká osobní doprava
	51.2	Letecká nákladní doprava a kosmická doprava
52		Skladování a vedlejší činnosti v dopravě
	52.1	Skladování
	52.2	Vedlejší činnosti v dopravě
53		Poštovní a kurýrní činnosti
	53.1	Základní poštovní služby poskytované na základě poštovní licence
	53.2	Ostatní poštovní a kurýrní činnosti
		SEKCE I - UBYTOVÁNÍ, STRAVOVÁNÍ A POHOSTINSTVÍ
55		Ubytování
	55.1	Ubytování v hotelích a podobných ubytovacích zařízeních
	55.2	Rekreační a ostatní krátkodobé ubytování
	55.3	Kempy a tábořiště
	55.9	Ostatní ubytování
56		Stravování a pohostinství
	56.1	Stravování v restauracích, u stánků a v mobilních zařízeních
	56.2	Poskytování cateringových a ostatních stravovacích služeb
	56.3	Pohostinství
		SEKCE J - INFORMAČNÍ A KOMUNIKAČNÍ ČINNOSTI
58		Vydavatelské činnosti
	58.1	Vydávání knih, periodických publikací a ostatní vydavatelské činnosti
	58.2	Vydávání softwaru
59		Činnosti v oblasti filmů, videozáznamů a televizních programů, pořizování zvukových nahrávek a hudební vydavatelské činnosti
	59.1	Činnosti v oblasti filmů, videozáznamů a televizních programů
	59.2	Pořizování zvukových nahrávek a hudební vydavatelské činnosti
60		Tvorba programů a vysílání
	60.1	Rozhlasové vysílání
	60.2	Tvorba televizních programů a televizní vysílání
61		Telekomunikační činnosti
	61.1	Činnosti související s pevnou telekomunikační sítí
	61.2	Činnosti související s bezdrátovou telekomunikační sítí
	61.3	Činnosti související se satelitní telekomunikační sítí
	61.9	Ostatní telekomunikační činnosti
62		Činnosti v oblasti informačních technologií
	62.0	Činnosti v oblasti informačních technologií
63		Informační činnosti
	63.1	Činnosti související se zpracováním dat a hostingem; činnosti související s webovými portály
	63.9	Ostatní informační činnosti
		SEKCE K - PENĚŽNICTVÍ A POJIŠŤOVNICTVÍ
64		Finanční zprostředkování, kromě pojišťovnictví a penzijního financování
	64.1	Peněžní zprostředkování
	64.2	Činnosti holdingových společností
	64.3	Činnosti trustů, fondů a podobných finančních subjektů

65	64.9	Ostatní finanční zprostředkování Pojištění, zajištění a penzijní financování, kromě povinného sociálního zabezpečení
	65.1	Pojištění
	65.2	Zajištění
	65.3	Penzijní financování
66		Ostatní finanční činnosti
	66.1	Pomocné činnosti související s finančním zprostředkováním, kromě pojišťovnictví a penzijního financování
	66.2	Pomocné činnosti související s pojišťovnictvím a penzijním financováním
	66.3	Správa fondů
		SEKCE L - ČINNOSTI V OBLASTI NEMOVITOSTÍ
68		Činnosti v oblasti nemovitostí
	68.1	Nákup a následný prodej vlastních nemovitostí
	68.2	Pronájem a správa vlastních nebo pronajatých nemovitostí
	68.3	Činnosti v oblasti nemovitostí na základě smlouvy nebo dohody
		SEKCE M - PROFESNÍ, VĚDECKÉ A TECHNICKÉ ČINNOSTI
69		Právní a účetnické činnosti
	69.1	Právní činnosti
	69.2	Účetnické a auditorské činnosti; daňové poradenství
70		Činnosti vedení podniků; poradenství v oblasti řízení
	70.1	Činnosti vedení podniků
	70.2	Poradenství v oblasti řízení
71		Architektonické a inženýrské činnosti; technické zkoušky a analýzy
	71.1	Architektonické a inženýrské činnosti a související technické poradenství
	71.2	Technické zkoušky a analýzy
72		Výzkum a vývoj
	72.1	Výzkum a vývoj v oblasti přírodních a technických věd
	72.2	Výzkum a vývoj v oblasti společenských a humanitních věd
73		Reklama a průzkum trhu
	73.1	Reklamní činnosti
	73.2	Průzkum trhu a veřejného mínění
74		Ostatní profesní, vědecké a technické činnosti
	74.1	Specializované návrhářské činnosti
	74.2	Fotografické činnosti
	74.3	Překladatelské a tlumočnické činnosti
	74.9	Ostatní profesní, vědecké a technické činnosti j. n.
75		Veterinární činnosti
	75.0	Veterinární činnosti
		SEKCE N - ADMINISTRATIVNÍ A PODPŮRNÉ ČINNOSTI
77		Činnosti v oblasti pronájmu a operativního leasingu
	77.1	Pronájem a leasing motorových vozidel, kromě motocyklů
	77.2	Pronájem a leasing výrobků pro osobní potřebu a převážně pro domácnost
	77.3	Pronájem a leasing ostatních strojů, zařízení a výrobků

	77.4	Leasing duševního vlastnictví a podobných produktů, kromě děl chráněných autorským právem
78		Činnosti související se zaměstnáním
	78.1	Činnosti agentur zprostředkujících zaměstnání
	78.2	Činnosti agentur zprostředkujících práci na přechodnou dobu
	78.3	Ostatní poskytování lidských zdrojů
79		Činnosti cestovních agentur, kanceláří a jiné rezervační a související činnosti
	79.1	Činnosti cestovních agentur a cestovních kanceláří
	79.9	Ostatní rezervační a související činnosti
80		Bezpečnostní a pátrací činnosti
	80.1	Činnosti soukromých bezpečnostních agentur
	80.2	Činnosti související s provozem bezpečnostních systémů
	80.3	Pátrací činnosti
81		Činnosti související se stavbami a úpravou krajiny
	81.1	Kombinované pomocné činnosti
	81.2	Úklidové činnosti
	81.3	Činnosti související s úpravou krajiny
82		Administrativní, kancelářské a jiné podpůrné činnosti pro podnikání
	82.1	Administrativní a kancelářské činnosti
	82.2	Činnosti zprostředkovatelských středisek po telefonu
	82.3	Pořádání konferencí a hospodářských výstav
	82.9	Podpůrné činnosti pro podnikání j. n.
		SEKCE O - VEŘEJNÁ SPRÁVA A OBRANA; POVINNÉ SOCIÁLNÍ ZABEZPEČENÍ
84		Veřejná správa a obrana; povinné sociální zabezpečení
	84.1	Veřejná správa a hospodářská a sociální politika
	84.2	Činnosti pro společnost jako celek
	84.3	Činnosti v oblasti povinného sociálního zabezpečení
		SEKCE P – VZDĚLÁVÁNÍ
85		Vzdělávání
	85.1	Předškolní vzdělávání
	85.2	Primární vzdělávání
	85.3	Sekundární vzdělávání
	85.4	Postsekundární vzdělávání
	85.5	Ostatní vzdělávání
	85.6	Podpůrné činnosti ve vzdělávání
		SEKCE Q - ZDRAVOTNÍ A SOCIÁLNÍ PÉČE
86		Zdravotní péče
	86.1	Ústavní zdravotní péče
	86.2	Ambulantní a zubní zdravotní péče
	86.9	Ostatní činnosti související se zdravotní péčí
87		Pobytové služby sociální péče
	87.1	Sociální péče ve zdravotnických zařízeních ústavní péče

	87.2	Sociální péče v zařízeních pro osoby s chronickým duševním onemocněním a osoby závislé na návykových látkách
	87.3	Sociální péče v domovech pro seniory a osoby se zdravotním postižením
	87.9	Ostatní pobytové služby sociální péče
88		Ambulantní nebo terénní sociální služby
	88.1	Ambulantní nebo terénní sociální služby pro seniory a osoby se zdravotním postižením
	88.9	Ostatní ambulantní nebo terénní sociální služby
		SEKCE R - KULTURNÍ, ZÁBAVNÍ A REKREAČNÍ ČINNOSTI
90		Tvůrčí, umělecké a zábavní činnosti
	90.0	Tvůrčí, umělecké a zábavní činnosti
91		Činnosti knihoven, archivů, muzeí a jiných kulturních zařízení
	91.0	Činnosti knihoven, archivů, muzeí a jiných kulturních zařízení
92		Činnosti heren, kasin a sázkových kanceláří
	92.0	Činnosti heren, kasin a sázkových kanceláří
93		Sportovní, zábavní a rekreační činnosti
	93.1	Sportovní činnosti
	93.2	Ostatní zábavní a rekreační činnosti
		SEKCE S - OSTATNÍ ČINNOSTI
94		Činnosti organizací sdružujících osoby za účelem prosazování společných zájmů
	94.1	Činnosti podnikatelských, zaměstnavatelských a profesních organizací
	94.2	Činnosti odborových svazů
	94.9	Činnosti ostatních organizací sdružujících osoby za účelem prosazování společných zájmů
95		Opravy počítačů a výrobků pro osobní potřebu a převážně pro domácnost
	95.1	Opravy počítačů a komunikačních zařízení
	95.2	Opravy výrobků pro osobní potřebu a převážně pro domácnost
96		Poskytování ostatních osobních služeb
	96.0	Poskytování ostatních osobních služeb

Příloha č. 5: Dotazník pro podnikatelské subjekty

Dotazník – podnikatelské subjekty poskytující komerční služby

Dobrý den, jmenuji se Roman Janeček, jsem studentem Ekonomické fakulty Jihočeské univerzity v Českých Budějovicích a zpracovávám svou bakalářskou práci na téma „Předpoklady rozvoje komerčních služeb ve vybrané oblasti – „českokrumlovská část mikroregionu Pomalší.“

V rámci této práce provádím u podnikatelů v této oblasti výzkum jejich stavu, kapacitách a konkurenceschopnosti. Výsledky by měly pomoci při přípravě specifických nástrojů podpory, například ze strany samosprávy a dalších institucí a organizací, především na úrovni mikroregionu.

Všechny Vámi uvedené informace slouží pouze pro statistické účely, budou zpracovány anonymně a nebudou jednotlivě uveřejněny. Celkově bude vyplnění trvat maximálně 15 minut. Jakékoliv dotazy a připomínky můžete směřovat na následující kontaktní osobu: Ing. Viktor Vojtko, katedra obchodu a cestovního ruchu, Ekonomická fakulta, Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích, Studentská 13, 370 05 České Budějovice. E-mail vojtko@ef.jcu.cz, tel. 387 772 696, mobil 777 133 485.

1. Jaké služby svým zákazníkům poskytujete? (lze více možností, není-li uvedeno jinak, pokračujte otázkou 6)

- Maloobchodní (prodej zboží konečným spotřebitelům)
- Ubytování (pokračujte otázkou 2)
- Stravování (pokračujte otázkou 4)
- Osobní služby (např. kadeřnictví, pedikúra), které _____
- Opravárenské služby
- Kulturní
- Sportovní
- Jiné, upřesněte _____

2. Jaký typ ubytování nabízíte?

- Kemp
- Chaty a chalupy, v soukromí
- Turistická ubytovna
- Hotel
- Hotel garni

- Motel
- Botel
- Penzion
- Jiné, upřesněte _____

3. Kolik lůžek/míst nabízíte? (pokračujte otázkou č. 5) _____

4. Jakou formu stravování nabízíte?

- Restaurace
- Pohostinství
- Motorest
- Samoobslužná restaurace
- Bufet
- Bistro (fast-food)
- Občerstvení, kiosek
- Denní bar (gril bar, pizzerie, snack bar)
- Noční bar (noční klub, vareté, dancing)
- Vinárna
- Kavárna a cukrárna
- Hostinec a pivnice
- Jiné, upřesněte _____

5. Jak byste ohodnotili celkové využití svých kapacit během jednotlivých čtvrtletí?

- | | | | |
|-------------------|---------------------------------------|-------------------------------------|------------------------------------|
| Leden – Březen: | <input type="checkbox"/> Nedostatečné | <input type="checkbox"/> Dostatečné | <input type="checkbox"/> Maximální |
| Duben – Červen: | <input type="checkbox"/> Nedostatečné | <input type="checkbox"/> Dostatečné | <input type="checkbox"/> Maximální |
| Červenec – Září: | <input type="checkbox"/> Nedostatečné | <input type="checkbox"/> Dostatečné | <input type="checkbox"/> Maximální |
| Říjen – Prosinec: | <input type="checkbox"/> Nedostatečné | <input type="checkbox"/> Dostatečné | <input type="checkbox"/> Maximální |

6. Jak byste ohodnotili cenovou úroveň vašich služeb ve srovnání s konkurencí?

- Nízká Spíše nízká Střední Spíše vyšší
 Vyšší

7. Jaký je podíl turistů mezi vašimi zákazníky? _____ %

8. Je mezi nimi významný podíl turistů ze zahraničí? Ne Ano

9. Přizpůsobujete svou nabídku turistům?

- Ne, vůbec Ano, částečně Ano, významně

10. Co podle vás nejvíce láká turisty do vaší oblasti?

- Příroda
 Památky
 Kulturní akce
 Sportovní vyžití
 Jiné, upřesněte _____

11. Měl by podle vašeho názoru někdo podporovat další příliv turistů do vaší oblasti?

- Ne Ano, především obce a kraj Ano, především podnikatelé

12. Jste zapojeni do nějaké organizované formy spolupráce, např. destinačního managementu, nákupní aliance, přípravy společných marketingových balíčků apod.?

- Ne, vůbec Ano, uveďte prosím detaily (*pokračujte otázkou 14*)

13. Jaký je důvod, že se žádné organizované formy spolupráce neúčastníte?

(pokračujte otázkou 15)

Nevím, zda existuje Nemám k ní důvěru Nevidím přínosy
pro svůj podnik

14. Jak hodnotíte přínosy uvedených forem spolupráce?

Záporné Nulové Pozitivní Velmi pozitivní

15. Podnikáte pouze v rámci tohoto mikroregionu?

Ano
 Ne, sídlo mám zde, ale podnikám i jinde
 Ne, podnikám zde, ale sídlo mám jinde

16. Pracují ve vašem podniku i další členové vaší rodiny?

Ne Ano, spolu s dalšími zaměstnanci Ano, pouze
členové rodiny

17. Kolik máte zaměstnanců?

0 *(pokračujte otázkou 18)* 1 až 5 6 až 10 11 až 20
Více jak 20

18. Jaká je platová úroveň vašich zaměstnanců oproti běžným platům?

Nižší Obdobná Vyšší

19. Jak jste spokojeni se ziskovostí svého podniku?

Velmi nespokojen/a
 Spíše nespokojen/a
 Ani spokojen/a, ani nespokojen/a
 Spíše spokojen/a
 Velmi spokojen/a

20. Vaše tržby za loňský hospodářský rok byly přibližně:

- méně než 1 milion Kč
- 1 až 5 milionů Kč
- 5 až 10 milionů Kč
- 10 až 20 milionů Kč
- více než 20 milionů Kč

21. Umístění provozovny (obec)

Děkujeme za vyplnění dotazníku.

Příloha č. 6: Dotazník pro starosty českokrumlovské části mikroregionu Pomalší

Vážený pane starosto,

jsem studentem Ekonomické fakulty Jihočeské univerzity a pracuji na bakalářské práci s názvem "*Předpoklady rozvoje komerčních služeb ve vybrané oblasti – českokrumlovská část mikroregionu Pomalší*". V létě tohoto roku jsem již podnikl výzkum v této lokalitě mikroregionu Pomalší, abych získal potřebná data pro svojí bakalářskou práci. Pro úplnost mého dotazníkového šetření bych Vás chtěl požádat o zodpovězení osmi otázek, které mají přispět k dalšímu rozvoji vaší obce i celého mikroregionu:

- 1) Jak hodnotíte spolupráci v rámci mikroregionu Pomalší? Dalo by se něco zlepšit?
.
- 2) Myslíte si, že se ve vaší obci nacházejí všechny potřebné služby pro občany? Nebo některé chybějí?
- 3) Jaký potenciál pro sebe obec vidí v oblasti cestovního ruchu?
- 4) Co obci chybí, aby mohla cestovní ruch více rozvíjet?
- 5) Jak byste zhodnotil nezaměstnanost ve Vaší obci?
- 6) Podporuje Vaše obec podnikání? Jakým způsobem?
- 7) Na jaké problémy narážejí místní podnikatelé?
- 8) Pomáhá Vám mikroregion řešit tyto problémy?

Mockrát děkuji za vyplnění dotazníku