

J I H O Č E S K Á U N I V E R Z I T A V Č E S K Ý C H B U D Ě J O V I C Í C H Ekonomická fakulta

Studijní program: B6208 Ekonomika a management

Studijní obor: Obchodní podnikání



Průzkum nabídky a poptávky služeb ve vybrané oblasti

Vedoucí bakalářské práce:

doc. Ing. Marie Hesková, CSc.

Autor:

Iva Uhrová

JIHOČESKÁ UNIVERZITA V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH
Zemědělská fakulta
Katedra obchodu
Akademický rok: 2005/2006

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE
(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Iva UHROVÁ**

Studijní program: **B6208 Ekonomika a management**

Studijní obor: **Obchodní podnikání**

Název tématu: **Průzkum nabídky a poptávky služeb ve vybrané oblasti**

Zásady pro vypracování:

Cíl práce:

Cílem bakalářské práce je provedení průzkumu nabídky a poptávky služeb ve vybrané oblasti. Na základě analýzy získaných dat navrhnout způsob nabídky služeb. Stanovit portfolio služeb. Práce je zahrnuta do řešení výzkumného záměru ZF JU MSM 6007665806.

Metodický postup:

1. Studium odborné literatury
2. Provedení marketingového výzkumu nabídky a poptávky služeb
3. Analýza dat
4. Návrh způsobu nabídky služeb a jeho portfolia

Rámcová osnova:

1. Úvod, 2. Cíle a použitá metodika, 3. Literární přehled, 4. Vlastní práce - provedení výzkumu, analýza dat a návrh nabídky služeb, 5. Závěr, 6. Použitá literatura, 7. Přílohy.

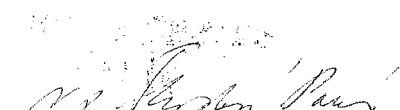
Rozsah práce: 40-50 stran
Rozsah příloh: dle potřeby
Forma zpracování bakalářské práce: tištěná

Seznam odborné literatury:

- Foret, M., Foretová, V.: Jak rozvíjet místní cestovní ruch. Praha: Grada Publishing, 2001
Janečková, L., Vašítková, M.: Marketing služeb. Praha: Grada, 2000
Kotler, P.: Marketing management. Praha: Grada, 2002
Kolektiv: Úvod do regionálních věd a veřejné správy. Praha: IFEC, 2001
Lednický, V.: Tvorba a strategie územního celku. Ostrava: VŠB EU, 2003
Payne, A.: Marketing služeb. Praha: Grada, 1996

Vedoucí bakalářské práce: doc. Ing. Marie Hesková, CSc.
Katedra obchodu


Datum zadání bakalářské práce: 15. února 2006
Termín odevzdání bakalářské práce: 15. dubna 2007



prof. Ing. Magdalena Hrabánková, CSc.

děkanka

JIHOČESKÁ
UNIVERZITA
ČESKÝCH
BUDĚJOVICÍCH
ZEMĚDĚLSKÁ
FAKULTA studijní
oddělení ~
Studijní síň 13 ~ 1,70
05 České Budějovice



doc. Ing. Marie Hesková, CSc.
vedoucí katedry

V Českých Budějovicích dne 15. února 2006

Prohlašuji, že jsem tuto bakalářskou práci vypracovala samostatně na základě svých vlastních zjištění a materiálů uvedených v seznamu použitých zdrojů.

.....

V Českých Budějovicích, dne 15.dubna 2007

Nejvíce mé poděkování patří doc. Ing. M. Heskové, CSc., která mi při zpracování bakalářské práce poskytla mnoho důležitých metodických rad. Dále bych poděkovala všem členům katedry obchodu, v první řadě Ing. Vojtkovi a Ing. Švecové, kteří mi pomáhali hlavně v oblasti marketingového výzkumu. Na závěr mé poděkování patří občanům města Příbram a obce Milín.

OBSAH

1. ÚVOD	1
2. CÍLE A POUŽITÁ METODIKA	3
3. LITERÁRNÍ REŠERŽE	5
3.1 Historie ekonomiky služeb.....	5
3.2 Charakteristika a význam služeb.....	6
3.3 Vymezení pojmu služba	7
3.4 Vlastnosti služeb	8
3.5 Kategorizace služeb.....	11
3.6 Poptávka po službách.....	12
3.6.1 Faktory ovlivňující poptávku	12
3.7 Nabídka služeb.....	13
3.7.1 Faktory ovlivňující nabídku	14
3.8 Poptávka versus nabídka.....	14
3.9 Portfolio služeb	16
3.9.1 Tvorba optimálního portfolia	16
3.10 Proces poskytování služeb	17
3.10.1 Vzájemné výměny	18
3.11 Současná problematika služeb	20
3.12 Efektivnost služeb v rámci ekonomiky	20
4. PROFIL LOKALITY	23
4.1 Základní charakteristika kraje	23
4.2 Celková charakteristika města Příbram	24
4.3 Charakteristika obce Milín.....	28
5. VLASTNÍ PRÁCE.....	29
5.1 Marketingový výzkum nabídky a poptávky služeb.....	29

5. 2	Analýza dat	30
5.2.1	Město Příbram	30
5.2.2	Portfolio města.....	37
5.2.3	Obec Milín.....	39
5.2.4	Portfolio obce	44
5. 3	Závěrečné zhodnocení.....	46
5. 4	SWOT analýza města Příbram	48
5.4.1	Silné stránky	48
5.4.2	Slabé stránky.....	49
5.4.3	Příležitosti.....	49
5.4.4	Ohrožení	50
6.	ZÁVĚR	51
7.	SUMMARY	53
8.	SEZNAM POUŽITÝCH ZDROJŮ.....	54

SEZNAM OBRÁZKŮ, TABULEK A GRAFŮ

PŘÍLOHY

1. ÚVOD

Pod slovem služba si každý z nás nejspíše vybaví trochu něco jiného. Je to způsobeno především nesmírnou různorodostí tohoto odvětví, které firmám nabízí obrovskou konkurenční výhodu.

Tak jako je každý člověk jiný a jedinečný, tak i každé poskytování služeb je různorodé a originální. Služby jsou velice heterogenním odvětvím, které ve mne vzbuzuje pocit přitažlivosti. Právě fakt, že jsme každý jiný, je pro mě velice atraktivní a podněcoval můj hlubší zájem o tuto oblast. V současné době, ale ne všechny firmy dokáží této různorodosti služeb patřičně využít. Firmy by měly umět zákazníkům nabízet to co si přejí, to po čem touží. Nebo nabízet nám (zákazníkům) takové služby, které na trhu chybí, a které nikdo jiný nenabízí. Nejlépe pak kombinaci služeb potřebných a originálních. V tomhle směru vidím možnost konkurenční odlišnosti a tudíž i výhody. Je důležité si uvědomit, že se promyšlená investice do služeb firmám z dlouhodobého hlediska mnohonásobně vrátí.

Pro zákazníka je nejdůležitější setkávat se jen s přátelským jednáním. Dobré služby zákazníkům jsou založeny právě na srdečném přístupu jednotlivých osob, tvořící prodejní personál. Některé firmy se soustřeďují jen na poskytování služeb jako takových a tento velice podstatný fakt podceňují ba dokonce ignorují. Způsob, kterým je služba nabízena je stejně důležitý jako samotný výsledek.

Služby jsou nehmataelné, a proto zákazník předem neví jak výsledek dopadne nebo s čím se v průběhu jejich poskytování setká. Terciární sféra představuje významný sektor ekonomiky a rok od roku její význam roste. Je to způsobeno také tím, že současní lidé jsou náročnější, to co by si dříve udělali doma sami, nyní svěřují do rukou kvalifikovaných odborníků. Lidé se stávají zkušenějšími a vyžadují kvalitnější a profesionálnější služby.

V praktické části své bakalářské práce jsem se, s ohledem na dynamický rozvoj služeb, ale zároveň s nerovnoměrně lokálně rozmístěnou poptávkou, rozhodla

analyzovat město Příbram a obec Milín. Na tyto lokality jsem se soustředila, protože ve městě Příbram bydlím a je mi problematika tohoto města blízká. Zmapování situace v odvětví služeb mi rozšíří rozhled a může mi být inspirací v budoucím rozhodování o volbě povolání.

Pro uskutečnění vlastního průzkumu bylo využito dvojího dotazníkového šetření, zaměřeného na zjištění, které služby jsou v dané lokalitě nedostatkové a za kterými musejí místní obyvatelé dojíždět jinam.

2. CÍLE A POUŽITÁ METODIKA

Cíle

Hlavním cílem bakalářské práce je analyzovat nabídku a poptávku služeb ve městě Příbram a v obci Milín. Na základě provedení průzkumu navrhnout lepší způsob nabídky služeb a účelnější způsob vedoucí ke zvýšení kvality poskytovaných služeb jako takových.

Cílem je, dokázat efektivně využít získaná data ke stanovení portfolia služeb a také odhalit, které služby daná lokalita postrádá. Toto zjištění by představovalo velký potenciál pro podniky hledající uplatnění na trhu. Následné doplnění služeb, by umožnilo zvýšit zaměstnanost a celkovou ekonomiku. Jestliže se podaří do oblasti přilákat nové investory, poroste zájem návštěvníků (větší atraktivita lokality), ale především se zlepší podmínky a spokojenost jednotlivých obyvatel.

Díličí cíle práce jsou zjistit co obyvatelům na Příbramsku nejvíce schází, odhalit jaké služby ve městě Příbram a obci Milín chybí, zjistit jakou službu by místní obyvatelé chtěli mít ve své obci či městě, zjistit za jaké služby jsou lidé ochotni připlatit a odhalit, které služby jsou pro danou lokalitu nejvíce nedostatkové.

Podstatou práce je, navrhnout nejvhodnější způsob nabídky služeb pro tuto lokalitu.

Použitá metodika

Metodický postup bakalářské práce byl následující:

1. Základní charakteristika lokality

V první etapě se budu věnovat stručné charakteristice středočeského kraje a města Příbram. Krátce popíši i obec Milín, kterou jsem pro srovnání také využila ve svém dotazníkovém šetření. Zmíním se o historii regionu a jeho současném postavení.

Stručně představím hlavní dominanty lokality, ale především se zaměřím na výčet jednotlivých služeb zde nabízených.

2. Provedení marketingového výzkumu nabídky a poptávky služeb

Ve druhé části práce se budu soustředit na sběr primárních údajů. Na základě sestaveného dotazníku budu shromažďovat informace, které následně zanalyzuji. Tyto informace získám prostřednictvím přímého dotazování občanů.

Hlavním účelem dotazníku, je provedení průzkumu nabídky a poptávky služeb na Příbramsku a Milínsku. Budou osloveni respondenti bez ohledu na věk a pohlaví. Jedinou podmínkou bude, aby žili v již zmiňované oblasti, protože znalost dané lokality je v tomto směru nezbytná. U jednotlivých respondentů, kteří budou souhlasit s vyplněním dotazníku bude nutné vysvětlení dané problematiky.

3. Analýza dat

Tato část je velmi podstatná pro celkovou správnost šetření. Jednotlivé kroky analýzy budou popsány až v samotném závěrečném rozboru práce. Analýzou budu zkoumat mnou již dříve zjištěná data tak, aby bylo možno objevit skutečnosti, souvislosti a závislosti nezbytné pro řešení problematiky.

4. Návrh způsobu nabídky služeb a jeho portfolia

V závěrečné části práce bude nutné zhodnotit to k čemuž se dospělo. Všechny části práce jsou velmi důležité, jakákoliv chyba může způsobit odklon od reality. Ale tato část je nejdůležitější, a to z toho důvodu, že se prokáže zda vytýčený problém byl vystižen či nikoliv. Bude nezbytné nalézt nejvhodnější způsob nabídky služeb na Příbramsku a navrhnout možná řešení.

3. LITERÁRNÍ PŘEHLED

3.1 Historie ekonomiky služeb

Předpoklady pro vznik služeb jsou spojeny s postupným vydělováním a ekonomickým osamostatňováním určitých činností v rámci postupující dělby práce. Z historického hlediska lze jen těžko určit, které služby kdy vznikly. Jejich prvopočátky, ale nalezneme ve většině lidských činností.

Největším zlomem byl konec 2.světové války, který sebou přinesl velké sociální a ekonomické změny, ty se projevily právě v oblasti služeb. Došlo k rapidnímu nárůstu spotřeby služeb osobních. Lidé začali utrácet větší část svých příjmů za cestování, stravování v restauracích a za další služby, související především s trávením volného času. **Konec 20. století se dá nazvat stoletím postindustriálním nebo také stoletím služeb.**

Na základě stále se zvyšující poptávky po službách (komunikaci, zdravotnictví, vzdělání), dochází v životě člověka jako jednotlivce i v životě celé společnosti k značným změnám. Mění se potřeby lidí, pojetí a styl života, životní úroveň se stává faktorem ekonomického růstu. Dochází k velkému nárůstu spotřeby osobních služeb, což má za následek zvyšující se podíl zaměstnanců v tomto odvětví.

Spotřeba osobních služeb za posledních let vzrostla o více jak 20 %, přičemž stejný procentuální nárůst byl zaznamenán i u počtu zaměstnanců pracujících ve službách.

Růst odvětví služeb byl ovlivněn ekonomickými, politickými, ale hlavně demografickými a sociálními změnami:

Demografické změny

- růst životních nároků a očekávání (nové způsoby trávení volného času)
- rozvoj nových měst, regionů, infrastruktury (strukturální změny)
- pokles podílu venkovského obyvatelstva
- faktor urbanizace (Kolektiv, 2001)

Sociální změny

- růst zaměstnanosti žen - přesun domácích prací mimo domácnosti (rozvoj služeb rychlého stravování, péče o děti)
- dvojitý příjem domácností (zvýšení poptávky po osobních službách)
- růst životní úrovně (více peněz na zábavu, cestování)
- větší důraz na ekologii
- více volného času a nové způsoby oceňování vlastního času
- náročnější spotřebitelský vkus (spotřebitelé srovnávají služby - potřeba lepší kvality a většího výběru)
- zvyšující se ambice (zdokonalování znalostí a dovedností, možnosti dalšího vzdělávání)
- růst poptávky po komplexních službách (Payne, 1996).

Dnes sektor služeb už není tím druhořadým odvětvím, kterým byl na počátku druhé poloviny 20. století. Dostává se stále více a více do ohniska zájmu a zabývá se činnostmi, které vedle toho, že uspokojují řadu základních potřeb zákazníka, zvyšují i bohatství země (Horáková in Kolektiv autorů, 1998).

3.2 Charakteristika a význam služeb

Obecně lze říci, že služby:

1. tvoří vysoký podíl na HDP
2. jsou základnou pro konkurenceschopnost produkce
3. způsobují rozvoj terciéru
4. stávají se hlavním nástrojem diferenciací nabídky
5. zvyšují zaměstnanost
6. zvyšují kvalitu života občanů
7. jsou předmětem koupě a prodeje
8. jsou činnostmi uspokojující různé potřeby

3.3 Vymezení pojmu služba

Vzhledem k tomu, že služby jsou velice heterogenní skupinou činností, je velice obtížné nalézt dostatečně odpovídající a přesto výstižnou definici, která by dokázala pojmut , „zaobalit“ a zároveň zobecnit danou problematiku.

Definice služeb od Philipa Kotlera je nevíce užívaná, setkáme se s ní v celé řadě publikací. Zdá se být nejvíce praktická a vystihuje vše podstatné, proto ji uvádím na prvním místě.

Služby lze definovat

Služba je jakákoliv 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 (Kotler, 2001).

Služby jsou nemateriální zboží (také neviditelné zboží), které nelze tak jako materiální zboží vyrábět do zásoby, nýbrž poskytovat přímo poptávajícímu. Služby jsou nehmotné a vyžadují určitou interakci se zákazníkem nebo s jeho majetkem. Jedná se např. o vzdělání, zdravotní a sociální služby, letecké služby, opravny, hotely, kadeřnictví atd. V rozvinutém hospodářství stoupá podíl služeb na celkové zaměstnanosti a na hrubém domácím produktu. Na rozdíl od hospodářských odvětví, jež produkují hmotné zboží, jsou možnosti stupňování produkce v sektoru služeb omezeny možnostmi personálu. Z toho vyplývá, že toto a rostoucí poptávka po službách způsobuje nadprůměrné sloupání jejich cen. Mezi důležitá odvětví služeb lze zařadit: banky, pojišťovny, obchod, dopravu, zpravodajství atd. Krom toho do sektoru služeb v širším slova smyslu také patří všechny druhy svobodných povolání, správní jednotky, instituce (státní a soukromé) a neziskové organizace (Universum, 2001).

Služba je činnost, která v sobě má určitý prvek nehmotnosti a vyžaduje určité vzájemné působení mezi zákazníkem nebo jeho majetkem. Výsledkem služby není převod vlastnictví. Služba může vést ke změně podmínek a její produkce může či nemusí být úzce spojena s fyzickým produktem (Payne, 1996).

Je dobré si uvědomit, že tyto tři definice v sobě skrývají stejnou podstatu, stejné jádro. Pro zákazníky není důležitá definice služeb. Daleko důležitější je jejich podstata a forma, v jaké jsou zákazníkovi (nám) nabízeny.

3.4 Vlastnosti služeb

Službám je přisuzováno mnoho vlastností, ale mezi ty nejzákladnější charakteristiky, které odlišují služby (nehmotné statky) od výrobků (statků hmotných) patří ty, o nichž se zmiňují v dalších odstavcích.

Nehmotnost (nehmatatelnost) – služby jsou nehmotné, tudíž je nemůžeme před koupí ohmatat, prohlédnout, ochutnat, poslechnout nebo očichat. Služby jsou tedy i do značné míry abstraktní. Nehmotnost je jedna z nejcharakterističtějších vlastností služeb od níž se odvíjejí jejich další vlastnosti.

Vzhledem k nehmatatelnému charakteru služeb je třeba, aby firmy nabídly hmatatelné důkazy služby, nabídly rozšířenou či zvláštní službu. Zdůraznili jejich přínos, pokusili se co možná nejvíce zvýšit hladinu jejich hmotnosti, ukazovali prospěch či vhodnost pro požadované užití.

Někteří poskytovatelé služeb přišli na to, že by se toho dalo využít a začali si účtovat vyšší ceny za doprovodné zhmotnělé atributy služeb. Příkladem by mohly být vzdělávací instituce, které absolventům po skončení studia udělují diplomy. Tito poskytovatelé proto logicky využívají této výhody a za své „nadstandardní služby“ požadují i vyšší ceny než jiné instituce, které tyto zhmotnělé symboly své činnosti nemohou prezentovat.

Nedělitelnost – výroba a spotřeba služeb většinou probíhá společně a za účasti zákazníka. Z toho vyplývá, že jsou vytvářeny a konzumovány současně. Jestliže se chceme vzdělávat, navštěvujeme univerzitu, jestliže se podrobíme lékařskému chirurgickému úkonu, musíme vstoupit ve styk s chirurgem atd. (Horáková in Kolektiv autorů, 1998).

Tato vlastnost také často bývá spojována nebo dokonce zaměňována s méně publikovanou vlastností - neoddělitelnost od poskytovatele.

Jak Parmová uvádí zde je služba vázána na schopnosti jejího poskytovatele nebo na jeho kapacity a hlavně na schopnosti spolupracovníků poskytovatele, kteří přicházejí do kontaktu se zákazníkem a službu přímo provádějí. Od těchto schopností poskytovatele se pak následně odvíjí kvalita provedené služby.

Většina autorů tyto dvě vlastnosti pojmenovávají souhrnným termínem **nedělitelnost**.

Stejně jako předchozí vlastnost, tak i těchto, by firmy měly dokázat využít. A to například poskytováním kompletní nabídky služeb, uspokojováním více potřeb v rámci daného sektoru, využitím individuálního přístupu atd.

Proměnlivost (heterogenita) – služby nejsou standardní, závisejí na tom, kdo, kdy, a kde je poskytuje. Například jejich provedení a kvalita ve většině případů závisí na lidech, kteří je zajišťují. Kvalita služby nemůže být objektivně určena stejným způsobem, jako je kontrolován výrobek, aby se zaručilo, že odpovídá přesně předem stanovenému standardu. A protože lidé mají různé schopnosti, jsou rozdíly i v jejich výkonu v jednotlivých hodinách, dnech i místech.

Výhoda této vlastnosti by mohla spočívat například v tom, že firma bude provádět pečlivý výběr, výcvik a sledování zaměstnanců. Bude modernizovat proces poskytování služeb atd.

Pomíjivost (zničitelnost) – nehmotnost služeb vede k tomu, že je nelze skladovat, rezervovat, uchovávat, znovu prodávat nebo vracet. Jak Pouzarová, (1998) uvádí jejich užitná hodnota je příliš krátká. Pokud však bude služba poskytnuta kvalitně, zákazník se rád vrátí, naopak nekvalitně poskytnutá služba zákazníka odradí od dalších pokusů kontaktovat daného poskytovatele.

Nemožnost vlastnictví – stejně tak jako předchozí vlastnosti služeb i tato je podmíněna nehmotností, ale i pomíjivostí. Při nákupu služby zákazník nezískává žádné vlastnictví. Nemožnost vlastnictví služeb je důsledkem, že zákazník vlastní pouze právo na poskytnutí služby a službu přinášející krátké distribuční kanály.

Výhoda této vlastnosti, souvisí s managementem. Ten by měl umět dokázat zdůraznit přednosti nevlastnění, spočívající například v možnosti substituce služeb za zboží (Janečková, Vašíková, 2000).

Ze zásadních charakteristik služeb vyplývají tyto důsledky:

a) zákazník nezná výsledek předem

To, že zákazník nezná výsledek předem neznamena, že si nemůže udělat představu na základě názorů nebo postojů jiných zákazníků. Dále také může mít zkušenosti vycházející z nákupu podobného typu služby. Své úsudky a závěry si většinou dělá na základě míst, kde je služba poskytována, podle lidí, kteří ji poskytují, podle toho, jaké používají stroje a zařízení při vlastním poskytování, na základě propagačních materiálů a rovněž podle ceny, která je za službu požadována. Přesto všechno neurčitost výsledku zůstává stejně jako chybí i prvek vlastního vyzkoušení.

b) zákazník nemá zaručenou vždy stejnou kvalitu poskytované služby

Kvalita služeb je velmi problematickou kategorií a často spornou otázkou v rámci poskytování služeb pro jejich poskytovatele. Kvalita totiž v tomto případě nemůže být objektivně určena a kontrolována jako u výrobku, kde je stanovena příslušnými normami. U služeb je pojem jejich kvality relativní a je definován především zákazníkem, ne poskytovatelem. Je to zejména očekávání zákazníka, které limituje kvalitu služby.

Podle Hesketta jsou výsledek a proces, ve kterém jsou služby poskytovány, součástí tzv. kvality služeb. Proto vynikající firmy věnují stejně tolik pozornosti způsobu dodání služby jako dosažení žádoucích výsledků.

c) zákazník je hlavním aktérem při poskytování služby – participuje na „výrobě“ služby

Služba nemůže být poskytována izolovaně od osoby jejího poskytovatele, většinou též vyžaduje i účast klienta. Poskytovatel se v podstatě stává součástí poskytované služby. Poskytovatelé služeb potřebují alespoň personál standardní kvality, pokud možno „nadstandardní“ standard personálu. To znamená vybrat správné lidi, ty dále vychovávat, cvičit a motivovat.

d) zákazník bývá uspokojen v průběhu určitého časového období

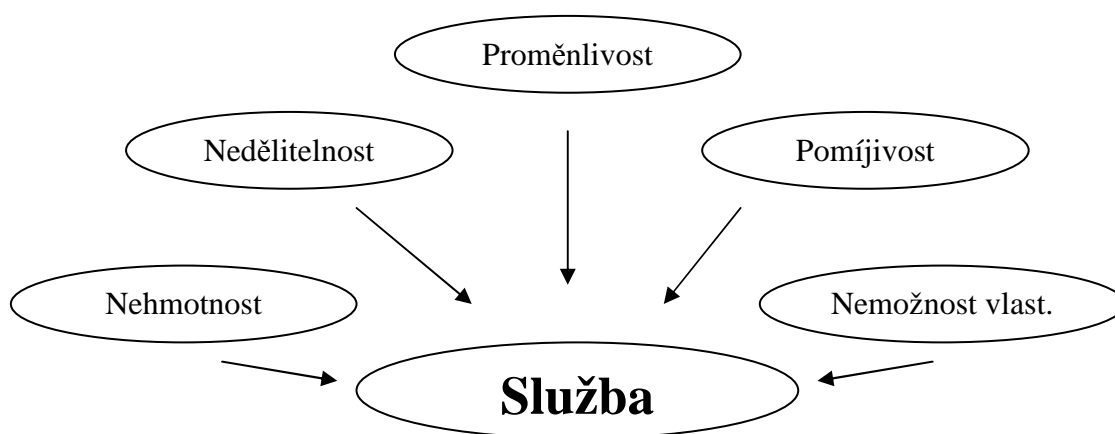
e) zákazník si nemůže koupit službu ze skladu

- f) pro zákazníka koupě služby neznamena „úplný vlastnický vztah“ (neexistence patentové ochrany a neexistence typických vlastnických vztahů)
- g) zákazníkovi nelze poskytovat vzorky služeb
- h) služby nelze balit, vrátit, skladovat, ohmatat ...

Protože, je služba neskladovatelná, je nezbytné usilovat o vyrovnaný vztah mezi nabídkou a poptávkou (Horáková in Kolektiv autorů, 1998).

Na závěr je třeba podotknout, že mezi danými vlastnostmi služeb existuje i jistá kontinuita neboli souvislost. Každá služba je specifickou kombinací vlastností, které jsou v ní v určitém poměru zastoupeny. Jednotlivá služba však nemusí obsahovat všechny vlastnosti.

Obr.č. 1: **Kontinuum základních vlastností služeb**



Zdroj: Marketing služeb (Payne, 1996).

3.5 Kategorizace služeb

1. **Pouze hmotné (čisté) zboží** – nabídka je složena pouze z hmotného produktu. S hmotným produktem nejsou poskytovány žádné služby.
2. **Hmotný produkt spolu se službou** – zboží je nabízeno spolu se službami (jednou nebo více). Tyto služby mají zvýšit přitažlivost zboží pro spotřebitele.

3. **Hybrid** – nabídka se skládá ze dvou stejných částí, ze zboží a služeb.
4. **Hlavní služba spolu s malým podílem zboží a dalších drobných služeb** - v nabídce převládá služba s spolu s ní je nabízen i malý doplněk ve formě zboží nebo ve formě další drobnější služby.
5. **Čistá služba** – zde se nabídka skládá pouze ze služby (Kotler, 2001).

Z této kategorizace jasně vyplývá, že je velmi obtížné obecně hovořit o službách. Proto se tato oblast dá jen velmi těžko definovat či generalizovat.

3.6 Poptávka po službách

Velká část potřeb, které jsou uspokojovány službami, se na trhu projevuje jako poptávka. Je projevem koupěschopných potřeb obyvatelstva na trhu, které odpovídají dosažené životní úrovni a existující nabídce služeb. Rozsah potřeb, které vcházejí do poptávky, je především omezen:

- objemem disponibilních finančních prostředků obyvatelstva
- cenovou hladinou služeb

Na první pohled se poptávka na trhu projevuje jako subjektivní činnost, ale v konečném výsledku je souhrnem objektivních vztahů mezi výrobou, rozdělováním, směnou a spotřebou.

Poptávka se zároveň ve svém obsahu značně modifikuje, což je dáno především vlivem mimoekonomických vlivů. K těmto mimoekonomickým vlivům například patří:

- individuální psychologické činitele
- subjektivní sociologické činitele

3.6.1 Faktory ovlivňující poptávku

- cena
- potřeby obyvatelstva a jejich vývoj
- nabídka služeb na trhu
- změny v preferencích (zvyky, móda)

- změny velikosti důchodů (mzdy zaměstnanců, renta vlastníků půdy, úroky a zisky vlastníků kapitálu)
- změny cen jiného zboží a služeb (substituty, komplementy)
- demografické vlivy (věk, pohlaví, rodinný stav – změny v charakteristikách kupujících)
- kvalita služeb

Samotná poptávka bez nabídky nebo samotná nabídka bez poptávky však nemají smysl. Podstatou trhu je vzájemná interakce (střet) nabídky a poptávky (Švarcová, 2001).

3.7 Nabídka služeb

Je zřejmé, že sortiment nabídky služeb nikdy nebude zcela shodný se sortimentem služeb, který požaduje poptávka. Důležité však je, aby nabídka tento rozdíl překonávala, a pokud jde o rozsah a kvalitu služeb, vycházela vstříc požadavkům spotřebitelů.

Výrobci mají těžkou pozici v tom, že dopředu neznají vývoj trhu (poptávku) ani rovnovážnou cenu. V okamžiku vývoje služby, ještě ani většina zákazníků netuší, že budou mít potřebu tuto službu čerpat. Proto je pro výrobce nutné sledovat i tzv. vznikající poptávku. Ta zahrnuje koupěschopné potřeby tvořící se právě vlivem nabídky nových druhů výrobků a služeb. Na poptávku po službách má u obyvatelstva také značný vliv: reklama, propagace, inovace - zdokonalování již existujících služeb, móda, zvyklosti, změny v životních podmínkách obyvatel a v neposlední řadě i vědeckotechnologický pokrok.

Jak Kotler uvádí nabídka služeb by měla mít inovované vlastnosti, kterými se liší od konkurenčních. Firmy působící v této oblasti by měli umět nejen diferencovat – odlišit svou nabídku, ale také pečovat o jakost poskytovaných služeb tak, aby splnily nebo překonaly očekávání zákazníků.

Důležitá je i péče o produktivitu práce zaměstnanců (např. se mohou starat o jejich kvalifikaci). Dále firmy mohou:

- inovovat služby zaváděním nových produktů
- zvyšovat kvantitu poskytovaných služeb při zachování určité úrovně jakosti
- vymýšlet efektivnější postupy poskytování služeb
- využívat iniciativy zákazníků a nahrazovat práci firmy prací zákazníků
- zavádět technologie, které šetří čas a peníze

(Kotler, 2001)

3.7.1 Faktory ovlivňující nabídku

- cena
- poptávka služeb na trhu
- náklady výroby a obchodu (dražší suroviny a energie)
- změny vnějších podmínek podnikání (organizace trhu, počasí pro zemědělce)
- změny kapitálové výnosnosti (přelévání kapitálu např. dle vyšší výnosnosti v daném odvětví) (Švarcová, 2001).

V tržních ekonomikách je nabídka služeb velmi široká a velice rozmanitá, liší se nejen typem a rozměrem poskytovaných služeb, ale i jejich obsahem. Odvětví služeb je v tržních ekonomikách extrémně rozlehle. Poskytuje je sektor soukromý i veřejný, organizace ziskové i neziskové. Důraz na sektor služeb neklade jen zákazník, ale i jejich poskytovatel (Horáková in Kolektiv autorů, 1998).

3.8 Poptávka versus nabídka

Pro zajištění optimální shody ve struktuře poptávky a nabídky, je nutno zajišťovat analytickou a prognostickou činnost v oblasti vývoje poptávky obyvatelstva po službách. Jde tedy například o maximální zachycování jednotlivých trendů.

K výzkumu předběžné poptávky je nutno využít řady metod. Mohou to být např. dotazníky, ankety či jiné druhy šetření. Důležitost těchto předběžných průzkumů spočívá ve zjištění souladu mezi potřebami obyvatelstva na jedné straně a možnostmi jejich uspokojování na straně druhé. U všech metod je však nezbytné znát účel a cíle výzkumu. Například dotazník není možno dobře sestavit pokud není naprosto jasné, jaké informace jsou nutné k dosažení cílů výzkumu (Zbořil, 1994).

Jedinou velkou nevýhodou dotazníkového šetření je, že můžeme oslovit jen omezený počet osob. Většinou totiž potřebujeme znát názory a postoje obyvatel města a chceme získat spíše kvantitativní výsledky než výsledky kvalitativní (Janečková, Vašítková, 1999).

Na základě předběžných průzkumů může výrobce zjistit nebo odhalit:

- samotné představy zákazníků (o službě i o nabídce)
- nedostatky v sortimentu
- důvody nevyužívání služeb
- zdali jsou zákazníci spokojeni s kvalitou služeb
- zdali jsou zákazníci spokojeni s dostupností a pohotovostí
- a další důležité informace

Využití výsledků výzkumu spotřebitelské poptávky má význam z hlediska zjištění stavu v oblasti uspokojování potřeb obyvatelstva a jeho spokojenosti. Předběžný výzkum nejenže dokáže odhalit mezery v nabídce, ale také umožňuje na základě zjištěných tendencí a trendů zpracovat prognózy budoucího vývoje včetně jeho zohlednění při sestavování podnikových plánů.

Strana nabídky by neměla tento prvotní krok, skrývající se v předběžném výzkumu, podceňovat, ale naopak by se měla snažit z něho vytěžit co možná nejvíce. Jestliže výrobci budou vyrábět to co lidé chtějí, to o co skutečně stojí, je jasné, že to firmě umožní daleko větší prosperitu. Většina firem si proto volí výhodnou strategii, která spočívá v nabídce celé palety služeb. Jestliže se firmě nepodaří uspět s jedním typem služby, může se úspěch dostavit s jiným.

3.9 Portfolio služeb

Jak Parmová uvádí dnes už je jen velmi málo podniků na trhu nabízejících jedinou službu, obvykle nabízejí tzv. portfolio služeb. Toto portfolio může být výsledkem okamžité reakce na kroky konkurenta, na změny technologií nebo může jít o výsledek akvizic a slučování.

Portfolio služeb lze charakterizovat

- šířkou (rozsahem nabízených druhů služeb)
- hloubkou (rozsahem variant služeb v rámci jednoho druhu)

Aby strana nabídky byla úspěšná, musí se umět sama sebe ptát,

1. jaké výhody klienti od služby očekávají
2. jaká je stávající nebo budoucí dostupnost zdrojů pro uspokojování těchto potřeb službou
3. jaké výhody nabízí produkt ve srovnání s konkurencí
4. zda poskytuje konkurence svým produktem větší výhody a zda to je příčinou ztrát naší organizace
5. jestli dokáže ta či ona služba přinášet organizaci dostatečně velký zisk
6. zda se dostává služba k cílovým zákazníkům (především veřejná služba)

3.9.1 Tvorba optimálního portfolia služeb

Po zodpovězení uvedených otázek nastává pro firmy fáze tvorby optimálního portfolia, která má následující dílčí kroky :

- výběr výhodné služby do produktového mixu
- stanovení optimálního rozsahu nabízeného sortimentu
- rozpoznání služby přinášející nejvyšší zisk
- vytvoření co nejlepší pozice na trhu pro svou nabídku

Dalším nezbytným krokem při sestavování optimálního portfolia služeb je analýza zdrojů, které budou muset být využity odlišně s ohledem na zvolenou strategii.

Tyto strategie jsou

1. strategie prodeje **většího množství existujících služeb stávajícím klientům** (zdroje jsou známé, víme jaké je vytížení kapacit i postavení na trhu a máme možnost opřít se o stálé zákazníky)
2. strategie prodeje **stávajících služeb novým klientům** (známe stávající kapacity, ale trh není ustanoven)
3. strategie prodeje **nových služeb novým zákazníkům** (existuje tržní potenciál, ale dosud nebyly zajištěny kapacity a zařízení)
4. strategie prodeje **nových služeb stávajícím zákazníkům** (dosud nebyly zajištěny kapacity, ale zdrojem je současné postavení na trhu)
(Parmová, 2004).

V případě, že služba pro podnik není dostatečně efektivní, neměly bychom se bát **inovace**. Pouze patřičnou modifikací a doplněním portfolia si firma zachová svou konkurenceschopnost. Dalšími pozitivními důvody inovací pro firmu mohou být: využití nadbytečných kapacit, snížení rizika (omezení závislost na několika málo službách) atd.

Opakem zavádění nových či inovovaných služeb na trh je též velmi důležitá činnost, a tou je **stažení služby** z trhu. Toto je nutné provést jednak ve fázi degenerace služby nebo při nízkém zájmu o ni již při jejím zavádění. Především negativní výsledky rentability služby, firmě napoví, že se tato fáze blíží.

Efektivní sestavení portfolia služeb má hlavní vliv na ziskovost podniku, a proto je pro firmu životně důležité, se předem touto problematikou detailně zabývat a objasnit si, co vlastně od portfolia očekává. Jaké výhody (plynouce z portfolia) může nabídnout svým potenciálním zákazníkům ve srovnání s konkurencí.

3.10 Proces poskytování služeb

Na počátku procesu poskytování služeb dochází k setkání zákazníka se službou. V praxi to znamená, že zákazník přichází do styku s poskytovatelem služeb, dále pak s jeho zaměstnanci, s jeho prostředky, pomocí kterých služby poskytuje, s jeho

pracovními postupy atd. Mezi zákazníkem a poskytovatelem služeb dochází ke vzájemnému působení a ovlivňování – ke vzájemným výměnám.

3.10.1 Vzájemné výměny

Zákazník

- má představu o službě, o kterou se uchází a o její hodnotě
- přichází do styku s personálem poskytovatele, s jeho výrobními prostředky, s jeho technologiemi a pracovními postupy
- počítá s výdaji za služby

Poskytovatel služby

- navrhuje způsob a řídí vlastní poskytování služby
- podporuje vzájemné ovlivňování se a vzájemné vztahy a snaží se je využít
- snaží se vytvořit loajalitu mezi účastníky procesu poskytování služeb
- snaží se o co nejvyšší výnosnost služby (zisk a opakované poskytování)

Poskytování služby je složitý proces, jelikož poskytovatel potřebuje znát kritéria zákazníka a rovněž potřebuje identifikovat očekávání cílového zákazníka s ohledem na specifika příslušné služby. Podle Světlíka, (2003) se jedná o náročný proces, který v sobě zahrnuje především kontakty mezi lidmi.

Výsledek poskytování služby je často velmi těžko definovatelný, nejdříve musí proběhnout tři základní momenty, které výrazně poznamenají uspokojení zákazníka a které se musí marketing ve svém úsilí upokojit zákazníka snažit podchytit a ovlivnit.

1. První setkání se službou

První dojem a první zkušenosti se službou mají většinou značný vliv na hodnocení poskytované služby. Názor, který si zákazník udělal v prvních okamžicích, velmi těžko mění. Přesvědčit ho o opaku je obtížné.

2. Vlastní proces poskytování služby

Příznivé skutečnosti a vhodné okolnosti při vlastním poskytování služby silně podpoří dobrý první dojem. Ovšem jestliže po nedobrému vstupu následuje nevýrazná služba s nic neříkajícím stupněm kvality a s ne příliš vstřícným personálem, může se celkové hodnocení služby ocitnout na velmi nízkém stupni.

Poskytovatel by ovšem neměl spoléhat pouze na imponující vstup. Pokud není kombinován s dobrou podstatou vlastního provedení, nemusí mít za následek zákaznickou spokojenost a věrnost.

3. Závěrečný dojem z poskytované služby

Uskutečnění poskytování služby může rozhodnout především v případech jistého váhání nebo určitých pochybností o celkovém výsledku. Poslední dojem sám ovšem nemůže být podkladem pro zákaznickou loajalitu.

Náprava selhání služby a poskytnutí záruk u služeb je podstatně složitější než u hmotného výrobku. Jestliže vyrábíme a prodáváme klasický hmotný výrobek, potom předpokladem poskytnutí záruky je jeho důkladné testování a důsledná kontrola ještě před samotným prodejem a možnost vrácení do výroby na opravu při selhání. Jak ovšem opravit nebo poslat zpět do výroby nedobře provedenou službu?

Spokojenost zákazníka je možné u řady služeb zaručit určitým standardem, kterého musí být dosaženo. Při poskytování záruky v oblasti služeb je velmi podstatné znát stupně důležitosti, které zákazník připisuje jednotlivým prvkům poskytovaných služeb. Smysluplná a reálná záruka vzbuzuje důvěru zákazníka v poskytovatele.

Při poskytování služeb je potřeba, snad ještě ve větší míře než u výrobku, vyslechnout nespokojeného zákazníka a vyjít vstříc jeho nárokům.

Nespokojení zákazníci, kteří si formálně nestěžují, se velmi často svěřují se svými špatnými zkušenostmi dalším potenciálním zákazníkům. Naopak svou spokojenost svěřují jen velmi zřídka. Proto je velmi podstatné snažit se o to, aby zákazník sdělil své negativní pocity a zkušenosti a projevil svou nespokojenost především vedení podniku. Podání stížnosti zákazníkem je předpokladem pro nápravná opatření, která budou následovat po provedení analýzy příslušných úseků procesů, v rámci kterých se služba poskytuje. Dobré podniky by měly brát stížnosti za jedny z nejdůležitějších informací, které jsou dostupné poskytovatelům služeb a považovat je za základ pro nápravu.

Měli by umět naslouchat stížnostem svých klientů a povzbuzovat je v této činnosti různými způsoby (Horáková in Kolektiv autorů, 1998).

3.11 Současná problematika služeb

Služby jsou technicky na mnohem vyšší úrovni než tomu bylo před několika lety a přesto je neustále upozorňováno i v současnosti na to, že služby nejsou na odpovídající úrovni. Při podrobném zkoumání tohoto problému bylo zjištěno, že to „špatné“ při poskytování služeb je téměř vždy spojeno s lidmi. Většinou to nesouvisí s technologiemi a s možnostmi, které technologie a technika poskytují. Služby jsou tedy rychlejší i rozmanitější, zvyšuje se jejich úroveň především tam, kde jsou dodávány technickými prostředky, ale bohužel nejsou dodávány ochotně, se smyslem pro potřebu zákazníka, chybí zdvořilost a schopnost budit důvěru. Nejkritičtější bodem při poskytování služeb jsou tedy dnes lidé (bohužel výzkumy prokazují, že tomu tak bude i v budoucím období). Lidský faktor představuje značný problém už při získávání nových zdrojů pracovních sil. Pro poskytovatele služeb to znamená velmi pečlivý následný výběr z možných zdrojů. Poskytovatelé služeb by měli vybírat takové jedince, kteří mají nejen technické dovednosti, ale i lidské předpoklady. I ze strany manažerů je nezbytné věnovat zvýšenou a systematickou pozornost zvyšování nejen manuální dovednosti a zručnosti zaměstnanců, ale i obecnému vzdělání a způsobům chování, které ovlivňují konečné uspokojení zákazníků (Horáková in Kolektiv autorů, 1998).

3.12 Efektivnost služeb v rámci ekonomiky

Sektor služeb je velice rozmanitý a značně rozsáhlý a přesto stále vznikají nové a nové typy služeb. Růst tohoto sektoru je pravděpodobně jedním z nejvýraznějších rysů moderní společnosti. Podílí se na růstu životní úrovně, na růstu zaměstnanosti i na tvorbě hrubého domácího produktu či hrubého národního produktu.

1. Vztah služeb k životní úrovni

Životní úroveň je společensko-ekonomická kategorie, která má dynamickou povahu a historicky se vyvíjí. V ekonomické literatuře existuje značné množství definic

k vymezení tohoto pojmu. Některá pojetí zužují pojem na souhrn zboží a služeb, který je obyvatelstvu k dispozici v určitém čase, jiní autoři vysvětlují životní úroveň jako materiální a kulturní rozvoj obyvatelstva (životní standard).

Úloha životní úrovně v životě člověka i v celé společnosti, spočívá především v zabezpečování hospodářského rozvoje. A právě služby patří k důležitým komponentům v tomto procesu. Pro vyspělou společnost je typické, že roste podíl služeb na uspokojování potřeb obyvatelstva a tím roste i jejich význam v životní úrovni. Služby pro společnost představují určitou formu realizace jejich cílů. Cíle v oblasti konečné spotřeby, které vycházejí z relativně vysoké úrovně rozvoje, je třeba orientovat na rozšiřování podílu potřeb vyššího řádu a jejich plynulejším a rovnoměrnějším uspokojování. Rozvoj životní úrovně se začal projevovat:

- růstem poptávky po službách
- růstem významu kvalitativních stránek spotřeby
- růstem významu pracovních podmínek
- růstem životního prostředí

V neposlední řadě vzrůstá i váha volného času v souvislosti s rostoucí kvalifikací a vzdělaností obyvatelstva. Význam služeb neustále roste a v souvislosti s životní úrovní zaujímá obzvláště důležité místo.

2. Zaměstnanost ve službách

Ve službách má rozhodující úlohu pracovník se svou kvalifikací, stroje ve většině případů slouží spíše jen k ulehčení jejich práce. Pracovník se svými schopnosti, zručností a uměním má vedoucí postavení v pracovním procesu, založeném na dělbě práce. Služby se dnes podílejí už daleko vyšším procentem na společenské pracovní síle než tomu bylo v minulosti. Z dlouhodobého vývoje struktury pracovních sil lze vyvodit spojitost mezi ekonomickou vyspělostí a rozdělením společenské pracovní síly. Růstem hospodářského pokroku docházelo k přesunu zaměstnanosti ze zemědělství do průmyslu a nyní z průmyslu do služeb a obchodu, tedy do terciárního sektoru vůbec. Tento terciální sektor je v důsledku nízkého technického pokroku značně náročný na pracovní síly. Základním zdrojem posilování terciéru v oblasti zaměstnanosti bude v budoucnu technický rozvoj.

Povolání ve sféře služeb jsou obzvláště vhodná pro ženy, jejichž podíl je zde nadprůměrně vysoký. Tím, že terciární sektor přebírá některé tradiční ženské domácí práce, umožňuje ženám ve velkém měřítku vstup do zaměstnání. Přírůstek zaměstnanosti pak ve značné míře směřuje právě do terciárního sektoru. Pozitivní je fakt, že vedle žen umožňují služby zaměstnávat další kategorie pracovníků kteří by jinde hledali své uplatnění obtížněji (důchodci, osoby se změněnou pracovní schopností).

3. Vztah služeb k hrubému domácímu produktu

Hrubý domácí produkt (dále jen HDP) v sobě zahrnuje oblast služeb, a proto jsem se rozhodla se o něm ve stručnosti zmínit i ve své práci.

Pod pojmem HDP si představíme velikost vyprodukovaných statků a služeb, které měříme v peněžních jednotkách. Hrubý domácí produkt tak umožňuje hodnotit celkové národní hospodářství. Do HDP se započítávají pouze takové statky a služby, které splňují tyto požadavky:

- musí být vyrobeny v daném sledovaném období
- musí být v daném období prodány na trhu
- nesmí být v daném období znovu prodány

Hrubý domácí produkt tedy může být považován jako základní ukazatel měření výkonnosti naší ekonomiky (Klíma, 2006).

4. Životní prostředí a služby

Otázka životního prostředí je věcí nejen módní, ale nesmírně důležitou pro budoucnost. Z tohoto důvodu je nutno provést analýzu produkce odpadu nejen v současnosti, ale i s výhledem na budoucí rozvoj výroby i služeb. Zde se především jedná o diagnózu likvidace všech druhů odpadů a o ekonomické propočty nákladů na odstranění negativních výsledků lidské činnosti (Lednický, 2003).

4. PROFIL LOKALITY

4.1 Základní charakteristika kraje

Středočeský kraj leží uprostřed Čech. Velikostí, počtem obcí i obyvatel patří mezi největší kraje České republiky. Jeho **rozloha zabírá téměř 14 % území ČR**. Celkový počet obcí ve Středočeském kraji v roce 2005 činil 1 146 obcí. Rozloha kraje 11 014 km².

Poloha Středočeského kraje uprostřed Čech významně ovlivňuje jeho ekonomickou charakteristiku. Je to především jeho úzká vazba s hlavním městem a hustá dopravní síť, což činí polohu kraje mimořádně výhodnou. Naopak nevýhodou pro kraj je zřejmá nevyváženost vztahu Prahy (jako metropole celorepublikového významu) a středních Čech (jen jako periférie Prahy).

Pro Středočeský kraj je **charakteristická rozvinutá zemědělská i průmyslová výroba**. Zemědělská výroba těží z vynikajících přírodních podmínek v severovýchodní části kraje, kraj vyniká hlavně rostlinnou výrobou, pěstováním pšenice, ječmene, cukrovky, v příměstských částech pěstováním ovoce, zeleniny a květin.

Stěžejními průmyslovými odvětvími jsou **strojírenství, chemie a potravinářství**. Několika významnějšími podniky je zastoupeno i sklářství, keramika a polygrafie. Ústup zaznamenaly dříve tradiční obory těžba uhlí, ocelářství a kožedělný průmysl.

Ve srovnání s odvětvovou strukturou zaměstnanosti v ČR je v kraji nadprůměrně zastoupena **průmyslová výroba a zemědělství**, naopak podíl stavebnictví a služeb na celkové zaměstnanosti je nižší, **oblast služeb však vykazuje v posledních letech progresivní růst**.

V 1. až 3.čtvrtletí roku 2005 s **průměrnou hrubou mzdou 18 656 Kč** byl kraj v celorepublikovém srovnání na druhém místě, hned za hlavním městem Prahou. Průměrná hrubá mzda vzrostla v kraji oproti roku 2004 o 5,2 %.

Registrovaná míra nezaměstnanosti v rámci kraje je dlouhodobě jednou z nejnižší oproti republikovému průměru. Na úrovni jednotlivých okresů však již existují výrazné rozdíly v nezaměstnanosti, ovlivněné blízkostí Prahy. K 31.12. 2005 bylo na úřadech práce evidováno 40 751 **uchazečů o zaměstnání**, z toho bylo 54,6 % žen. Registrovaná míra nezaměstnanosti zjištěná na základě evidence úřadů práce činila 6,3 %.

Ve Středočeském kraji žilo k 30.9. 2005 podle předběžných výsledků 1 154 193 obyvatel, což znamená oproti stavu na počátku roku přírůstek 10 122 obyvatel. Je to stejně jako v předchozím roce nejvyšší nárůst obyvatelstva ze všech krajů republiky. Celkový přírůstek byl způsoben výhradně migrací.

Míra podnikatelské aktivity je ve Středočeském kraji relativně vysoká a dosahuje v rámci ČR nadprůměrných hodnot. To se týče především ekonomických subjektů. Přínosem pro obyvatele kraje, by byl rozvoj i jiných podnikatelských subjektů, které by jim umožnily otevřít lepší životní podmínky. Ekonomická odvětví dokázaly vytlačit dříve prosperující odvětví regionu, což si nyní lidé do jisté míry uvědomují (internet. zdroj: ministerstvo práce a sociálních věcí, ze dne 08. 11. 2006).

4.2 Celková charakteristika města Příbram

Popisné údaje města

Město Příbram se nachází na úpatí Brd v jihozápadní části středních Čech, cca 60 km jihozápadně od Prahy.



Nejstarší písemný doklad o Příbrami pochází z roku 1216, kdy ji koupil pražský biskup Ondřej. Roku 1406 se stala městem a roku 1579 pak královským horním městem.

Území města o katastrální výměře 33,41 km² je členěno do 9 částí. Počet trvale žijících obyvatel se rok od roku snižuje a v současnosti čítá 35 147 obyvatel. Administrativně je město začleněno do Středočeského kraje.

Příbram má velmi dobré dopravní spojení s hlavním městem, ovšem dopravní dostupnost ostatních regionů ČR je spíše průměrná a v nejbližší době nelze očekávat její výrazné zlepšení (Smolová, 2005).

Polohu Příbrami lze vymezit i vzdáleností od významných měst:

Praha – 60 km

Plzeň – 60 km

Písek – 60 km

Strakonice – 65 km

Tábor – 78 km

Historie a památky města

Město Příbram vznikalo z původního statku a později biskupského sídla na počátku 13. století. Od počátku 16. století se rychle rozvíjela těžba stříbra. Příbram tak světově proslula jako místo nejvýnosnější těžby stříbra v celé habsburské monarchii a stala se sídlem centrálních báňských institucí. Město se začalo zalidňovat a rozrůstat. Po válce se v Příbrami začala rychle rozvíjet i těžba uranu. Po převratu v roce 1989 velké báňské podniky, starobylé doly na stříbro a olovo i novodobé doly na uranovou rudu, zanikly. Město však nadále zůstalo památkem hornických tradic a poutním místem.

Turistika

Turistickou atraktivnost regionu omezuje nízká možnost využití Brd k rekreačním účelům kvůli záboru jejich velké části Armádou ČR.



Mezi nejkrásnější historické pamětihodnosti patří slavné poutní místo Svatá Hora, jenž je neodmyslitelnou kulisou města. Svatá Hora je národní kulturní památkou a jedinečným klenotem českého baroka z poloviny 17. století. Příbram spojuje se Svatou Horou unikátní stavba krytých schodů. Uměleckou chloubou Svaté Hory je proslulý oltář ze stříbra vytěženého v březohorských dolech. K dalším historickým objektům patří příbramský Zámeček, kostel sv. Vojtěcha, socha sv. Jana Nepomuckého, děkanský kostel sv. Jakuba či kostel sv. Prokopa (Brožura - Příbram na víkend). Podrobnosti o jednotlivých památkách jsou uvedeny v příloze práce (příloha č. 3).

Zemědělství

Význam zemědělství je z hlediska zaměstnanosti i podílu na vytvořeném produktu spíše doplňkový. Významné je pěstování a těžba dřeva. Rozsáhlé lesní komplexy se nacházejí zejména v oblasti Brd.

Průmyslová výroba

V minulosti byla průmyslová výroba mikroregionu reprezentována především důlní činností a těžkým průmyslem. Volná pracovní síla byla v první polovině 90. let částečně využita při vzniku nových podnikatelských subjektů.

Nejvýznamnějším zaměstnavatelem regionu je společnost **KOSTAL CR, s.r.o.** se sídlem v Hořovicích, která se zabývá výrobou elektrických součástek do automobilů a zaměstnává 794 osob. V samotném městě Příbram je významná společnost **KOVHUTĚ Příbram, a.s.**, výhradní český zpracovatel olověného odpadu s 281 zaměstnanci. Společnost **RAVAK, a.s.** s 491 zaměstnanci je největším výrobcem akrylátových van a sprchových koutů ve střední Evropě. Společnost **DISA Industries, s.r.o.** zaměstnává 306 osob a je dodavatelem slévárenských technologií, tryskacích strojů s metacími koly a průmyslové filtrace. **MASNA Příbram, spol s.r.o.** získala certifikát systému kritických bodů pro výrobu masa a masných výrobků, díky němuž je oprávněna vyvážet i na evropské trhy (385 zaměstnanců). K dalším významným firmám Příbramska patří společnost **ZAT, a.s.**, státní podnik **DIAMO, Halex, spol.s.r.o.** a další.

Město Příbram zahrnuje do svého územního plánu dostatečné plochy pro rozvoj podnikání. Hlavní průmyslová zóna Balonka je situována na severu města. Dosud je obsazeno cca 50 % plochy zóny, k nejvýznamnějším investorům patří RAVAK, DISA, Stavebniny Bierhanzl, Halex, atd.

Terciální sféra

Městskou hromadnou dopravu (MHD) ve městě nově provozuje společnost CONNEX, s.r.o.

Ve městě jsou dostatečně zastoupena školská zařízení a jesle, jejichž zřizovatelem je město. V květnu roku 2004 bylo otevřeno v prostorách příbramské Waldorfské školy detašované pracoviště Vysoké školy evropských a regionálních studií, o.p.s. České Budějovice.

Ke **sportovnímu vyžití** v Příbrami slouží Aquapark, koupaliště Nový rybník, dvě sportovní haly, zimní stadion, lyžařský svah s vlekem, lezecká stěna Jakub, tenisová hala, minigolf, squash a další místa aktivního odpočinku, včetně školních hřišť. Ve městě jsou také dva fotbalové stadiony. Výstavy, přednášky a koncerty se konají v galerii v Zámečku – Ernestinu. V **oblasti vzdělávání, kultury a zábavy** působí Divadlo Příbram, Knihovna Jana Drdy, kino Mír, letní kino, Junior klub, Muzeum III. odboje a Hornické muzeum, Památník Antonína Dvořáka, Památník Karla Čapka.

Zhodnocení hospodářské situace mikroregionu i města

Příbramsko se dokázalo vyrovnat s prudkým poklesem zaměstnanosti, ke kterému došlo počátkem 90. let v uranovém a rudném hornictví.

V regionu dosud chybí přítomnost většího investora, působí zde však řada významných středně velkých firem. Město Příbram disponuje dostatečnými rozvojovými plochami pro podnikání. Budoucí hospodaření města Příbrami bude záviset především na jeho investiční aktivitě (využito stránek ministerstva práce a sociálních věcí a výzkum retingové společnosti, ze dne 14. 03. 2007 a 08. 11. 2006).

4.3 Charakteristika obce Milín

Obec Milín se nachází ve Středočeském kraji, 8 km jihovýchodně od města Příbrami.



První písemné zmínky o obci Milín pocházejí z roku 1336 (oppidum Milen). Lze předpokládat, že existoval již před tímto datem vzhledem k jeho strategické poloze na obchodní Zlaté stezce spojující Čechy s hornorakouskou solnou komorou.

V roce 1621 udělil císař Ferdinand II. obci městská práva včetně městského znaku (vychází z podoby kolowratské orlice), pečetě a práva várečného. V okolí Milína proběhla ve dnech 9. 5. – 11. 5. 1945 poslední bojová střetnutí II. světové války na území Evropy.

Mezi nejvýznamnější církevní a historické památky patří: Kaple sv. Václava, Milínská kaple sv. Jana Nepomuckého, Kříž, Císařský rozcestník atd. Památky jsou blíže popsány v přílohách práce (příloha č.4).



V současné době má obec Milín s přilehlými osadami přes 2000 obyvatel (<http://www.milin.cz>, ze dne 15. 3. 2007).

5. VLASTNÍ PRÁCE

5.1 Marketingový výzkum nabídky a poptávky služeb

Pro získání podrobnějších informací o nabídce a poptávce služeb jsem využila dotazníkového šetření. Dotazník mi byl předem zpracován vedením university a také je zahrnut do řešení výzkumného záměru ZF JU MSM 6007665806. Dotazníkové šetření probíhalo od prosince 2006 až do února 2007.

Dotazník byl nejprve využit v malé obci – v obci Milín s 2079 obyvateli a později byl aplikován ve městě Příbram s 35 147 obyvateli. Dotazník se skládá ze čtyř základních otevřených otázek. Řeší problematiku nedostatkových služeb z pohledu jednotlivých obyvatel lokality.

Jednotlivé otázky byly formulovány tak, aby na ně mohl respondent odpovědět vlastními slovy (otevřené otázky). Důležité, proto bylo přesné zaznamenávání jednotlivých odpovědí. Někteří respondenti (většina) dotazníky vyplňovali sami bez mé pomoci (chtěli si ponechat delší dobu k rozmyšlení jednotlivých odpovědí). A někteří byli rádi, že jim danou problematiku mohou lépe osvětlit či jim jen pomoci s vyplňováním (hlavně staří lidé).

Někteří respondenti měli tendenci zodpovídat všechny otázky stejným způsobem (stejná odpověď u všech čtyř otázek), někteří byli spokojeni s rozsahem nabízených služeb a jiní si nedokázali momentálně vzpomenout na svou adekvátní odpověď. Proto bylo nutné malé vysvětlení a objasnění vytýčeného problému.

Otázky v dotazníku byly koncipovány tak, aby na ně mohl kdokoli bez problému odpovědět, jedinou podmínkou bylo, aby obyvatel znal místní prostředí. V Příbrami bylo osloveno náhodným výběrem celkem 75 respondentů a v obci Milín celkem 37 respondentů.

Otázky v dotazníku

- 1) Co vám ve vaší obci/měště nejvíce schází? (*odpověď může být cokoliv*)
- 2) Jaká služba je pro vás akutně nedostatková ve vaší obci?
- 3) Jakou službu byste chtěli mít ve vaší obci, abyste za ní nemuseli dojíždět jinam (do větší obce nebo města)?
- 4) Za kterou nedostatkovou službu jste ochotni připlatit, pokud bude ve vaší obci zpřístupněna?

V případě, že si jednotliví respondenti nemohli hned vzpomenout, byl k dispozici tzv. orientační seznam služeb.

Orientační seznam služeb obsahuje výčet veškerých služeb, které by měly být jednotlivých občanům plně dostupné. V tomto dotazníku mohl tzv. zástupce respondentů (libovolný respondent) označit, které služby jsou a které služby nejsou v místě zastoupeny. Dotazník slouží ke stanovení portfolia služeb. Oba dotazníky jsou zařazeny do příloh práce (příloha č. 1 a příloha č. 2).

5.2 Analýza dat

Nejprve se budu věnovat dotazníkovému šetření uskutečněnému ve městě Příbram a později pro porovnání, zanalyzuji přilehlou obec Milín, která je od města umístěna ve vzdálenosti 8 km.

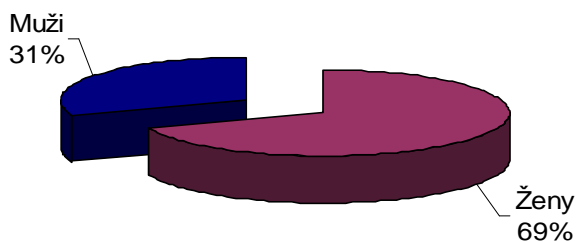
5.2.1 Město Příbram

Dříve než začnu s analýzou odpovědí jednotlivých respondentů znázorním demografické otázky: pohlaví, věk, vzdělání.

Celkem bylo osloveno **75 respondentů** z čehož je 23 mužů a 52 žen. V procentuálním vyjádření muži představují 31 % a ženy 69 % dotázaných.

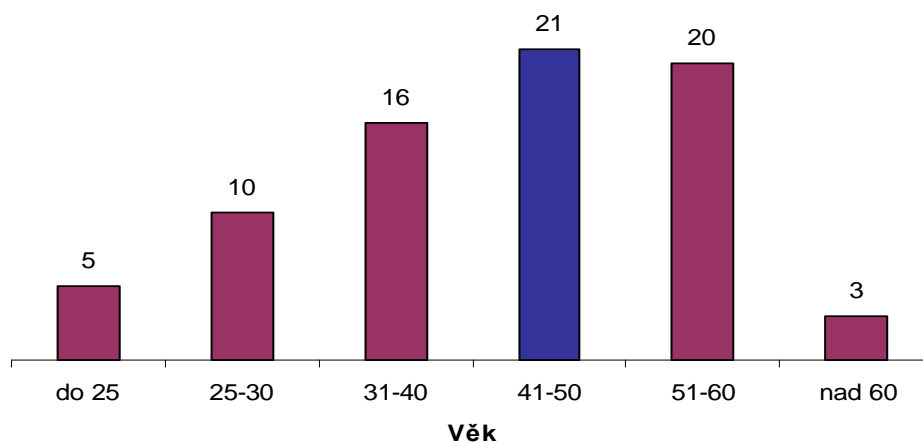


Graf č. 1: Pohlaví respondentů



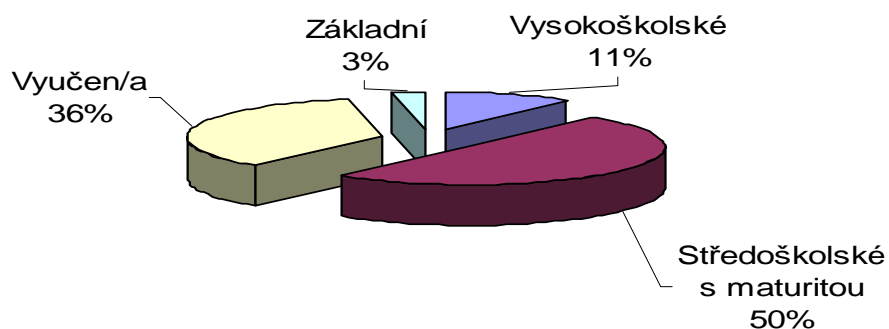
Věk respondentů byl rozdělen do 6 základních kategorií, přičemž nejvíce dotazovaných spadá do věkové vrstvy v rozmezí 41-50 let (21 respondentů).

Graf č. 2: Věková kategorie respondentů



Poslední z identifikačních údajů se týkal nejvyššího dosaženého vzdělání. Nejvyšší dosažené vzdělání bylo rozděleno do 4 skupin. Polovinu představovali respondenti se středoškolským vzděláním dokončeným maturitou. Naopak pouhé 3% dotázaných dosáhlo základního vzdělání.

Graf č. 3: Vzdělání



Otázka č. 1

Co vám ve vaší obci/měště nejvíce schází? (*odpověď může být cokoliv*)

Úvodní otázka byla koncipována tak, aby byla pro respondenta snadná a pokud možno i zajímavá. Jejímž účelem bylo navázat s respondentem dobrý kontakt, probudit jeho zájem a získat jeho důvěru a spolupráci. Na tuto otázku mohli respondenti odpovědět libovolným způsobem, přesto se ale většinou odpovědi týkaly oblasti služeb.

Za zajímavou libovolnou odpověď, považuji názor jedné starší dámy, která si ztěžovala na to, že postrádá „hodné lidi“. Tato odpověď mě velmi zaujala, zřejmě díky tomu, že sympatizuji s jejím názorem, že hodných lidí není nikdy dost.

Oproti zbývajícím otázkám tato první, zaznamenala největší počet odpovědí. Na úvodní otázku odpověděl téměř každý respondent.

Tabulka č. 1 Nejvíce postrádaná služba

Pořadí	Postrádaná služba	Počet odpovědí
1	Hobby market	13
2	Parkoviště	11
3	Park - zeleň	8
3	Možnost sport. vyžití	8
4	Kino (multi)	7
5	Kultura	6
6	Dětské hřiště	5
7	Koupaliště,	4
7	Doprava - autobus. dostupnost	4
7	Údržba města	4

Je nutné zdůraznit fakt, že někteří respondenti odpovídali na jednotlivé otázky i několika odpověďmi, proto počet odpovědí a počet oslovených respondentů není zcela shodný.

Hodnocení otázky č.1:

Z uvedené tabulky vyplývá, že oslovení respondenti nejvíce postrádají tzv. Hobby markety konkrétně obchody pro kutily. Tato odpověď byla zaznamenána 13x, a to zejména muži.

Dále byl zaznamenán velký zájem o parkoviště konkrétně o hlídaná parkoviště. Lidé si ztěžovali na jejich nedostatek ve městě i v přilehlém okolí.

Co se týče oblasti sportovního vyžití většině respondentů chybí: cyklostezky, sjezdovky, posilovny apod. Dále pak chybí možnost vycházek přírodou: lesoparky s posezením, okrasné parky a celkově obyvatelé města postrádají více zeleně.

Odpověď – ostatní

Odpověď ostatní v sobě skrývá mnoho samostatných odpovědí, které se opakovaly nejvýše třikrát. Byly to např. veřejné osvětlení, veřejné záchodky, stav chodníků, internetové kavárny, specializované obchody, práce policie, zoologická zahrada, vysoká škola, vybavenost knihoven apod. Z praktického hlediska se dále budu věnovat jen opakujícím se odpovědím.

Odpověď – spokojenost

V této kolonce jsou zahrnuti respondenti, kteří nic nepostrádají a jsou zcela spokojeni a také ti kteří na danou otázku neodpověděli či odpověď jednoduše neuvedli.

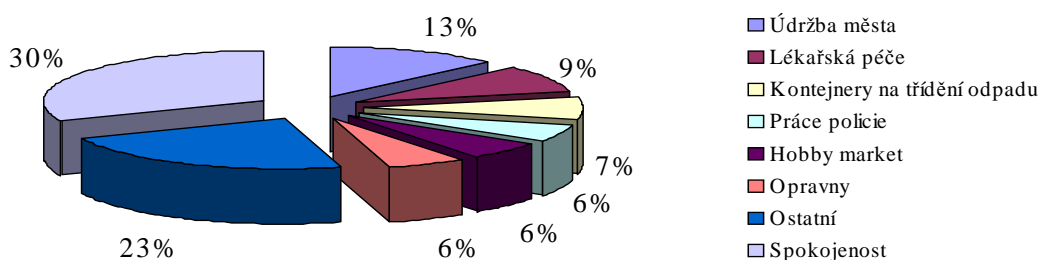
Otázka č. 2

Jaká služba je pro vás akutně nedostatková ve vaší obci/městě?

Úvodem je nutno poukázat na některé respondenty, které trápí jeden a ten samý problém, který uvedli u předešlé otázky. To znamená, že byla zaznamenána shodná odpověď. Většina dotazovaných, však odpověď uvedla a tím poukázala na další nedostatky, které považuje za nezbytné řešit.

Jsem ráda, že většina oslovených pochopila, že dotazník slouží k výzkumu jejich příčin nespokojenosti a k výzkumu jejich potřeb.

Graf č. 4: Nedostatkové služby



Hodnocení otázky č. 2:

Nejčtenější odpovědí byla údržba města, tím většina respondentů měla na mysli práci technických služeb a celkový úklid města. Někteří z tázaných si ztěžovali hlavně na práci technických služeb v zimním období (ovlivněno časem dotazování). Konkrétně na zametání chodníků, údržbu silnic atd.

Respondenti nejsou spokojeni ani s lékařskou péčí. Touží po kvalitnějším vybavením nemocnic, a kvalitnější úrovni zdravotnických služeb. Největší procento dotázaných poukazuje na ordinační hodiny jednotlivých lékařských oddělení. Vyhovující by byla alespoň zubní pohotovost. Lidé se po skončení pracovních hodin nemají v akutních případech kam obrátit.

Krátce bych se zmínila i o problematice kontejnerů na třídění odpadů. Obyvatelé nejsou spokojeni s jejich rozmístěním a hlavně poukazují na jejich nedostatek. Mnoho respondentů vyjadřuje také svůj nesouhlas s umístěním klasických odpadkových košů. Shodují se na tom, že jich je málo.

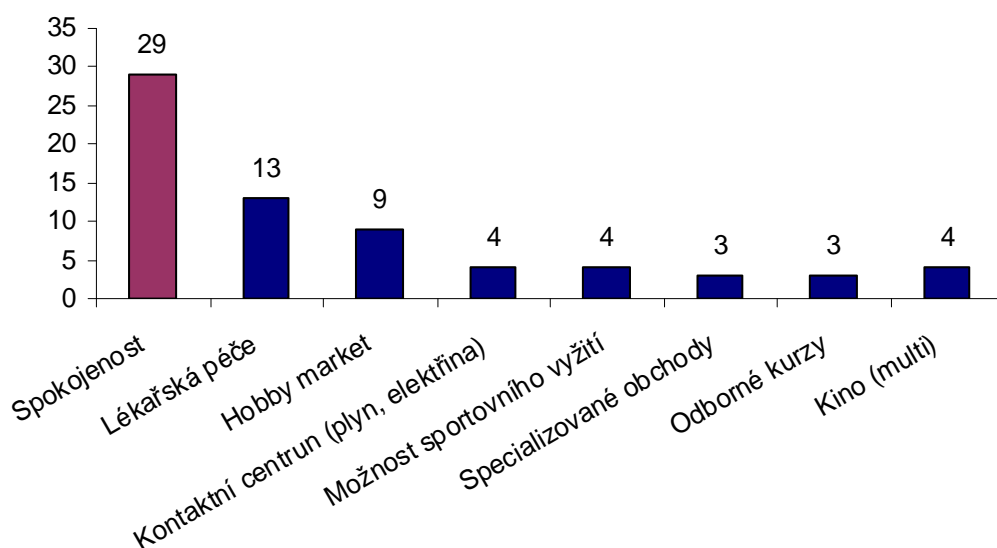
Otázka č. 3

Jakou službu byste chtěli mít ve vaší obci, abyste za ní nemuseli dojíždět jinam?
(do větší obce nebo města)

Vzhledem k tomu, že Příbram je poměrně velké město, které je dobře vybaveno všemi základními službami, většina respondentů vyjádřila svou spokojenost s aktuální nabídkou služeb (29 respondentů).

Určité procento zatoužilo po pestřejší nabídce kosmetický a zdravotnických středisek, a to zejména ve vztahu k hlavnímu městu, které je od Příbrami vzdáleno 60 km. Dle mého názoru tato vzdálenost není velká, a proto nehrozí akutní potřeba zde tyto ústavy zřizovat (především ty kosmetické).

Graf č. 5: Služba, za kterou se musí dojíždět



Hodnocení otázky č. 3:

Svou spokojenost vyjádřilo celkem 42 % respondentů. Lékařskou péči respondenti označili jako nejvíce postrádanou službu, za kterou musejí dojíždět do většího města (nejčastěji do Prahy).

Na druhém místě se umístila potřeba Hobby marketů.

Mnoho respondentů si také stěžovalo na potřebu kontaktního centra plynáren a elektráren. Respondenti nejsou spokojeni s tím, že musejí v případě poruch jezdit do jiného města nebo problém řešit pomocí telefonu. Uvítali by kancelář k vyřizování těchto záležitostí i s možností hotového placení.

Dále mne překvapila potřeba specializovaných obchodů, dotazovaní postrádají obchody pro včelaře, prodejny pro zahrádkáře atd.

Příbram patří k městům s největším zastoupením supermarketů a hypermarketů, což si místní obyvatelé uvědomují a opětovně touží po klasických kamenných obchodech, které ve městě ubývají.

Otázka č. 4

Za kterou nedostatkovou službu jste ochotni připlatit, pokud bude ve vaší obci zpřístupněna?

Na tuto otázku většinou respondenti odpovídali shodně „za žádnou“ tuto odpověď si lze vysvětlit různě. Po bližší analýze bylo patrné, že respondenti jsou spokojeni a žádnou službu evidentně nepostrádají. Jen malý zlomek respondentů odpovídal tak, že by nebyl ochoten si nikdy za nic připlatit.

Tabulka č. 2 Ochota připlatit si za zpřístupnění služby

Pořadí	Nedostatková služba
1	Spokojenost (žádná)
2	Lékařská péče
3	Odborné kurzy
3	Kultura
3	Kino (multi)
3	Veřejné osvětlení

Hodnocení otázky č. 4:

Nejpočetněji zaznamenaná odpověď byla: lékařská péče. Lidé jsou ochotni si připlatit za kvalitnější lékařské ošetření. Přejí si kvalitnější vybavení nemocnic a prodloužení ordinačních hodin (zubní pohotovost).

Respondenti by dále také uvítali možnost vzdělávacích, zábavných a tanečních kurzů. Hlavně kurzů pro dospělé. Dle mého názoru zde tyto kurzy zastoupení mají, ale chybí informovanost, což způsobuje, že obyvatelé o nich nevědí.

Odpověď odborné kurzy, kultura, kino a veřejné osvětlení byla zaznamenána shodným počtem respondentů. Což svědčí na jedné straně o nižší možnosti kulturního využití ve městě a na straně druhé o špatném osvětlení přechodů pro chodce apod.

5.2.2 Portfolio města – orientační seznam služeb

Jak už bylo zmíněno v úvodu vlastní práce jednotliví respondenti v případě, že si nemohli ihned vzpomenout na jistý druh služeb, měli k dispozici tzv. orientační seznam služeb. Tento seznam byl sestaven hlavně pro potřeby menších obcí, kde většinou určité druhy služeb chybí. V Příbrami mají veškeré služby své zastoupení, některé více a některé méně.

Nyní se ve stručnosti zmíním o jednotlivých druzích služeb zastoupených v Příbrami.

1. Lékařská služba (lékaři, lékárny)

Tento druh služeb zde má své zastoupení, ale jak je patrné z výsledků marketingového výzkumu, lidé s ní nejsou zcela spokojeni. Postrádají lékařskou pohotovost, odbornější a kvalifikovanější vyšetření a také jim nevyhovuje vybavenost jednotlivých zdravotnických pracovišť. Nejvíce schází zubní pohotovost a odborná zdravotnická střediska, za kterými vyjíždí do hlavního města - Prahy.

2. Osobní služby (pečovatelská služba, kadeřnictví a kosmetika, krejčovství)

Osobní služby místním obyvatelům připadají dostačující, jen co se týče pečovatelských služeb, stěžují si na finanční nedostupnost.

3. Opravný (autoopravna, opravna elektrospotřebičů, obuvi, kožených výrobků a sportovních potřeb)

V několika dotaznících byla vyjádřena potřeba většího počtu opraven. Hlavně opraven na elektrospotřebiče a opraven obuvi. Respondenti by uvítali možnost opravy elektrospotřebiče v domácnosti, aby ho nemuseli složitým způsobem dopravovat do provozovny. Opravy na místě chybí.

4. Poštovní a finanční služby (prodej dopisů, balíků peněžních služeb, bankomat)

Dle mého názoru dostatečné zastoupení. Malému zlomku respondentů nevyhovují úřední hodiny pošty. Někteří respondenti též poukázali na nedostatek bankomatů.

5. Nákupní služby (potravin, domácí potřeby, průmyslové zboží, textil, sportovní potřeby)

Schází jen Hobby markety typu: Obi, Baumax, Bauhaus ... Nesouhlas s úbytkem kamenných obchodů.

6. Stravování a ubytování (restaurace a jídelna)

Dostatek – spokojenost.

7. Školství (jesle, školky, základní škola, střední škola)

Dostatek – spokojenost. (Malé procento respondentů vyjádřilo přání zřízení vysokých škol).

8. Informační spojení a kulturní akce (internetové služby, kino, divadlo)

Nedostatek. Dotazovaným chybí internetové kavárny a jiné alternativní přístupy k internetu. Kino je ve městě s 35 147 obyv. jedno jediné, což je dle mého názoru nedostačující. Krom toho v současné době podléhá roční rekonstrukci a obyvatelům nezbývá, nic jiného než dojíždět jinam. Někteří oslovení vyjádřili přání zřízení Multikina. Dotazovaní by si celkově přáli více možností kulturního vyžití (hlavně mladší věková kategorie).

9. Sportovní vyžití (venkovní hřiště, krytý bazén)

Rodiče s malými dětmi si stěžují na nedostatek dětských hřišť v čistém prostředí. Ve městě je krytý i venkovní bazén, ale v letních měsících je, co se týče kapacity nedostačující. Mnoho respondentů poukazuje na nedostatek přírodních, čistých koupališť.

10. Dopravní služby (autobusová obslužnost)

Vyhovující.

11. Dům, úklid a čištění (odvoz komunálního odpadu, čištění septiků, kominictví, zednické a klempířské práce)

Nedostatek kontejnerů na třídění odpadu, nedostatek odpadkových košů

a nespokojenost se stavem chodníků a s údržbou a úklidem města.

12. Služby pro turisty (půjčovny sportovních potřeb, informační služby pro turisty)

Spokojenost.

13. Ostatní (policie, hřbitov, kostel)

Obyvatelé nejsou spokojeni s činností policie. Vyžadují více pochůzek k udržení bezpečnosti města. Touží instalovat bezpečnostní a kamerové systémy.

Celkově se dá říci, že veškeré druhy služeb ve městě své zastoupení mají, ale respondenti k některým vyjadřují svou oprávněnou nespokojenost. Je třeba se zamyslet nad zmíněnými problémy a pokusit se zlepšit životní podmínky místním obyvatelům.

Bylo by dobré do města přilákat nové investory, kteří by byli ochotni chybějící druh služeb doplnit nebo alespoň výrazně zvýšit jeho efektivnost. Investoři by tak pomohli k atraktivnosti a prosperitě lokality, což by následně ovlivnilo i životní úroveň.

Byla bych ráda, kdyby se má práce, vedoucí k odhalení příčin nespokojenosti místních obyvatel, stala jakýmsi pilotním průzkumem podněcující vedení města a investory k vylepšení stávající situace.

5.2.3 Obec Milín

Nyní se budu pro porovnání věnovat dotazníkovému šetření které probíhalo v obci Milín. Obec Milín má celkem 2079 obyvatel, přičemž 1013 jsou muži a 1058 jsou ženy. Marketingový výzkum spočíval v položení těch samých otázek jako v předchozím případě. Celkem bylo osloveno 37 respondentů, z čehož 4 odmítli dotazník vyplnit (89% úspěšnost).

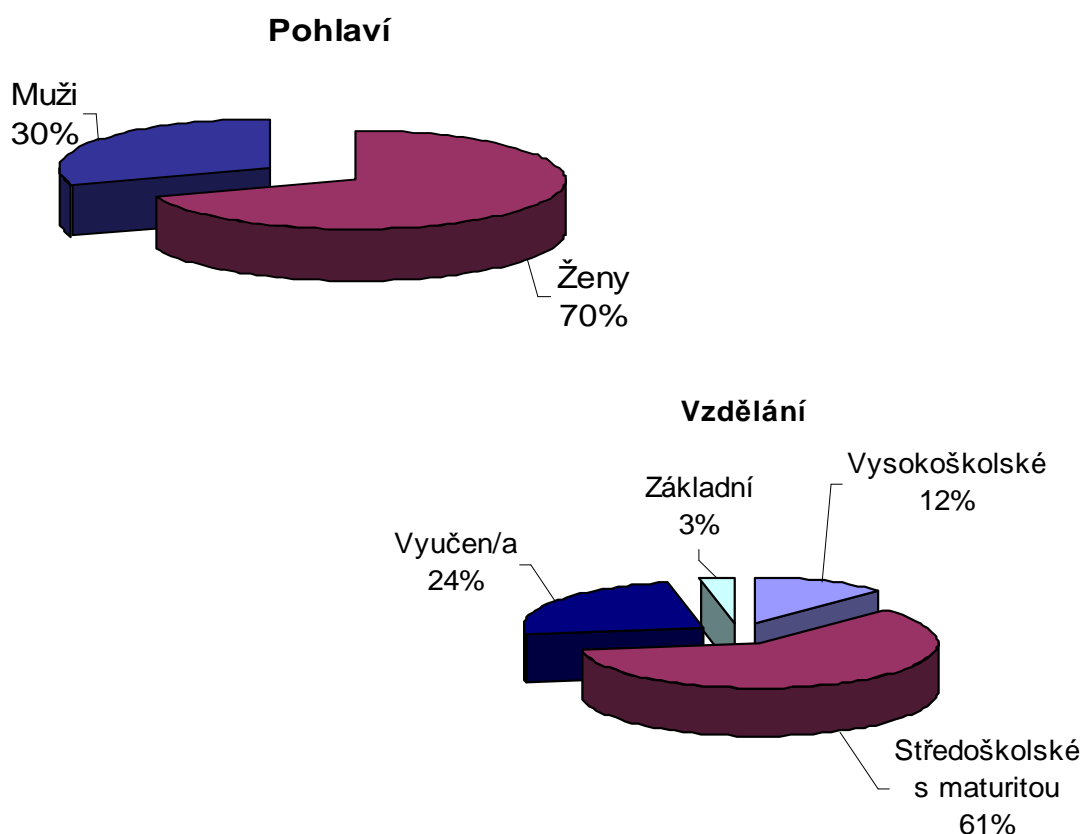
Tato obec je od města Příbram vzdálená necelých 8 km. K provedení dotazníkového šetření jsem si jí vybrala právě z důvodu jejího umístění.

Mým prvotním záměrem bylo, provedení marketingového průzkumu s jakousi posloupností od vesnice přes obec, město až k hlavní městu. Chtěla jsem porovnat situaci a životní podmínky obyvatel jednotlivých oblastí. Vzhledem k tomu, že by to bylo velice rozsáhlé, uschovám si tento nápad třeba do diplomové práce.

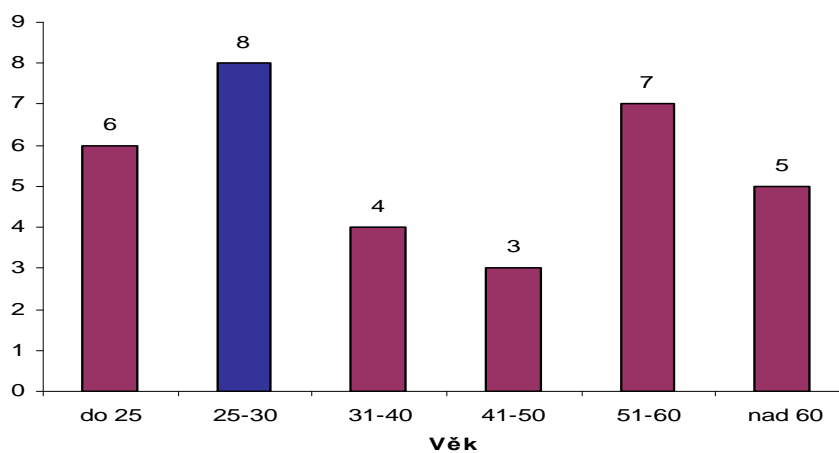


Stejně tak jako u předchozího dotazníkového šetření bylo osloveno větší procento žen (žen 23, mužů 10). Pouze jeden respondent měl základní vzdělání, přičemž nejvyšší zastoupení mělo středoškolské vzdělání ukončené maturitou. Nejvíce respondentů spadalo do věkové kategorie v rozmezí 25 – 30 let a naopak nejméně početná věková kategorie byla v rozmezí 41 – 50 let.

Grafy č. 6, 7: Pohlaví a vzdělání respondentů



Graf č. 8: Věková kategorie respondentů



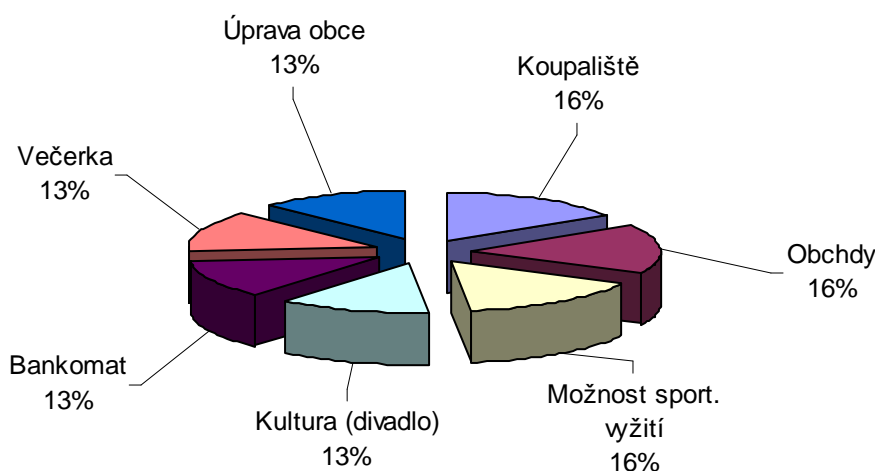
Obyvatelé obce Milín, na mne působili velice přátelským a vlídným dojmem. Zdálo se mi, že jsou svým způsobem pyšní na to, že bydlí v dané obci. Valná většina respondentů za prací dojíždí do okolních větších měst. Nejvíce do Příbrami, Březnice a hlavního města. Pracovních příležitostí v obci není mnoho, někteří pracují v místním zahrádkářství, pekařství nebo soukromně podnikají. Jediným velkým zaměstnavatelem je PRIMAGRA Milín a. s.

Otázka č. 1

Co vám ve vaší obci/měste nejvíce schází? (*odpověď může být cokoliv*)

Oslovení respondenti by si v obci nejvíce přáli obchody: více prodejen se základními druhy potravin a malá nákupní centra. Pyramida nejvíce postrádaných služeb vypadá takto:

Graf č. 9: Nejvíce postrádaná služba



Hodnocení otázky č. 1:

Jak z uvedeného grafu vyplývá, lidem z obce nejvíce schází koupaliště, obchody a možnosti sportovního vyžití. Tyto tři věci byly označeny stejným počtem respondentů. Pod pojmem možnosti sportovního vyžití respondenti měli na mysli hlavně nedostatky

dětských hřišť a posiloven. Obyvatelé obce Milín postrádají krytý bazén i jakoukoli jinou alternativní možnost koupání (přírodní koupaliště).

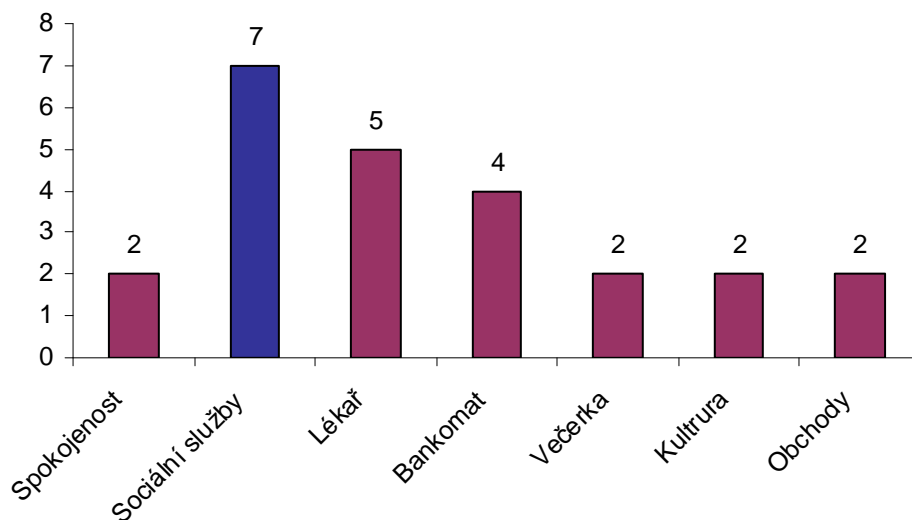
Dalšími nejvíce označovanými službami byly: přání ke zlepšení úpravy obce, zřízení obchodu typu non stop, bankomatu a zvýšení možností pro kulturní vyžití. V obci s 2079 obyvateli není umístěn ani jeden bankomat.

Někteří respondenti také označili jiné druhy nedostatků, které nejsou uvedeny v grafu, protože jejich výskyt byl jen málo početný. Schází například videopůjčovny, kontejnery na třídění odpadu. Jeden z respondentů by si v obci přál dokonce i protihlukovou stěnu.

Otázka č. 2

Jaká služba je pro vás akutně nedostatečná ve vaší obci?

Graf č. 10: **Nedostatečná služba**



Hodnocení otázky č. 2:

Největší procento oslovených označilo za akutně nedostatečné sociální služby. Sociální služby typu rozvoz stravy. Hlavně starší generace obyvatel by tuto službu velmi uvítala.

Na druhém místě si respondenti postesklly po „trvalých lékařích“. V obci sice lékař je, ale dětský lékař není na trvalo.

Následovala opět potřeba bankomatu, potřeba obchodu typu non stop, kultura a celkově větší zastoupení jednotlivých obchodů.

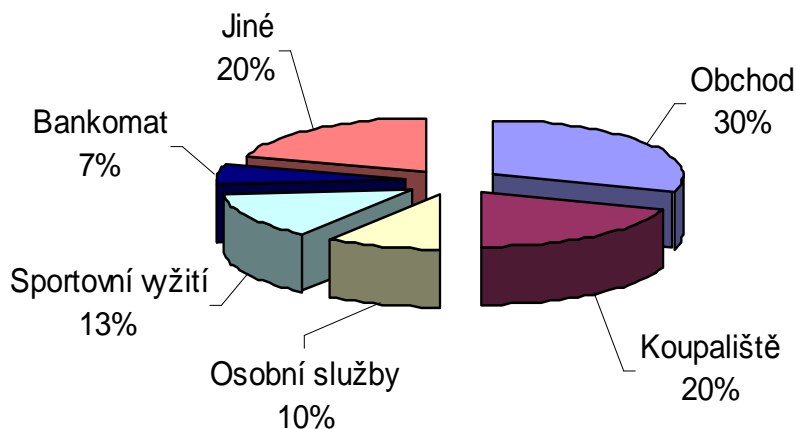
Otázka č. 3

Jakou službu byste chtěli mít ve vaší obci, abyste za ní nemuseli dojíždět jinam?

(do větší obce nebo města)

Úvodem je nutno říct, že veškeré otázky byly koncipovány prakticky stejně, a proto mnoho respondentů i stejným způsobem odpovídalo. Jednotliví oslovení vyjádřili tutéž myšlenku, kterou použili v předchozích případech.

Graf č.11: Služba, za kterou se musí dojíždět



Hodnocení otázky č. 3:

Obyvatelé se potýkají pořád s jedním a tím samým problémem. Téměř ve všech otázkách má své nemalé zastoupení obchod, koupaliště, bankomat apod.

V této otázce navíc přibyla potřeba osobních služeb. Lidé by uvítali osobní služby typu: kadeřnictví a kosmetika, rehabilitace a masáže.

Otázka č. 4

Za kterou nedostatkovou službu jste ochotni připlatit, pokud bude ve vaší obci zpřístupněna?

Hodnocení otázky č. 4:

Závěrečná otázka nevykázala žádných změn. Nejčtenější odpovědí byl bankomat za nímž následovala potřeba osobních služeb (rehabilitace, masáže, kadeřnictví a kosmetika).

Provedený marketingový průzkum, který byl uskutečněn v obci Milín, by se dal více zobecnit a všechny odpovědi shrnout v jednu. Ale po analýze města Příbram jsem chtěla zachovat stejný duch rozboru, a proto jsem postupovala obdobným způsobem tedy: analýzou každé otázky zvlášť.

5.2.4 Portfolio obce – orientační seznam služeb

1. Lékařská služba (lékaři, lékárny)

Jak už bylo řečeno při rozboru jednotlivých otázek a odpovědí, obyvatelé nejsou spokojeni s dětským lékařem, který je v obci k zastížení pouze v určitých dnech v týdnu. Lékárna se v obci nachází.

2. Osobní služby (pečovatelská služba, kadeřnictví a kosmetika, krejčovství)

Nedostatečné zastoupení. Především starší populace občanů pociťuje potřebu rozvozu stravy. Dále pak možnost rehabilitace a masáží.

3. Opravný (autoopravna, opravna elektrospotřebičů, obuvi, kožených výrobků a sportovních potřeb)

Autoopravna se v obci nachází, ale za jinými opravami se musí dojíždět.

4. Poštovní a finanční služby (prodej dopisů, balíků peněžních služeb, bankomat)

Zřízení bankomatu by se stalo pro obec velkým přínosem. Požadavek mít v obci bankomat prosadilo 42 % dotázaných respondentů

5. Nákupní služby (potravin, domácí potřeby, průmyslové zboží, textil, sportovní potřeby)

Nespokojenost. Obyvatelé by si přáli mít více nákupních možností. Prodejny textilu a sportovních potřeb nejsou v obci zastoupeny vůbec.

6. Stravování a ubytování (restaurace a jídelna)

Spokojenost.

7. Školství (jesle, školky, základní škola, střední škola)

Chybí střední škola, ale jednotliví respondenti nepovažují za nutnost ji v obci zřizovat.

8. Informační spojení a kulturní akce (internetové služby, kino, divadlo)

U tohoto druhu služeb bych se ráda pozastavila, zajímavé je, že žádný z oslovených respondentů nevyjádřil potřebu internetových služeb. Obyvatelé města Příbram si naopak na nedostatek těchto služeb hodně stěžovali.

Zde naopak chybí divadlo a celkově je nedostatek možností kulturního vyžití.

9. Sportovní vyžití (venkovní hřiště, krytý bazén)

Koupaliště chybí.

10. Dopravní služby (autobusová obslužnost)

Spokojenost.

11. Dům, úklid a čištění (odvoz komunálního odpadu, čištění septiků, kominiectví, zednické a klempířské práce)

Spokojenost.

12. Služby pro turisty (půjčovny sportovních potřeb, informační služby pro turisty)

Půjčovny sportovních potřeb chybí.

13. Ostatní (policie, hřbitov, kostel)

Mají v obci své zastoupení.

Problémy v obci jsou samozřejmě jiného rázu, než problémy ve městě. Obyvatelé obce musejí počítat s tím, že celková vybavenost službami nebude nikdy shodná s úrovní služeb ve městech. Obec má své jiné půvaby díky nimž tam lidé setrvávají.

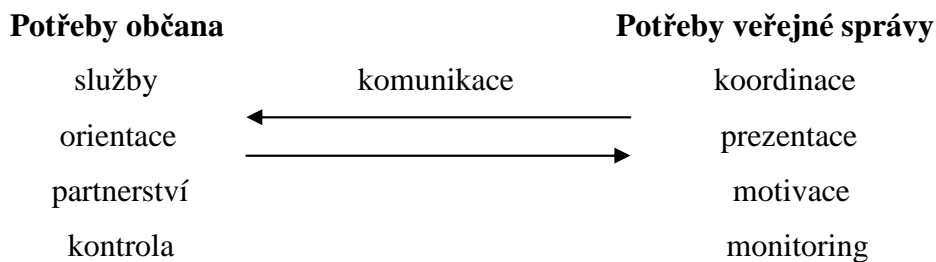
Z globálnějšího pohledu se dá konstatovat, že každého obyvatele obce něco trápí. Co se týče nabídky služeb v obci se valná většina shodla na špatné nabídce nákupních a finančních služeb (bankomat), dále pak služeb týkající se sportovního a kulturního vyžití (koupaliště, kultura).

5.3 Závěrečné zhodnocení

Porovnání a rozbor výsledků (město X obec)

Ať člověk žije ve městě či v obci vždy najde nedostatky, které mu v jistém slova smyslu znepříjemňují život. Mým úkolem bylo odhalit tyto negativa (byť jen týkající se sféry služeb) a pokusit se navrhnout kroky, vedoucí ke zlepšení stávající situace. Myslím, že situace na trhu nabídky a poptávky služeb se rok od roku zlepšuje a vybavenost všech částí České republiky neustále stoupá. Rozvoj terciární sféry je nesmírně důležitý vzhledem k celkové ekonomice, životní úrovni a především vzhledem ke kvalitě života lidí. Aby byla zajištěna spokojenost občana i veřejné správy musí mezi nimi docházet k vzájemné výměně informací. Vzájemná výměna informací, komunikace mezi občanem a veřejnou správou vede k uspokojování potřeb na obou stranách. Tento fakt je v obou lokalitách opomínán.

Obrázek č. 2 **Potřeby občana a veřejné správy**



Zdroj: Foret, M., Foretová V., 2001.

Výsledky výzkumu prokázaly, že celkově lidem nejvíce schází:

Top 10 nejvíce postrádaných služeb

Příbram		Milín
1 Lékařská péče	1	Obchody
2 Hobby market	2	Bankomat
3 Sportovní vyžití	3	Koupaliště
4 Kino	4	Sportovní vyžití
5 Parkoviště	5	Lékařská péče
6 Údržba a úprava města	6	Kultura
7 Kultura	7	Pečovatelská služba
8 Specializované obchody	8	Non stop
9 Park, zeleň	9	Úprava obce
10 Koupaliště	10	Osobní služby

Lze jen velmi obtížně porovnávat možnosti města a obce, ale přesto lze konstatovat, že potřeby lidí jsou z globálního hlediska stejné. Každý z nás si jistě přeje být zdravý, takže nutnost zvyšující se kvality a úrovně lékařských služeb je nezbytná. [Lékařská péče](#) má tedy zastoupení v obou sloupcích a věřím, že kdyby byl výzkum uskutečněn někde jinde pojem lékařská služba by tam byl také. Zdraví je to nejdůležitější co máme, a proto by možnost „být zdravý“ měla být umožněna všem, bez ohledu na lokalitu.

Výsledky výzkumu také prokázaly, že by si lidé z města i obce přáli pestřejší nabídku možností jak trávit volný čas. Více možných a originálnějších způsobů sportovního vyžití (cyklostezky, sjezdovky, další stadiony, koupaliště, hřiště, dráhy na in line brusle....). Větší možnost zábavy a kultury (plesy, bály, karnevaly, koncerty, módní přehlídky....).

V obci Milín by se nejvíce vítanou investicí stala investice k vybudování obchodů a bankomatů. Naopak ve městě Příbram by obyvatele nejvíce potěšila investice vedoucí k vyšší úrovni lékařských služeb a na druhém místě pak zřízení obchodů pro kutily a zahrádkáře.

Investor, který je ochoten doplnit chybějící služby lokality, má před sebou velkou budoucnost. Dle mého názoru lidem nejvíce imponuje kombinace originality s potřebností.

Pro dokreslení situace ve městě, jsem na základě své vlastní zkušenosti, vypracovala SWOT analýzu, která by měla přispět k detailnějšímu obrazu města. Nechala jsem se inspirovat internetovými stránkami města, ale v první řadě jsem vycházela z vlastních poznatků, které jsem získala při uskutečnění dotazníkového šetření.

5.4 SWOT analýza města Příbram

5.4.1 Silné stránky

- + blízkost hl. města Prahy (pracovní příležitosti)
- + historická tradice města
- + okolní příroda (Brdy)
- + dostupnost obchodů
- + památky
- + výhodná geografická poloha ve středu republiky
- + hustota komunikací

- + oborová různorodost
- + růst sektoru služeb

5.4.2 Slabé stránky

- blízkost hl. města Prahy (odliv kvalifikované pracovní síly)
- špatný technický stav silnic a chodníků
- špatná pověst města
- bezpečnost občanů ve městě
- horší životní prostředí (těžba v okolí města)
- nedostatek zeleně v centru města (parky a okrasné květiny)
- nedostatečná informovanost občanů
- nedostatek odpadních košů a laviček
- kriminalita a vandalismus
- přeplněné nádoby na tříděný odpad
- chybí taneční zábavy a diskotéky (vyjíždka do jiných měst)
- znečištění Příbramského potoka
- nedostatečné pouliční osvětlení
- málo veřejných toalet
- zdravotní péče

5.4.3 Příležitosti

- ? blízkost Prahy
- ? vybudování Hobby marketů
- ? řešení parkovací situace ve městě
- ? podpora cyklistické dopravy
- ? podpora podnikání
- ? pořádání kulturních a zábavných akcí
- ? pozitivní mediální prezentace Příbrami
- ? rozvoj vědy a výzkumu

5.4.4 Ohrožení

! konkurence ostatních měst (Praha)

! stárnutí obyvatel

! odliv podnikatelských aktivit

! image města

! nezájem o rozvoj cestovního ruchu a návštěvnosti města

! patriotismus obyvatel

Ze SWOT analýzy vyplývá, že město Příbram disponuje velkými možnostmi pro svůj další rozvoj. SWOT analýza celkově shrnuje veškeré silné a slabé stránky města jeho další příležitosti i možná ohrožení.

6. ZÁVĚR

V závěrečném zhodnocení práce, musím přiznat, že mě marketingový výzkum uskutečněný v mém rodném městě obohatil a nabídl mi nové pohledy na situaci v oblasti služeb.

Z počátku jsem byla schopna na problematiku nahlížet jen ze svého úhlu pohledu (z pohledu 22leté dívky), ale postupem času i z pohledu jiných věkových skupin, což bylo pro správný náhled podstatné. Je velmi důležité si uvědomit, že každého z nás trápí trochu něco jiného, což je způsobeno aktuální situací, ve které se nacházíme (věkem, pohlavím, zdravotním stavem apod.).

Ne všechny nedostatky, které byly podrobně rozebrány v samotném zhodnocení dotazníkového šetření, vychází ze špatných podmínek lokality. Obecně lze říci, že mezi základní lidské vlastnosti patří také nespokojenost. Osm z deseti respondentů je ochotno se s ostatními podělit, se svými negativními zážitky či špatnými zkušenostmi. Ale pouhé dva ze stejného počtu, vyjádří svou spokojenost a sdělí pozitivní dojem.

Z globálního pohledu, lze konstatovat, že se služby centralizují. Soustředí se spíše do měst a v okolních menších obcích většinou nedosahují takové potřebné úrovně a rozmanitosti. Obyvatelé těchto oblastí pak musejí využívat nabídku služeb jinde. Nejčastěji v místě spojeném s jinou aktivitou (dojížděnou do zaměstnání, při cestě za většími nákupy apod.).

Pro spokojený život každého občana jsou nejpodstatnější čtyři základní věci – dobré zdraví, šťastný rodinný život, přiměřené životní šance a pracovní uspokojení. Tyto čtyři oblasti zahrnují téměř vše, co člověk potřebuje k životu a zároveň jsou to věci, které nelze trvale udržet jenom z iniciativy jednotlivce, ale musí se o ně ve větší či menší míře postarat stát prostřednictvím svých institucí a v přenesené působnosti pak město.

Jak vyplývá z nejrůznějších výzkumů, mezi nejčastější priority občana patří zdraví. Stejně výsledky byly potvrzeny i v případě mého průzkumu uskutečněného ve městě Příbram. Zdraví si nelze udržet, nejsou-li ve městě dobré životní podmínky, ať již ve sféře životního prostředí či ve sféře zdravotní péče.

Nejen z mého šetření vyplynulo, že obyvatelé trápí problém městských parků, které jsou svou rozlohou nedostatečné a nemohou vytvořit prostor pro aktivní a různorodý způsob trávení volného času. Vybavenost parků vycházející z jejich tradičního pojetí je nedostatečná. Všechny věkové skupiny, zejména obyvatelé v produktivním věku, nenacházejí v současných parcích atraktivní prostor pro relaxaci. V porovnání s městem České Budějovice, ve kterém studuji, zde chybí okrasné plochy s květinami. Pro uspokojení potřeb obyvatel Příbrami bych navrhovala větší dostupnost parkovacích ploch a veřejných toalet. Vhodná investice, kterou by si také obyvatelé města přáli, jsou hobby markety.

Dle mého názoru, by se obecně město mělo více snažit, o další rozvoj služeb pro občany, rozvoj cestovního ruchu a o podporu malého a středního podnikání. S tím souvisí i uskutečňování většího počtu marketingových průzkumů, které by poukázaly na konkrétní problémy a požadavky obyvatel. Služby jsou nezbytnou součástí našeho života. Měly by patřičně reagovat na naše měnící se potřeby, a proto si zaslouží neustálou pozornost.

7. SUMMARY

This bachelor thesis deals with problems of services. It analyses the interdependence between demand and supply services in Příbram region.

Two different interviews were used to get some information about supply and demand services in that locality. At first the interview was applied in Milín (a village, 2079 inhabitants) and then in Příbram (a city, 35 147 inhabitants).

The principal aim of this bachelor thesis is how to use obtained data for the portfolio establishment efficiently. Then it should find out which services are missing in that locality. The aim was fulfilled.

Research results illustrated that inhabitants complain about a lack of the first-rate medical care, hobby markets and sport activities in the city. On the contrary, there should be more investment in shop and automatic teller machine building in the village.

It is very complicated to compare the possibilities in a city and in a village. Generally we can state that services and their supply are growing.

Key words : supply services
demand services
portfolio establishment
scarce services
city and village conditions

8. SEZNAM ZDROJŮ

Literatura:

1. Foret, M., Foretová, V.: Jak rozvíjet místní cestovní ruch. Praha: Grada Publishing 2001. 175 s. ISBN: 80-247-0207-X
2. Heskett, J., L. et al: Služby – cesta k úspěchu. Victoria Publishing, 1994. 273 s. ISBN: 80-85605-36-8
3. Janečková, L., Vašítková, M.: Marketing měst a obcí. Praha: Grada Publishing 1999. 186 s. ISBN: 80-7169-750-8
4. Janečková, L., Vašítková, M.: Marketing služeb. Praha: Grada Publishing 2000. 180 s. ISBN: 80-7169-995-0
5. Klíma, J.: Makroekonomie. Brno: Alfa Publishing 2006. 141 s. ISBN: 80-86851-27-3.
6. Kolektiv autorů, Horáková, H.: Marketingové aplikace –Marketing služeb. Praha: Vysoká škola ekonomická, 1998. 213 s. ISBN: 80-7079-346-5
7. Kolektiv, : Úvod do regionálních měst a veřejné správy. Praha: Nakladatelství IFEC, 2001. 266 s. ISBN: 80-86412-08-3
8. Kotler, P.: Marketing management. Praha: Grada Publishing, 2001. 720 s. ISBN: 80-247-0016-6
9. Lednický, V.: Tvorba a strategie územního celku. Ostrava, 2003. 147 s. ISBN: 80-248-0468-9
10. Parmová, D.: Řízení služeb. České Budějovice: Jihočeská univerzita, 2004. 93 s. ISBN: 80-7040-673-9
11. Payne, A.: Marketing služeb. Praha: Grada Publishing, 1996. 247 s. ISBN: 80-7169-276-X
12. Pouzarová, I.: Řízení služeb. České Budějovice: Jihočeská univerzita, 1998. 106 s. ISBN: 80-7040-259-8
13. Smolová, V.: Brdy a Hřebeny. Praha: freytag & berndt, 2005. 160 s. ISBN: 80-7316-156-7
14. Světlík, J.: Marketing pro evropský trh. Praha: Grada Publishing, 2003. 273 s. ISBN: 80- 247-0422-6

15. Švarcová, J.: Ekonomie – stručný přehled. Zlín: CEED, 2001. 273 s.
ISBN: 80-902552-5-6
16. Universum. Praha: Euromedia Group, 2001. ISBN: 80-207-1060-4
17. Zbořil, K.: Marketingový výzkum. Praha: Vysoká škola ekonomická, 1994. 106 s.
ISBN: 80-7079-389-9

Internetové zdroje:

1. Prchalová, D. Hamplová, K. Ratingová analýza. [online], [14. 03. 2007].
Dostupný na World Wide Web:
[http:// www.pribram-city.cz/index.php?vid=583&nad=001000009000192](http://www.pribram-city.cz/index.php?vid=583&nad=001000009000192)
2. Trh práce [online], [08. 11. 2006]. Dostupný na World Wide Web:
http://www.portal.mpsv.cz/sz/local/pb_info/statistiky/zstp_pb/pbokres1205.pdf
3. Trh práce ÚP v Příbrami [online], [08. 11. 2006]. Dostupný na World Wide Web:
http://portal.mpsv.cz/sz/local/pb_info/statistiky/ath_kraj/pbkraj1206.pdf
4. <http://www.czso.cz/lexikon/mos.nsf/mos?openform&:539911> (ze dne 12. 3. 2007)
5. <http://www.czso.cz/lexikon/mos.nsf/mos?openform&:540757> (ze dne 12. 3. 2007)
6. <http://www.milin.cz> (ze dne 15. 3. 2007)

Brožura : Příbram na víkend

Časopisy a noviny: Kahan

Příbramský servis

Příbramský deník

Zlaté stránky

SEZNAM OBRÁZKŮ, TABULEK A GRAFŮ

Obrázek č. 1 – Kontinuum základních vlastností služeb

Graf č. 1 – Pohlaví respondentů

Graf č. 2 – Věková kategorie respondentů

Graf č. 3 – Nejvyšší dosažené vzdělání

Tabulka č. 1 - Nejvíce postrádaná služba

Graf č. 4 – Nedostatková služba

Graf č. 5 – Služba, za kterou se musí dojíždět

Tabulka č. 2 – Ochota připlatit si za zpřístupnění služby

Graf č. 6 – Pohlaví respondentů

Graf č. 7 – Nejvyšší dosažené vzdělání

Graf č. 8 – Věková kategorie respondentů

Graf č. 9 – Nejvíce postrádaná služba

Graf č. 10 – Nedostatková služba

Graf č. 11 – Služba, za kterou se musí dojíždět

Obrázek č. 2 – Potřeby občana a veřejné správy

PŘÍLOHY

Příloha č. 1 – Vzor dotazníku

Příloha č. 2 – Vzor dotazníku (orientační seznam služeb)

Příloha č. 3 – Historické památky města Příbram

Příloha č. 4 – Historické památky obce Milín

Příloha č. 5 – Statistické údaje města Příbram

Příloha č. 6 – Statistické údaje obce Milín

Dotazník pro občany

Úvodní informace pro dotazované občany

- Provádíme průzkum pro Jihočeskou univerzitu v Českých Budějovicích
- Vaše odpovědi budou zpracovány anonymně

Otázky

1. *Co vám ve vaší obci/měště nejvíce schází? (odpověď může být cokoliv)*

2. *Jaká služba je pro vás akutně nedostatková ve vaší obci? (viz orientační seznam služeb)*

3. *Jakou službu byste chtěli mít ve vaší obci, abyste za ní nemuseli dojíždět jinam (do větší obce nebo města)?*

4. *Za kterou nedostatkovou službu jste ochotni připlatit, pokud bude ve vaší obci zpřístupněna?*

Údaje o dotazovaném občanovi (*zakroužkujte*)

Pohlaví: muž - žena

Věková kategorie: do 25 let, 25-30, 31-40, 41-50, 51-60, nad 60 let

Nejvyšší dosažené vzdělání: 1. zákl., 2. vyučen, 3. středošk. s maturitou, 4. vysokoškolské

Příloha č. 2

Orientační seznam služeb

Druh služby	Název služby	<i>Službu, která není v obci NE, plus poznámky</i>
Lékařská služba	Lékaři	
	Lékárny	
Osobní služby	Pečovatelská služba	
	Kadeřnictví a kosmetika	
	Krejčovství	
Opravy	Autoopravna	
	Opravná elektrospotřebičů	
	Opravná obuvi a kožených	
	Opravná sportovních potřeb	
Poštovní a fin. služby	Podej dopisů, balíků peněžních	
	Bankomat	
Nákupní služby	Potraviny	
	Domácí potřeby	
	Průmyslové zboží	
	Textil	
	Sportovní potřeby	
Stravován a ubytování	Restaurace a jídelna	
Školství	Jesle, školky	
	Základní škola	
	Střední škola	
Informační spojení a kulturní akce	Internetové služby	
	Kino	
	Divadlo	
Sportovní vyžití	Venkovní hřiště	
	Krytý bazén	
Dopravní služby	Autobusová obslužnost	
Dům, úklid a čištění	Odvoz komunálního odpadu	
	tištění	
	Kominictví	
	Zednické a klempířské práce	
Služby pro turisty	Půjčovny sportovních potřeb	
	Informační služby pro turisty	
Ostatní	Policie	
	Hřbitov, kostel	

Příloha č. 3

1. Svatá Hora - Příbram



Nejvýznamnější pozoruhodností Příbrami je národní kulturní památka Svatá Hora. Toto známé evropské mariánské **poutní místo**, barokní architektonický skvost, se tyčí nad městem ve výšce cca **590 m** již víc než **300 let**.

Počátky kultu milostné sošky P. Marie Svatohorské se podle pověstí vážou s dobou působení arcibiskupa Arnošta z Pardubic v polovině 14. století. Ten měl dle známé legendy sošku Pany Marie sám vyřezat z hruškového dřeva.

Rozhodující význam měl v historii Svaté Hory rok 1647, kdy do té doby poměrně malou známou kapli získali jezuité a podle plánů Carla Luraga a P. Benjamina Šlajera ji začali od roku 1658 velkoryse předělávat na honosný chrám. Hlavní výstavba komplexu proběhla v letech 1658 - 1675. Postupně se zde zrodilo jedno z nejslavnějších českých poutních míst a významné centrum mariánského kultu v Evropě. Tuto mimořádně cennou památku českého baroka 17. století vyzdobila řada umělců v čele se světoznámým sochařem J. Brokoffem, malířem P. Brandlem a dalšími.

Svatá Hora se vyznačuje především nádhernou střední chrámovou stavbou baziliky Nanebevzetí Panny Marie Svatohorské, tyčící se na terase s balustrádou, obklopenou ambity s lunetovými obrazy a dalšími uměleckými prvky. Chloubou chrámu je i hlavní **oltář - celý ze stříbra**.

U severovýchodního nároží stojí patrová rezidence a na téže straně je také vchod do **svatohorských schodů**, které jsou **dlouhé 450 m** a spojují chrám s městem. Toto původně odkryté schodiště, prvně připomínané roku 1685, bylo později zastřešeno a na jeho konečné architektonické podobě z let 1727 - 1728 se podílel K. I. Dienzenhofer.

K areálu Svaté Hory patří také několik památek stojících bezprostředně u poutního místa, např. kamenný sloup se zlacenou sochou P. Marie Svatohorské, sousoší Kalvárie z roku 1692, Svatohorský dub, Mariánská studánka a Křížová cesta.



2. Hornické muzeum

Hornické muzeum Příbram, nyní příspěvková organizace Středočeského kraje, vzniklo v roce 1886.

Rozlohou areálu a počtem expozic je **největším hornickým muzeem v České republice**.

V roce 2004 nabízí ke shlédnutí 35 stálých expozic situovaných v historických objektech Ševčinského, Anenského, Vojtěšského a také Drkolnovského dolu v Příbrami, v budově Mincovny v Novém Kníně, v Muzeu vesnických staveb středního Povltaví ve Vysokém Chlumci a v Památníku Vojna – bývalém vězeňském zařízení z období komunistické diktatury. O šachetní věži Ševčinského dolu z roku 1879 se uvažuje, že by mohla být navržena mezi technické památky UNESCO.



Muzeum je známé tím, že jeho návštěvníci mohou sfárat i do historického podzemí zdejších stříbrorudných dolů.

Jednotlivé expozice v Příbrami – Březových Horách prezentují veřejnosti dějiny zdejšího hornictví a hutnictví od pravěku (doby Keltů) až do současnosti, seznamují s báňským národopisem a zároveň nabízejí prohlídku unikátních mineralogicko-geologických vzorků z březohorského stříbrorudného revíru, příbramského uranového ložiska a podbrdské železářské oblasti.

K nejvýznamnějším exponátům se řadí státem chráněné technické památky - parní těžní stroj Vojtěšské šachty z r. 1889, parní těžní stroj dolu Anna z r. 1914, důlní kompresor z dolu Generál Štefánik z r. 1928 a vodní kolo dolu Drkolnov z 19. století, montánní památka mezinárodního významu.

Prohlídka všech expozic trvá 3 hodiny, je možné si však vybrat i jednotlivé výstavní celky. Mezi největší atrakce patří možnost vstoupit do podzemí



a projet důlním vláčkem přes 260 m Prokopskou štolou až k ústí nejhlubší jámy v březohorském rudním revíru – Prokopské jámy z r. 1832 hluboké 1600 m, která zároveň patří k nejhlubším ve střední Evropě.

Příloha č. 4

1. Památky církevní - Milín



Kostel sv. Václava

Náboženským potřebám obyvatel Milína sloužil v minulém století pouze kostel sv. Petra na Slivici. Proto milínští občané usilovali o vybudování vlastního kostela. Za tím účelem bylo rozhodnuto přebudovat kontribuční sýpku (z r. 1824, původně patřící Hospodářské záložně v Příbrami), stojící na kopci na okraji městečka, na nový kostel. Se souhlasem pražského arcibiskupa knížete Františka Schönborna zde byl v letech 1887 - 90 příbramským stavitelem Antonínem Bastlem nový kostel vybudován. Byl vysvěcen 27. září 1890 metropolitním kanovníkem Dr. Františkem Kráslem a následujícího dne zde konána první pouť. Kostel sv. Václava pak ještě vysvěcen 25. září 1892 světícím biskupem Ferdinandem

Kalousem.

Náročná oprava kostela, poškozeného náletem v r. 1945, probíhala v letech 1946 - 48 (oprava poškozené věže, stropu, poničených varhan, interiéru a pod.). Poslední větší oprava prováděna v r. 1992, ke stoletému jubileu vysvěcení kostela.

Milínská kaple sv. Jana Nepomuckého

Jednoduchá stavbička z r. 1729 v lokalitě na Homoli, přibližně čtvercového půdorysu, se zaklenutým vstupem a půlkruhovým bohatě profilovaným štítkem, zdobená štukovými pilastry, krytá šindelovou a částečně prejsovou krytinou, zvrcholená zvoničkou se zvonkem. Vedle kapličky stojí lípa svobody, zasazená 13. dubna 1919.



Kříž

Nad obcí směrem ke Slivici na křižovatce při silnici na Příbram stojí na stupňovaném podstavci čtvercového půdorysu rozměrný žulový kříž s litinovou profilací Krista. Datován 1897. Nedaleko něj výše stojí ještě při silnici výklenková kaplička.

2. Ostatní památky obce



Areál čp.1, dříve dvůr, zámek a pivovar, původně rytířský manský statek kamýcký mana Ubislava z Nerestec, později statek karlštejnský, statek českých šlechticů a podobně.

V poslední době byl areál čp.1 majetkem firmy Jana Hernycha a Vladimíra Čalouna. Ten zde provozoval pivovar do r. 1942.

Stavba pivovaru je uvnitř areálu čp. 1. Na hlavním komíně dnes hnízdí čápi.



Na hlavní milínské komunikaci "11. května" stojí objekt **čp. 66**. Jedná se původně o stavení Jana Ketta, známého milínského truhláře. Na dřevěné vstupní bráně do objektu můžeme vidět tuto vyřezávanou profilaci s kotvou a lvem.

Císařský rozcestník

stojí v části Milína zvané "Kojetín" na rozcestí. Osazen při příležitosti budování císařské silnice kolem r. 1820, nyní rekonstruován.



Příloha č. 5

Vybrané statistické údaje za základní územní jednotku (ZUJ) 539911 - **Příbram**

Sčítání lidu, domů a bytů 2001

Doprava (údaje roku 2004)

ky (1=ano, 0=ne)	1
Zastávka linky místního významu (1=ano, 0=ne)	1
Zastávka městské hromadné dopravy (1=ano, 0=ne)	1
Stanice (zastávka) vlaku (1=ano, 0=ne)	1

Druhy pozemků (údaje roku 2004)

Celková výměra pozemku (ha)	3340.9762
Orná půda (ha)	936.0659
Chmelnice (ha)	0.0000
Vínice (ha)	0.0000
Zahrady (ha)	216.0893
Ovocné sady (ha)	13.2929
Trvalé travní porosty (ha)	446.5516
Zemědělská půda (ha)	1611.9997
Lesní půda (ha)	618.2298
Vodní plochy (ha)	37.6699
Zastavěné plochy (ha)	208.9523
Ostatní plochy (ha)	864.1245

Hospodářská činnost (údaje roku 2004)

Počet podnikatelských subjektů celkem	9041
Zemědělství, lesnictví, rybolov - počet subjektů	194
Průmysl - počet podnikatelských subjektů	1069
Stavebnictví - počet podnikatelských subjektů	980
Doprava a spoje - počet podnikatelských subjektů	193
Obchod, prodej a opravy motorových vozidel a spotřebního zboží a pohostinství - počet podnikatelských subjektů	3138
Ostatní obchodní služby - počet podnikatelských subjektů	2384
Veřejná správa, obrana, povinné sociální pojištění - počet subjektů	11
Školství a zdravotnictví - počet subjektů	298
Ostatní veřejné, sociální a osobní služby - počet subjektů	774
Státní organizace - počet subjektů	55
Akciové společnosti - počet subjektů	37
Obchodní společnosti - počet subjektů	716
Družstevní organizace - počet subjektů	14
Peněžní organizace - počet subjektů	0
Podnikatelé - fyzické osoby - počet subjektů	6642
Samostatně hospodařící rolníci - počet subjektů	146
Svobodná povolání - počet subjektů	579
Ostatní právní formy - počet subjektů	852

Kultura (údaje roku 2004)

Veřejná knihovna vč. poboček	2
Stálá kina	1
Divadlo	2
Přírodní amfiteátry (vč. letních kin)	1
Muzeum (včetně poboček a samostatných památníků)	2
Galerie (vč. poboček a výstavních sálů)	1
Kulturní zařízení ostatní	2
Středisko pro volný čas dětí a mládeže	1
Sakrální stavba	4
Hřbitov	3
Smuteční síň	1

Obecná charakteristika (údaje roku 2004)

První písemná zpráva (rok)	1216
Nadmořská výška (m n.m.)	502
Katastrální plocha (ha)	3341
Počet katastrů	10
Počet územně technických jednotek	11
Počet částí obce	18

Obyvatelstvo (údaje roku 2004)

Živě narození celkem	341
Muži (z narození celkem)	171
Ženy (z narození celkem)	170
Zemřelí celkem	320
Muži (ze zemřelí celkem)	172
Ženy (ze zemřelí celkem)	148
Přirozený přírůstek celkem	21
Muži (z přirozeného přírůstku celkem)	-1
Ženy (z přirozeného přírůstku celkem)	22
Přistěhovalí celkem	626
Muži (z přistěhovalí celkem)	300
Ženy (z přistěhovalí celkem)	326
Vystěhovalí celkem	751
Muži (z vystěhovalí celkem)	369
Ženy (z vystěhovalí celkem)	382
Saldo migrace celkem	-125
Muži (ze salda migrace celkem)	-69
Ženy (ze salda migrace celkem)	-56
Přírůstek/úbytek celkem	-104
Muži (z přírůstek/úbytek celkem)	-70
Ženy (z přírůstek/úbytek celkem)	-34
Počet bydlících obyvatel k 31.12.	35147
Muži (z poč.bydl.obyv.k 31.12)	16948
Ženy (z poč.bydl.obyv.k 31.12)	18199
Počet obyvatel ve věku 0-14 let celkem	5079
Počet obyvatel ve věku 15-59 ženy	11776
Počet obyvatel ve věku 15-59 muži	11706
Střední stav obyvatel (k 1.7.)	35141
Muži (ze středního stavu obyv. k 1.7.)	16963
Ženy (ze středního stavu obyv. k 1.7.)	18178

Peněžnictví (údaje roku 2004)

Peněžní ústavy a jejich úřadovny	13
Pojišťovny a jejich úřadovny	12
Finanční úřady	1

Školství (údaje roku 2004)

Mateřská škola	15
Základní škola - vyšší stupeň (1.-9. ročník)	9
Střední odborné učiliště	3
Gymnázium	3
Střední odborná škola (vč.zdravotnické)	4
Škola speciální	6
Základní umělecká škola	2
Vyšší odborná škola	3
Dětský domov	1

Sociální oblast (údaje roku 2004)

Domy s pečovatelskou službou	4
Úřad práce - počet úřadoven	2
Ostatní zařízení sociální péče	1

Sport (údaje roku 2004)

Koupaliště a bazény	1
- z toho kryté bazény	1
Hřiště (s provozovatelem nebo správcem)	3
Tělocvičny (vč. školních)	3
Stadiony otevřené	2
Stadiony kryté	1
Zimní stadiony kryté i otevřené	1
Ostatní zařízení pro tělovýchovu (s provozovatelem nebo správcem)	1

Technická vybavenost (údaje roku 2004)

Pošta - počet	1
Veřejný vodovod (1=ano, 0=ne)	1
Kanalizace s napojením na ČOV (1=ano, 0=ne)	1
Hasičský záchranný sbor (1=ano, 0=ne)	1
Sbor dobrovolných hasičů obce (1=ano, 0=ne)	1
Požární nádrž (1=ano, 0=ne)	1
Požární hydrant (1=ano, 0=ne)	1
Obvodní oddělení policie ČR (1=ano, 0=ne)	1
Městská, obecní policie (1=ano, 0=ne)	1
Plynofikace obce (1=ano, 0=ne)	1
Skládka tuhých dom.odpadů (1=ano, 0=ne)	0

Zdravotnictví (údaje roku 2004)

Ambulantní zařízení	1
Nemocnice	1
Detasované pracoviště nemocnice	3
Samostatná ordinace praktického lékaře pro dospělé	20
Detasované pracoviště samostatné ordinace praktického lékaře pro dospělé	1
Samostatná ordinace praktického lékaře pro děti a dorost	11
Samostatná ordinace praktického lékaře - stomatologa	24
Samostatná ordinace praktického lékaře - gynekologa	6
Detasované pracoviště samostatné ordinace praktického lékaře - gynekologa	1
Samostatná ordinace lékaře specialisty	38
Detasované pracoviště samostatné ordinace lékaře specialisty	2
Ostatní samostatná zařízení	13
Detasované pracoviště ostatního samostatného zařízení	2
Zařízení lékárenské péče	12
Detasované pracoviště zařízení lékárenské péče	1
Jesle	1
Středisko záchranné služby a rychlá zdravotnická pomoc	1
Transfusní stanice	1

Příloha č. 6

Vybrané statistické údaje za základní územní jednotku (ZUJ) 540757 - **Milín**
Sčítání lidu, domů a bytů 2001

Doprava (údaje roku 2004)

Zastávka dálkové linky (1=ano, 0=ne)	1
Zastávka linky místního významu (1=ano, 0=ne)	1
Stanice (zastávka) vlaku (1=ano, 0=ne)	1

Druhy pozemků (údaje roku 2004)

Celková výměra pozemku (ha)	2413.2609
Orná půda (ha)	936.6292
Chmelnice (ha)	0.0000
Vinice (ha)	0.0000
Zahrady (ha)	47.8085
Ovocné sady (ha)	10.8380
Trvalé travní porosty (ha)	303.7311
Zemědělská půda (ha)	1299.0068
Lesní půda (ha)	843.7925
Vodní plochy (ha)	36.1848
Zastavěné plochy (ha)	35.9525
Ostatní plochy (ha)	198.3243

Hospodářská činnost (údaje roku 2004)

Počet podnikatelských subjektů celkem	475
Zemědělství, lesnictví, rybolov - počet subjektů	39
Průmysl - počet podnikatelských subjektů	65
Stavebnictví - počet podnikatelských subjektů	63
Doprava a spoje - počet podnikatelských subjektů	19
Obchod, prodej a opravy motorových vozidel a spotřebního zboží a pohostinství - počet podnikatelských subjektů	142
Ostatní obchodní služby - počet podnikatelských subjektů	92
Veřejná správa, obrana, povinné sociální pojištění - počet subjektů	6
Školství a zdravotnictví - počet subjektů	9
Ostatní veřejné, sociální a osobní služby - počet subjektů	40
Státní organizace - počet subjektů	5
Akciové společnosti - počet subjektů	3
Obchodní společnosti - počet subjektů	15
Družstevní organizace - počet subjektů	0
Peněžní organizace - počet subjektů	0
Podnikatelé - fyzické osoby - počet subjektů	349
Samostatně hospodařící rolníci - počet subjektů	34
Svobodná povolání - počet subjektů	19
Ostatní právní formy - počet subjektů	47

Kultura (údaje roku 2004)

Veřejná knihovna vč. poboček	1
Stálá kina	1
Kulturní zařízení ostatní	1
Sakrální stavba	2
Hřbitov	1

Obecná charakteristika (údaje roku 2004)

První písemná zpráva (rok)	1336
----------------------------	------

Nadmořská výška (m n.m.)	547
Katastrální plocha (ha)	2413
Počet katastrů	5
Počet územně technických jednotek	5
Počet částí obce	6

Obyvatelstvo (údaje roku 2004)

Živě narození celkem	22
Muži (z narození celkem)	11
Ženy (z narození celkem)	11
Zemřelí celkem	17
Muži (ze zemřelí celkem)	11
Ženy (ze zemřelí celkem)	6
Přirozený přírůstek celkem	5
Muži (z přirozeného přírůstku celkem)	0
Ženy (z přirozeného přírůstku celkem)	5
Přistěhovalí celkem	65
Muži (z přistěhovalí celkem)	30
Ženy (z přistěhovalí celkem)	35
Vystěhovalí celkem	44
Muži (z vystěhovalí celkem)	29
Ženy (z vystěhovalí celkem)	15
Saldo migrace celkem	21
Muži (ze salda migrace celkem)	1
Ženy (ze salda migrace celkem)	20
Přírůstek/úbytek celkem	26
Muži (z přírůstek/úbytek celkem)	1
Ženy (z přírůstek/úbytek celkem)	25
Počet bydlících obyvatel k 31.12.	2079
Muži (z poč.bydl.obyv.k 31.12)	1018
Ženy (z poč.bydl.obyv.k 31.12)	1061
Počet obyvatel ve věku 0-14 let celkem	301
Počet obyvatel ve věku 15-59 ženy	673
Počet obyvatel ve věku 15-59 muži	724
Střední stav obyvatel (k 1.7.)	2059
Muži (ze středního stavu obyv. k 1.7.)	1016
Ženy (ze středního stavu obyv. k 1.7.)	1043

Peněžnictví (údaje roku 2004)

Peněžní ústavy a jejich úřadovny	2
----------------------------------	---

Školství (údaje roku 2004)

Mateřská škola	1
Základní škola - vyšší stupeň (1.-9. ročník)	1

Sport (údaje roku 2004)

Hřiště (s provozovatelem nebo správcem)	1
Tělocvičny (vč. školních)	1
Stadiony otevřené	1

Technická vybavenost (údaje roku 2004)

Pošta - počet	1
Veřejný vodovod (1=ano, 0=ne)	1
Kanalizace bez napojení na ČOV (1=ano, 0=ne)	0
Kanalizace s napojením na ČOV (1=ano, 0=ne)	1
Sbor dobrovolných hasičů obce (1=ano, 0=ne)	1
Požární nádrž (1=ano, 0=ne)	1
Požární hydrant (1=ano, 0=ne)	1
Obvodní oddělení policie ČR (1=ano, 0=ne)	1
Plynofikace obce (1=ano, 0=ne)	1

Zdravotnictví (údaje roku 2004)

Samostatná ordinace praktického lékaře pro dospělé	1
Samostatná ordinace praktického lékaře pro děti a dorost	1
Samostatná ordinace praktického lékaře - stomatologa	1
Detašované pracoviště samostatné ordinace praktického lékaře - gynekologa	

Zdroj: Český statistický úřad