

JIHOČESKÁ UNIVERZITA V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH

EKONOMICKÁ FAKULTA

Katedra obchodu a cestovního ruchu

Studijní program: 6280 B Ekonomika a management

Studijní obor: Obor obchodní podnikání – cestovní ruch

**Předpoklady rozvoje komerčních služeb ve vybrané
oblasti – mikroregionu Svazek Lipenských obcí**

Vedoucí bakalářské práce

Ing. Eva Fellegiová

Autor

Kateřina Pospíšilová

2009

JIHOČESKÁ UNIVERZITA V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH
Ekonomická fakulta
Katedra obchodu a cestovního ruchu
Akademický rok: 2007/2008

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Kateřina POSPÍŠILOVÁ**
Studijní program: **B6208 Ekonomika a management**
Studijní obor: **Obchodní podnikání**

Název tématu: **Předpoklady rozvoje komerčních služeb ve vybrané oblasti
- mikroregionu Svazek lipenských obcí**

Z á s a d y p r o v y p r a c o v á n í :

Cíl práce:

Popsat vybraný mikroregion se zaměřením na danou oblast komerčních služeb. Provést situační analýzu. Vymežit předpoklady rozvoje dané oblasti komerčních služeb. Práce je zahrnuta do řešení výzkumného záměru ZF JU MSM 600766 5806.

Metodický postup:

1. Studium teoretických východisek
2. Sběr dat v terénu - dotazování
3. Sestavení profilu vybraného mikroregionu
4. Situační analýza vybraného mikroregionu
5. Vymezení předpokladů rozvoje dané oblasti komerčních služeb

Rámcová osnova:

1. Úvod. 2. Literární rešerše. 3. Cíle a metodika. 4. Vlastní výzkum a jeho vyhodnocení. 5. Situační analýza. 6. Závěr. 7. Seznam literatury. 8. Přílohy.

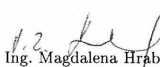
Rozsah grafických prací: **dle potřeby**
Rozsah pracovní zprávy: **30 - 40 stran**
Forma zpracování bakalářské práce: **tištěná**

Seznam odborné literatury:

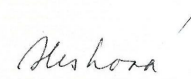
- Čepelka, O. a kol.: Místní partnerství a rozvoj venkova (příprava na iniciativu LEADER). Liberec: Omega, 2004.
Hesková, M. a kol.: Kooperace II. Praha: Profess Consulting, 2006.
Horner, S., Swarbrooke, J.: Cestovní ruch, ubytování a stravování, využití volného času. Praha: Grada Publishing, 2003.
Palatková, M.: Marketingová strategie destinace cestovního ruchu. Praha: Grada Publishing 2006.
Vlk, J. a kol.: Metodická příručka pro zpracování strategických rozvojových dokumentů mikroregionů. Brno: Ústav územního rozvoje, 2004.
Vojtko, V.: Marketingový výzkum v kognitivních mapách. Zeleneč: Profess Consulting, 2008.

Vedoucí bakalářské práce: **Ing. Eva Fellegiová**
Katedra obchodu a cestovního ruchu

Datum zadání bakalářské práce: **15. března 2008**
Termín odevzdání bakalářské práce: **15. dubna 2009**


prof. Ing. Magdalena Hrabánková, CSc.
děkanka

JIHOČESKÁ UNIVERZITA
V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH
EKONOMICKÁ FAKULTA
L.S.
Sladkovská 13 (6)
370 05 České Budějovice
IČ 600 76 658, DIČ CZ60076658


doc. Ing. Marie Hesková, CSc.
vedoucí katedry

V Českých Budějovicích dne 26. března 2008

Prohlášení

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci na téma „Předpoklady rozvoje komerčních služeb ve vybrané oblasti – mikroregionu Svazek Lipenských obcí“ zpracovala samostatně na základě vlastních zjištění a z dostupných literárních a internetových pramenů. Jejich seznam je součástí práce.

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

V Českých Budějovicích, 9.4.2009

.....

Podpis

Poděkování

Děkuji vážené paní Ing. Evě Fellegiové za vedení bakalářské práce a poskytnutí konzultací

Obsah

1. Úvod.....	8
2. Literární rešerše.....	10
2.1 Cestovní ruch.....	10
2.2 Služby.....	12
2.3 Komerční služby.....	12
2.4 Služby v cestovním ruchu.....	13
2.5 Charakteristika služeb v cestovním ruchu.....	13
2.5.1 Služby cestovního ruchu.....	14
2.5.2 Ostatní služby.....	21
2.6 Specifikace služeb v cestovním ruchu.....	25
2.7 Klasifikace služeb cestovního ruchu.....	26
2.8 Mikroregion.....	27
3. Cíle práce, hypotézy a metodika zpracování.....	29
3.1 Cíle práce.....	29
3.2 Hypotézy.....	29
3.3 Metodika.....	30
4. Situační analýza.....	32
4.1 Vymezení mikroregionu Svazek Lipenských obcí.....	32

4.1.1 Geografické vymezení.....	32
4.1.2 Důvody vzniku Svazku Lipenských obcí.....	33
4.1.3 Strategie Svazku Lipenských obcí.....	34
4.1.4 „Lipensko – dovolená bez stresu“	36
4.1.5 Sociodemografická struktura obyvatelstva.....	37
4.1.6 Hospodářství.....	38
4.1.7 Nezaměstnanost.....	39
4.1.8 Obyvatelstvo.....	40
4.1.9 Cestovní ruch.....	42
4.2 Primární data.....	43
4.2.1 Dotazníkové šetření.....	43
4.2.2 Řízený rozhovor se starosty a starostkami.....	50
4.3 Zodpovězení hypotéz.....	52
4.4 Profil mikroregionu z hlediska cestovního ruchu.....	53
4.4.1 Nabídka aktivit na Lipensku.....	53
5. Vymezení předpokladů rozvoje cestovního ruchu.....	55
6. Závěr.....	59
7. Summary.....	60
8. Přehled použité literatury a zdrojů.....	61

8.1 Odborné publikace.....	61
8.2 Internetové zdroje.....	62
Seznam obrázků, grafů a tabulek.....	63
Seznam příloh.....	64

1. Úvod

Cestování a poznávání vzdálenějšího okolí doprovázelo vývoj starověkých civilizací a svým způsobem bylo podmínkou jejich úspěšného rozvoje – Sumerové, Peršané, Asyřané, Egyptané. Jako typický příklad mohou posloužit Fénicičané, jejichž civilizace byla založena na obchodu a cestování. Rovněž mnohé písemné a stavební doklady o cestování za odpočinkem a zábavou nalezneme ve starověkém Řecku a Římě. Dokonce staří Římané měli svá rekreační centra a střediska zábavy. (Hesková a kol., 2006)

Pojem „cestovní ruch“ má každý z nás spojen s volnem, odpočinkem od všedních dnů a trávením dovolené, ať už v zimě či v létě. Každý se na toto období těší a chce si ho patřičně užít. Možná právě to je ten důvod, proč je cestovní ruch tak významným celosvětovým fenoménem, který dokáže tak silně ovlivňovat ekonomiky všech zemí světa a je tak nedílnou součástí hospodářství každého státu. Je provázán i s ostatními hospodářskými odvětvími a některá z nich i velmi výrazně ovlivňuje.

Cestovní ruch je velice dynamickým odvětvím, které se neustále rozvíjí a modernizuje. Uspokojuje naše potřeby – zejména potřebu odpočinku a vyžití ve volném čase. Pro některého z nás je zaměstnavatelem, pro jiného poskytovatelem služeb, ale jedno má pro všechny společné – přináší do našich životů pocit svobody a volnosti.

Všechna tato výše uvedená fakta mne do jisté míry ovlivnila při výběru tématu své bakalářské práce – Předpoklady rozvoje komerčních služeb ve vybraném mikroregionu – Svazek Lipenských obcí. Bakalářská práce je zaměřena na služby cestovního ruchu ve zmíněném území, kde je cestovní ruch zcela klíčovým, neboť ze všech hospodářských odvětví v oblasti přináší největší ekonomické příjmy.

Hlavním cílem mé práce je popsat mikroregion z hlediska cestovního ruchu a vymezit předpoklady dalšího rozvoje, který je pro dané území nezbytný.

V rámci zpracování bakalářské práce byl proveden na území Svazku Lipenských obcí výzkum u podnikatelských subjektů poskytujících služby a provozujících zařízení v cestovním ruchu. Pomocí dotazníkového šetření byl zjišťován stav současných kapacit,

konkurenceschopnost ve vztahu k ostatním podnikatelským subjektům a současná nabídka služeb. Druhou částí výzkumu byly řízené rozhovory se starosty a starostkami obcí mikroregionu. Tato část umožnila odhalit konkrétní přínosy spolupráce obcí Svazku a nedostatky, které do jisté míry brzdí rozvoj cestovního ruchu na území mikroregionu. Na základě výstupu tohoto výzkumu a vlastních pozorování jsou vymezeny předpoklady rozvoje území v oblasti cestovního ruchu.

2. Literární rešerše

2.1 Cestovní ruch

Cestovní ruch je významný společensko-ekonomický fenomén z pohledu jednotlivce, i celé společnosti. Světová organizace cestovního ruchu (WTO – World Tourism Organization) v roce 1991 definovala cestovní ruch jako činnost osoby cestující na přechodnou dobu do místa ležícího mimo její běžné prostředí (místo bydliště), a to na dobu kratší než je stanovená, přičemž hlavní účel cesty je jiný než výkon výdělečné činnosti v navštíveném místě. Stanovenou dobou se v mezinárodním cestovním ruchu rozumí jeden rok, v domácím cestovním ruchu šest měsíců. Definice WTO vylučuje z cestovního ruchu cestování v rámci místa trvalého bydliště, pravidelné cesty do zahraničí, dočasné přestěhování se za prací a dlouhodobou migraci. (Hesková a kol., 2006)

Zjednodušeně je pojem cestovní ruch specifikován v kombinaci s pojmem cestování i v české verzi evropské normy EN 13809:2003, která má status české technické normy. Pod cestováním a cestovním ruchem rozumí tato norma činnost lidí, kteří cestují na místa mimo své běžné prostředí anebo zde pobývají za účelem zábavy, pracovní nebo z jiných důvodů. Synonymem pojmu cestovní ruch je však stále více používaný termín turismus, který téměř identicky používají světové jazyky (angličtina – tourism, němčina – Tourismus, francouzština – tourisme, španělština a italština – turismo). (Hesková a kol., 2006)

Orieška (1999) definuje cestovní ruch jako soubor činností zaměřených na uspokojování potřeb souvisejících s cestou a pobytem osob mimo místo trvalého bydliště, zpravidla ve volném čase, za účelem zotavení, poznání, společenského kontaktu, kulturního a sportovního vyžití, lázeňského léčení a pracovních cest.

Podle výkladového slovníku cestovního ruchu je cestovní ruch komplexní společenský jev, souhrn aktivit účastníků cestovního ruchu, souhrn procesů budování a provozování zařízení se službami pro účastníky cestovního ruchu včetně souhrnu aktivit osob, které tyto služby nabízejí a zajišťují, dále aktivit spojených s využíváním, rozvojem

a ochranou zdrojů pro cestovní ruch, souhrn politických a veřejně-správních aktivit a reakce místní komunity a ekosystémů na uvedené aktivity. (Pásková, Zelenka, 2002)

Vývoj definování cestovního ruchu naznačuje publikace (Malá, 2004), Borman zde definuje cestovní ruch jako cesty, které se podnikají za účelem zotavení, zábavy, obchodu a povoláním nebo i z jiných příčin /za zvláštními událostmi/, při nichž dochází k dočasné změně místa bydliště. Nezařazuje sem dojíždění za prací. Gluckmann chápe cestovní ruch jako sumu vztahů mezi lidmi, kteří se nacházejí v nějakém místě přechodně a mezi obyvateli tohoto místa. Gluckmann zdůrazňuje oproti předchozí definici zcela jinou stránku cestovního ruchu a to vztahy mezi lidmi, jež na základě účasti na cestovním ruchu vznikají. Fedor chápe cestovní ruch jako periodický příliv a odliv lidí do určitého místa nebo státu z jiného místa nebo státu. V této definici je zdůrazněn další aspekt cestovního ruchu, a to především přemístění a přepravu a vztahy mezi místem bydliště a cílovým místem cestovního ruchu. Poser rozumí pod pojmem cestovní ruch lokální nebo územní nahromadění cizinců s přechodným pobytem, které podmiňuje vznik vzájemných vztahů mezi cizinci na straně jedné a domácím obyvatelstvem, místem a jeho krajinou na straně druhé. V této definici si Poser všímá především změn, které cestovní ruch způsobuje v místech cestovního ruchu, včetně vztahů mezi účastníky cestovního ruchu a místním obyvatelstvem. Autoři F.W. Ogilvie a J.A. Norval si všímají zcela odlišného a dosud příliš nezdůrazňovaného pohledu. Cestovní ruch chápou jako ekonomický jev spojený se spotřebou hmotných a nehmotných statků, hrazených z prostředků získaných v místě trvalého bydliště. Z této definice je zřejmý akcent na ekonomickou stránku cestovního ruchu, především z pohledu cestovního ruchu jako součásti spotřeby obyvatelstva doprovázenou přesunem kupních fondů do míst cestovního ruchu.

2.2 Služby

Službu obecně lze charakterizovat jako ekonomickou činnost, jejímž výsledkem jsou nemateriální hodnoty, které se projevují jako užitečné efekty pro spotřebitele služeb. Nejčastěji se služba projevuje jako takové vynaložení práce (živé i nehmotné), při níž nevzniká hmotný statek, ale užitečný efekt. (Malá, 1999)

Francová (2003) službu definuje jako činnost, kterou může jedna strana nabídnout druhé. Je jednou z forem produktu (vedle hmotného výrobku, know-how, lokality a skupiny lidí). Je nehmotná a nevytváří žádné nabyté vlastnictví. Její realizace může, ale nemusí být spojená s fyzickým výrobkem.

Za všeobecné znaky služeb se považuje nemateriálnost, která vyjadřuje, že služby na rozdíl od výrobku nemůžeme vidět ani uchopit; vysoká spotřeba živé práce při spotřebě služeb souvisí s nemateriálností, protože poskytovat služby musí lidský faktor; potřeba začlenění vnějšího faktoru do procesu poskytování, kterou se rozumí účast zákazníka na procesu poskytování služeb - zákazník se může účastnit aktivně (např. návštěva kulturního představení) nebo pasivně (např. absolvování léčebného pobytu); soulad poskytování se spotřebou se označuje také jako simultánnost, znamená to tedy, že služby není možné produkovat do zásoby, neboť se při produkci hned spotřebovávají. S tím souvisí i pomíjitelnost služeb - služby nelze předem testovat. (Hesková a kol., 2006)

2.3 Komerční služby

Komerční služby, zahrnující maloobchod, stravování, nevýrobní a výrobní opravárenské služby, doznaly v nových ekonomických podmínkách nejvýznamnějších změn jak kapacitně, tak zejména ve své struktuře. V celé této oblasti došlo dosud k nejrazantnější transformaci, jež byla spojena s maximální decentralizací odpovědnosti, vysokou - mnohdy úplnou - autonomií jednotlivých provozovatelů sledovaných činností, nevídanou diferenciací činností a změnami v jejich lokalizaci. (oficiální stránky Ústavu územního rozvoje, dostupné na www.uur.cz, staženo únor 2009)

2.4 Služby v cestovním ruchu

Služby cestovního ruchu jsou služby poskytované turistům, návštěvníkům a cestujícím. (Pásková, Zelenka, 2002)

Služby cestovního ruchu se vyznačují nehmatatelností, vysokou mírou heterogenosti a subjektivitou vnímání, poskytováním stejné služby, neoddělitelností místa, času čerpání a poskytování služby. (Palatková, 2006)

Potřeby účastníků cestovního ruchu lze uspokojovat jednak volnými statky, které představují působení vlastností rekreačního prostoru (slunce, voda, čistý vzduch, klid, apod.), jednak statky hmotnými – zbožím a efekty nehmotného charakteru – službami. Lze je charakterizovat jako činnost směřující k uspokojování služeb účastníků cestovního ruchu. (Čech, 1998).

Podle Orišky (1999) jsou služby v cestovním ruchu činnosti, jejichž výsledkem je užitečný efekt, a to buď individuální nebo společenský.

2.5 Charakteristika služeb cestovního ruchu

Služby v cestovním ruchu se diferencují na služby cestovního ruchu a ostatní služby. Služby cestovního ruchu jsou výlučně nebo převážně určené na uspokojování potřeb účastníků cestovního ruchu, ostatní služby jsou určené převážně místnímu obyvatelstvu s tím, že účastníkům cestovního ruchu je určena část jejich produkce. (Hesková a kol., 2006)

Služby v cestovním ruchu tato autorka dále dělí na služby dodavatelské a zprostředkovatelské. Mezi dodavatelské patří služby: informační, dopravní, ubytovací, stravovací, sportovně-rekreační, kulturně-společenské, lázeňské, kongresové, venkovského cestovního ruchu, průvodcovské a asistenční, animační. Do zprostředkovatelských služeb pak řadí služby: informační, cestovních kanceláří a agentur. Ostatní služby dělí na specializované služby pro cestovní ruch, kam řadí služby: informační, pojišťovací, směnárenské, pasových a celních orgánů, a dále služby místní infrastruktury v cílovém

místě, kam řadí služby: informační, obchodní, komunální, zdravotnické, policejní, záchranné, poštovní a telekomunikační.

2.5.1 Služby cestovního ruchu

2.5.1 A) dodavatelské služby

a)informační

Tyto služby umožňují šíření objektivních poznatků o cílových místech cestovního ruchu, objektech cestovního ruchu a službách, čímž napomáhají a usměrňují rozhodování účastníků cestovního ruchu. Jde o informace o přírodních podmínkách, klimatických podmínkách, obyvatelstvu a způsobu jeho života, všeobecné infrastrukturu a suprastrukturu cestovního ruchu, hlavních dopravních trasách a prostředcích na dosažení cílového místa, výše cestovného, možnostech ubytování a stravování, možnostech sportovně-rekreačního a společensko-kulturního vyžití, výletech, prohlídkách měst, možnostech pojištění, celních, vízových, pasových, devizových a zdravotnických předpisech a mnohé další. (Hesková a kol., 2006)

b) dopravní služby

Dopravními službami v cestovním ruchu rozumíme takové, které jsou spojené se zabezpečením vlastní přepravy účastníků a jejich zavazadel včetně poskytování informací o dopravním spojení, o rezervování míst v dopravních prostředcích, o prodeji dopravních cenin, o vyřizování reklamací apod. (Hesková a kol., 2006)

Na kvalitě dopravních služeb do značné míry závisí spokojenost účastníka cestovního ruchu a splnění jeho představ, přání a vlastních cílů v místě cestovního ruchu. Dopravní infrastruktura má pro rozvoj cestovního ruchu zásadní význam. (Indrová, 2004)

Dopravní služby zajišťují přepravu účastníků cestovního ruchu z místa trvalého bydliště do místa čerpání služeb cestovního ruchu včetně doprovodných služeb (rezervace místenek a lůžek, občerstvení apod.). Podmiňují rozvoj cestovního ruchu a realizaci cílů účasti na cestovním ruchu. (Němčanský, 1995)

Rozsah dopravních služeb závisí na druhu použitého dopravního prostředku. (Orieška, 1999)

c) ubytovací služby

Ubytovací služby umožňují přenocování nebo přechodné ubytování účastníků cestovního ruchu. Jejich součástí jsou také služby, které s pobytem hosta v ubytovacím zařízení souvisejí. Jedná se o podávání informací, úschovu zavazadel a jejich přepravu v ubytovacím zařízení, buzení hostů, půjčování společenských her, úschovu cenností v hotelovém trezoru, rezervování míst v odbytových střediscích, zprostředkování telefonických hovorů, podávání telegramů, prodej vybraných druhů zboží (časopisů, literatury, upomínkových předmětů, květin), dále praní a žehlení prádla, čištění a žehlení oděvů, sekretářské a další služby. (Orieška, 1999)

Ubytovací služby spočívají v poskytování přechodného ubytování, a to zejména ve spojení s účastí na cestovním ruchu, ale i při výkonu povolání (služební cesty). (Francová, 2003)

Ubytovací služby poskytují veřejnosti přístupná ubytovací zařízení, která pracují na ziskovém principu (tzv. komerční zařízení) nebo na neziskovém principu (zařízení občanských sdružení, podnikové rekreační zařízení atd.). Budují se obvykle spolu s pohostinskými odbytovými středisky nebo jako samostatné ubytovací zařízení. (Hesková a kol., 2006)

Podle Indrové (2004) představují ubytovací služby základní podmínku pro rozvoj cestovního ruchu. Rozvoj těchto zařízení je nerozlučně spjat s politickými, hospodářskými a sociálními změnami ve společnosti, které zprostředkovaně ovlivňují pohyb obyvatelstva mimo místo trvalého bydliště a působí na vznik různých druhů ubytovacích zařízení.

d) stravovací služby

Stravovací služby zabezpečují uspokojování základních potřeb výživy, přispívají k zotavení a vytvářejí větší fond volného času využitelný pro uspokojování potřeb účastníků cestovního ruchu, které jsou cílem účasti na cestovním ruchu. (Hesková a kol., 2006)

Stravovací služby zahrnují základní stravování, doplňkové stravování a občerstvení, jakož i o společensko-zábavní služby, spojené s hudební produkcí, kulturním programem, případně další služby. (Orieška, 1999)

Stravovací služby uspokojují potřebu výživy účastníků cestovního ruchu během přepravy a pobytu. Jsou zajištěny subjekty provozujícími společenské stravování, tj. hostinskou činnost a dalšími subjekty poskytujícími stravovací služby v omezené míře. (Francová, 2003)

Pro účastníky mezinárodního cestovního ruchu však představuje stravování kromě nasycení i možnost seznámit se s určitým specifickým prvkem kultury daného národa či regionu. (Mlejnková, 2004)

e) sportovně-rekreační služby

Tyto služby patří k nejvýznamnějším z hlediska účasti na cestovním ruchu a využívají přírodních i uměle vybudovaných předpokladů, především k rozvoji sportu, rekreace a turistiky (hřiště a stadiony, bazény a koupaliště, ledové plochy, lyžařské svahy, lanovky a vleky, běžecké tratě a další). (Němčanský, 1995)

Poskytování a spotřeba sportovně-rekreačních služeb souvisí se snahou využít volný čas formou aktivního odpočinku včetně určitého stupně fyzické zátěže jako protipól převážně stereotypního způsobu života. Poskytují je sportovně-rekreační zařízení budovaná jako součást ubytovacích zařízení nebo jako součást vybavenosti cílových míst cestovního

ruchu. Je možné nabízet je jednotlivě nebo v rámci souboru pobytových služeb. (Hesková a kol., 2006)

Budování zařízení pro poskytování sportovně-rekreačních služeb ovlivňuje charakter přírodních podmínek a jejich kvalita. (Orieška, 1999)

f) kulturně-společenské služby

Kulturně-společenské služby uspokojují společenské a kulturní potřeby účastníků cestovního ruchu. Jejich poskytování je spojené s hlavním motivem kulturního a městského cestovního ruchu. (Hesková a kol., 2006)

Takovéto služby poskytují kulturní, společensko-zábavní a osvětová zařízení. V některých případech jsou cílem účasti na cestovním ruchu (prohlídka galerie, návštěva divadelního představení a další). Poptávku po nich do značné míry ovlivňuje délka pobytu účastníků cestovního ruchu. (Orieška, 1999)

g) lázeňské služby

V historii vývoje lidské společnosti a kultury můžeme sledovat již od starověku zájem lidí o místa spojená s vývěrem termálních či minerálních pramenů. Tyto vody hojily lidem rány a bolesti, ohřivaly je a byly i pomocníkem při výkonu některých prací. V místech jejich trvalého výskytu začaly společnosti s industriálním rozvojem budovat speciální účelové stavby k jímání a využití těchto pramenů. (Mlejnková, 2004)

Lázeňské služby tvoří komplex služeb souvisejících s pobytem v lázních, lékařské a léčebné služby, ubytovací a stravovací služby, společenské a kulturní služby a doplňkové služby. (Němčanský, 1995)

Základní služby představují produkt lázeňského podniku a jsou součástí individuálního lázeňského léčebného režimu, tj. uspořádání pobytu lázeňského hosta podle zdravotního stavu (aplikace léčebných procedur, stravování, aktivní nebo pasivní odpočinek, spánek). (Hesková a kol., 2006)

Mezi doplňkové služby poskytované lázeňským hostům patří léčebná kosmetika, manikura, pedikura, prodej pohlednic, upomínkových předmětů a literatury, směnářské služby apod. Základní lázeňské služby poskytují zařízení lázeňských podniků, doplňkové služby i další dodavatelé, kteří mají svá zařízení v lázeňském místě. (Orieška, 1999)

Lázeňská léčba je zaměřena na prevenci, účastí na ní se předchází onemocnění, u nemocných se má dosáhnout stabilizace nebo zlepšení zdravotního stavu. Poskytování lázeňských služeb vyžaduje existenci přírodních léčivých zdrojů (léčivé vody, vřídelní plyny a emanace, peloidy a klimatické podmínky. (Hesková a kol., 2006)

h) kongresové služby

Kongresové služby jsou specializovanou formou cestovního ruchu. Zahrnují soubor činností zaměřených na výměnu vědeckých a odborných poznatků a zkušeností spojených s cestováním a pobytem lidí v kongresovém místě. (Francová, 2003)

Tyto služby představují komplex činností, v tomto případě souvisejících s uspokojováním potřeb účastníků kongresového cestovního ruchu. Kromě informačních, ubytovacích, stravovacích, směnářských a dalších obvyklých služeb cestovního ruchu jde hlavně o organizování vlastní kongresové akce a programů před jejím zahájením a po jejím skončení. Poskytnutí těchto služeb vyžaduje existenci specifických zařízení s nutným materiálním a technickým vybavením. (Orieška, 1999)

Kongresové akce (seminář, školení, kolokvium, kulatý stůl, konference, symposia, kongres, sjezd) mají předem připravený odborný program se specifikovaným cílem jednání, který je kombinovaný s doprovodnými, před- a pokongresovými akcemi. Odborný program zabezpečuje iniciátor akce, tj. odborná nebo vědecká instituce, která si kongresové služby objednává obvykle u profesionálního organizátora kongresových akcí. (Hesková a kol., 2006)

Kongresová turistika se vyznačuje několika zvláštnostmi jsou to: vysoká úroveň a komplexnost služeb, odborný charakter akcí, společenský a reprezentační aspekt, ekonomická výhodnost (účastníci utratí 2 – 3krát více než obyčejní turisté), konají se

zpravidla mimo sezónu (rovnoměrné využití kapacit a oslabení výkyvů během roku). Bývají realizovány v ubytovacích zařízeních nejvyšší třídy. (Francová, 2003)

i) služby venkovského cestovního ruchu

Tyto služby jsou relativně samostatným souborem služeb poskytovaných účastníkům venkovského cestovního ruchu, včetně agroturistiky. Jejich poskytování vyžaduje vhodné zařízení lokalizované ve venkovském prostředí a bezprostřední interakci producenta služeb a hosta. Jde o ubytovací, stravovací a doplňkové služby na venkově. (Hesková a kol., 2006)

Venkovský cestovní ruch je považován za jednu z alternativních forem cestovního ruchu. V teorii i praxi existuje několik vymezení obsahu tohoto pojmu. Jeho součástí je agroturistika, pro níž je především charakteristické, že účastníci jsou ubytováni přímo v zemědělské usedlosti anebo v její bezprostřední blízkosti. (Orieška, 1999)

Venkovský cestovní ruch je souborné označení pro druh cestovního ruchu s vícedenním pobytem a s rekreačními aktivitami na venkově (procházky a pěší turistika, projížďky na kole nebo na koni, pozorování a péče o domácí zvířata, konzumace podomácku vyrobených potravin atd.), s ubytováním v soukromí nebo v menších hromadných ubytovacích zařízeních. (Pásková, Zelenka, 2002)

j) průvodcovské a asistenční služby

Průvodcovské služby patří do souboru služeb, které zprostředkovává cestovní kancelář. Jsou spojené s opakovaným provázením skupin nebo jednotlivých účastníků cestovního ruchu, s organizačním a technickým zabezpečením dohodnutých služeb včetně časového a věcného dodržování programu a poskytování informací. Ve většině případů jsou tyto služby zprostředkovány a poskytovány klientům za úhradu. (Francová, 2003)

Průvodcovské a asistenční služby jsou součástí péče o návštěvníka v cestovním ruchu, tzv. asistence, kterou zabezpečují vlastní pracovníci cestovní kanceláře, kulturního, osvětového či jiného zařízení služeb nebo jednotlivé fyzické osoby, obvykle živnostníci. Péče – asistence klade na osobnost jejího poskytovatele mnoho požadavků. Jde zejména o psychické vlastnosti a schopnosti, organizační předpoklady, odbornou přípravu

a fyzickou kondici. Významnou součástí je slovní projev, zvláště kvalita zprostředkovaných informací. (Hesková a kol., 2006)

Kromě průvodců cestovního ruchu přicházejí v úvahu i služby místních průvodců, horských vůdců, průvodců po kulturních a historických pozoruhodnostech (hradech, zámcích, muzeích, galeriích atd.) a služby průvodců v jeskyních. (Orieška, 1999)

k) animační služby

V souvislosti s cestovním ruchem se v našich podmínkách na rozdíl od zahraničí vyskytují zatím jenom výjimečně. (Orieška, 1999)

Animace znamená oživení, rozveselení, zabavení se. V cestovním ruchu má význam z hlediska získání komplexních zážitků a vychází z potřeby člověka po oddychu, rozptýlení, společenské komunikaci a zábavě ve volném čase. Animace je často i alternativou pro případ nepříznivého počasí, když není možné absolvovat plánovaný program. (Hesková a kol., 2006)

Základem animace je aktivní účast na společných akcích zájmových skupin s cílem zintenzivnit zážitky účastníků, a to uspokojením jejich potřeb, stupňováním jejich aktivity, znásobením interakce s okolím a komunikací. Animaci je možno chápat zároveň jako službu, která vyžaduje organizační, personální, materiálně-technické a ekonomické zabezpečení tak, aby se mohla stát součástí nabídky dodavatelských podniků cestovního ruchu, především ubytovacích zařízení, organizátorů cestovního ruchu i středisek cestovního ruchu. (Orieška, 1999)

2.5.1 B) zprostředkovatelské služby

Tyto služby souvisí se zprostředkováním, často i organizováním a zabezpečováním činností podmiňujících a umožňujících účast na cestovním ruchu. (Hesková a kol., 2006)

Zprostředkování služeb, které jsou výsledkem činnosti dodavatelských podniků a organizací, zabezpečují hlavně cestovní kanceláře, případně jim obdobné subjekty. Jde o zprostředkování dopravy, ubytování, stravování, lázeňských služeb, pojištění atd. (Orieška, 1999)

Cestovní kanceláře poskytují i vlastní služby (informační a poradenské služby, organizování zájezdů, pobytů, výletů, kongresových akcí, lovecké turistiky apod.). Některé zabezpečují i přepravu vlastními dopravními prostředky, ubytování a stravování v privátních zařízeních, případně v zařízeních patřících do určité organizační struktury. (Hesková a kol., 2006)

2.5.2 ostatní služby

2.5.2 A) specializované služby pro cestovní ruch

a) pojišťovací služby

Pojišťovací služby umožňují účastníkovi cestovního ruchu obstarat si cestovní pojištění. Cestovní pojištění je druh pojištění proti následkům nepředvídatelných událostí během cestování a pobytu v tuzemsku a v zahraničí. Pojištění zabezpečuje právo cestujícího na výplatu peněžních prostředků souvisejících s úhradou výdajů, které z nahodilých událostí vznikly. (Hesková a kol., 2006)

Pojišťovací služby v cestovním ruchu patří mezi placené služby. Výše pojistného závisí na pojistném riziku. Pojistné riziko je možnost či nebezpečí vzniku pojistné události. Pojistná událost je potom realizací pojistného rizika, kdy se možnost či nebezpečí mění ve skutečnost. V důsledku realizace nebezpečí vzniká škoda. Výše pojistného závisí na pojistné částce a skutečné škodě. Pojistná částka představuje horní limit ručení pojišťovny. (Němčanský, 1995)

Pojistné služby účastníkům cestovního ruchu poskytují pojišťovny přímo, případně prostřednictvím cestovních kanceláří. Jde o pojištění pro případ jednoho nebo více pojistných rizik (úrazové pojištění, pojištění zavazadel, základní pojištění, komplexní pojištění, cestovní pojištění a další). (Orieška, 1999)

Podle výkladového slovníku je cestovní pojištění je pojišťovací produkt vymezený obsahem pojistné smlouvy pro pojistné události, které mohou postihnout cestujícího. (Pásková, Zelenka, 2002)

V organizovaném cestovním ruchu se uplatňuje obvykle tzv. základní pojištění, které zahrnuje pojištění proti úrazu, pojištění zavazadel a věci osobní potřeby, odpovědnosti za škodu, případně stornování zájezdu. Komplexní pojištění je základní pojištění rozšířené o pojištění léčebných nákladů v zahraničí, pojištění předčasného návratu a nespotřebovaných služeb. (Hesková a kol., 2006)

b) směnářenské služby

Směnářenské služby jsou spojené s rozvojem zahraničního cestovního ruchu. Tvoří také součást obchodu s devizovými prostředky, kterými se rozumí koupě nebo prodej devizových hodnot i jejich výměna (tzv. konverze). (Hesková a kol., 2006)

K peněžním službám využívaným v cestovním ruchu patří převody peněžních prostředků, platební nástroje ve formě cestovních šeků a platebních karet. V rámci těchto služeb dochází k transakcím s devizovými prostředky - směnářské službě. (Francová, 2003)

V souladu s platnými předpisy jsou tyto služby poskytovány bankovními a mimobankovními směnárny (cestovní kanceláře, hotely, soukromé směnárny a další). (Orieška, 1999)

c) služby pasových orgánů

Tyto služby souvisí s vydáváním cestovních dokladů (pasů) pro cesty do zahraničí a jejich kontrolou na hraničních přechodech určených pro mezinárodní styk za účelem identifikace cestujících. (Hesková a kol., 2006)

K cestování do zahraničí potřebuje každý účastník cestovního ruchu cestovní doklad, který slouží k prokázání totožnosti, jak při samotném překročení státní hranice, tak i při průjezdu a pobytu v zahraničí. (Francová, 2003)

Kontrolu cestovních dokladů provádějí na hraničních přechodech (i na mezinárodních letištích) orgány cizinecké policie. (Němčanský, 1995)

Do zemí s vízovou povinností je potřebné prokázat se cestovním pasem včetně platného víza. Vízum je povolení vstupu na území cizího státu s cílem cestovat nebo pobývat na jeho území. Víza vydávají zastupitelské (konzulární) úřady jednotlivých států, případně se udělují na hraničním přechodu. Na hraničních přechodech jsou služby pasových orgánů spojené se službami celních orgánů uskutečňujících celní kontrolu zaměřenou na ochranu hospodářství státu, tj. na vývoz a dovoz neobchodního zboží, případně i peněžních prostředků. Vstup České republiky do Evropské unie umožnil výraznou redukci těchto služeb ve vztahu k ostatním členským státům. (Hesková a kol., 2006)

2.5.2 B) služby místní infrastruktury v cílovém místě

a) obchodní služby

Obchodní služby jsou předpokladem komplexního uspokojení potřeb cestujících. Obchodní síť má zabezpečovat nabídku takového zboží, které žádají účastníci cestovního ruchu. Jde o potraviny, nápoje, ale i průmyslový, specializovaný, případně luxusní sortiment (sportovně-rekreační potřeby, fotografické potřeby, mapy a ostatní kartografické výrobky, knižní průvodce, klenoty, hodinky, bižuterie, kožená a textilní galanterie a další).

Služby obchodních podniků mohou být v mnohých případech i motivem rozvoje tzv. nákupního cestovního ruchu. (Hesková a kol., 2006; Oriška, 1999)

b) komunální služby

Komunální služby představují sortiment různorodých služeb nejen pro místní obyvatelstvo, ale i účastníky cestovního ruchu. Jde o osobní služby související s péčí o účastníky cestovního ruchu (kadeřnictví, holičství, manikura, pedikura, hygienické a další služby), služby opravy spotřebního zboží (sportovních předmětů, oděvů, obuvi apod.), půjčovny spotřebního zboží (sportovních předmětů, kol, lehátek apod.), služby dopravní infrastruktury (taxislужba, půjčovna aut, autoservis, automyčky, čerpací stanice pohonných hmot, odtahová služby a další). (Hesková a kol., 2006)

Do komunálních služeb patří i tzv. veřejně prospěšné služby, zaměřené na ochranu a zvelebování přírodního prostředí (parková úprava apod.). (Oriška, 1999)

c) zdravotnické služby, služby policie, záchranné služby, poštovní telekomunikační služby

Tyto služby jsou součástí komplexní vybavenosti cílových míst. Ze zdravotnických služeb jde hlavně o služby první pomoci a služby lékárnické. (Hesková a kol., 2006)

Znalost prevence při cestách do zahraničí je velmi potřebná a důležitá. Při cestách do rizikových zemí je potřeba, aby si účastník cestovního ruchu ujasnil, kam jede, zohlednil svůj fyzický stav, zjistil aktuální epidemickou situaci v dané oblasti, seznámil se s běžně existujícími infekcemi a věděl, jak se jim bránit nebo jak se jimi lze nakazit. (Francová, 2003)

Služby policie souvisí s bezpečností návštěvníků, ochranou jejich zdraví, života a majetku. (Hesková a kol., 2006)

Záchranné služby poskytuje návštěvníkům horských a vysokohorských středisek cestovního ruchu horská služba, která se zaměřuje i na zpřístupnění těžko dostupných terénů, vytváření bezpečnostních opatření, značkování turistických chodníků, ochranu

přírody, poskytování služeb horských vůdců, informací o pobytu v horském prostředí, poradenskou a přednáškovou činnost. (Orieška, 1999)

Návštěvníkům středisek koupání a vodních sportů je zajištěna vodní záchranná služba. (Hesková a kol., 2006)

2.6 Specifikace služeb v cestovním ruchu

Služby cestovního ruchu mají své určité všeobecné a speciální znaky charakteristické jen pro služby cestovního ruchu. (Hesková a kol., 2006)

Speciálním znakem služeb cestovního ruchu je fakt, že poskytnutí služby a její spotřeba jsou *prostorově a časově vázány na určitý rekreační prostor*, který zároveň určuje charakter spotřeby služeb; dále mají tyto služby převážně *osobní charakter*; jsou v mnohotvárném provedení, ale vzhledem k různorodosti potřeb účastníků cestovního ruchu vystupují jako komplex různých, vzájemně na sebe navazujících služeb (*komplementarita služeb cestovního ruchu*); jsou *zastupitelné* a tedy existuje možnost nahrazení jinou službou; rozsah spotřeby služeb je nutné *včas zabezpečit* a to hlavně u hromadné a zároveň krátkodobé účasti na cestovním ruchu; určitou zvláštností při poskytování služeb cestovního ruchu je, že spotřebitel vystupuje *neanonymně*. (Orieška, 1999)

Služby cestovního ruchu nelze produkovat do zásoby, na sklad. Proces poskytnutí služby je současně procesem její spotřeby. Služby, které se realizují na trhu cestovního ruchu mají svoje zvláštnosti. (Němčanský, 1995)

Produkce a spotřeba služeb musí být sladěna nejen z hlediska času, ale v cestovním ruchu i z hlediska prostoru. Časová a místní vázanost služby na primární nabídku cestovního ruchu souvisí s lokalizací podstatných prvků nabídky na určité cílové místo cestovního ruchu, což předpokládá přechod účastníka cestovního ruchu na místo spotřeby služeb. (Hesková a kol., 2006)

Významným znakem služeb v cestovním ruchu je komplexnost a komplementarita. Komplementarita služeb v cestovním ruchu vyplývá z nevyhnutelnosti komplexního uspokojení potřeb. Dalším znakem služeb v cestovním ruchu je existence určité

zastupitelnosti – substituce, tj. vzájemné nahrazení jedné služby jinou službou (např. přeprava letadlem místo vlakem). (Hesková a kol., 2006)

Komplexnost služeb cestovního ruchu vyžaduje koordinaci činnosti podnikatelských subjektů, které služby poskytují. (Orieška, 1999)

Dalším speciálním znakem služeb cestovního ruchu je to, že jsou *výsledkem činnosti mnoha odvětví* a požadavky na rozsah, strukturu a charakter služeb cestovního ruchu jsou *značně diferenciované* v závislosti na okruhu účastníků, na charakteru místa a i na zastoupení jednotlivých druhů cestovního ruchu. (Malá, 1999)

Dalším specifikem služeb cestovního ruchu je jejich dočasné vlastnění (např. časově omezený pronájem hotelového pokoje) a zánik služby, pokud není poskytnuta v daný moment. (Palatková, 2006)

2.7 Klasifikace služeb cestovního ruchu

Prvotní pohled na služby cestovního ruchu působí dosti nesourodě a proto je charakterizujeme a klasifikujeme z několika hledisek. Často se služby klasifikují podle významu ve spotřebě účastníků cestovního ruchu na služby základní a doplňkové. (Němčanský, 1995) Na tomto členění se shoduje i několik dalších autorů. (Orieška, 1999; Francová, 2003; Hesková a kol., 2006; Hladká, 1997; Čech, 1998)

Základní služby cestovního ruchu jsou takové služby, které zajišťují uspokojování základních potřeb návštěvníků. Doplňkové služby cestovního ruchu jsou služby komplementární k základním službám cestovního ruchu (služby průvodců, informačních center, cestovních kanceláří a agentur). (Pásková, Zelenka, 2002)

Orieška (1999); Němčanský (1995); Hesková a kol. (2006); uvádějí ještě další členění: podle charakteru spotřeby se služby cestovního ruchu člení na osobní a věcné. Z hlediska ekvivalentnosti výměny při poskytování služeb jde o služby placené a neplacené. Z prostorového hlediska se služby cestovního ruchu člení na služby poskytované v místě trvalého bydliště, během přepravy do rekreačního prostoru a zpět a na služby v rekreačním prostoru. S územním hlediskem souvisí i časové hledisko, podle

kterého jde o služby poskytované v sezónním, resp. mimosezónním období, o sezónní služby v letní či v zimní sezóně cestovního ruchu. Podle způsobu zabezpečování služeb jde o vlastní služby poskytované tzv. dodavatelským způsobem, kdy mezi dodavatelem a účastníkem není žádný mezičlánek; a služby zprostředkované (obstarávané) cestovní kanceláří, která je mezičlánkem mezi dodavatelem služby a účastníkem cestovního ruchu. Nejčastěji se služby cestovního ruchu dělí podle jejich funkcí ve vztahu k jednotlivým uspokojovaným potřebám účastníků, v širším kontextu i ve vztahu ke společnosti. Z tohoto hlediska jde o služby dopravní, ubytovací, stravovací, zprostředkovatelské, lázeňské, kongresové, průvodcovské, společensko-kulturní, sportovně-rekreační, animační, směnářské, pojišťovací, komunální, o horskou službu a další.

2.8 Mikroregion

Mikroregionem se rozumí region malého geografického měřítka. V praxi se zpravidla jedná o účelové mikroregiony sdružení obcí. V České republice jsou velice často vytvářeny za účelem získání společné podpory pro čerpání prostředků ze státních fondů a z fondů Evropské unie. Tyto mikroregiony umožňují v rámci rozvoje cestovního ruchu efektivnější koordinaci rozvoje infrastruktury cestovního ruchu, návštěvnického managementu, regulace a marketingu cestovního ruchu. Obce se do mikroregionů sdružují i pro možnost společného čerpání prostředků na rozvoj cestovního ruchu. (Pásková, Zelenka, 2002)

Mikroregion je dobrovolné sdružení několika obcí za účelem dosažení společného cíle. (Slovník nejčastěji používaných pojmů ve veřejné správě, dostupný na <http://svs.institutpraha.cz>, staženo únor 2009)

Interpretace pojmu mikroregion není jednoznačná. Nezná jej ani český právní řád. Mikroregiony nejsou chápány jako administrativně vymezené jednotky, ale spíše jako označení pro více či méně formalizovanou spolupráci obcí. Dá se říci, že smyslem mikroregionů by mělo být úsilí o společné řešení problémů, společný postup k dosažení záměrů a propojení aktivit venkovských obcí v územně uceleném prostoru. (Rozvojová a projektová agentura, a. s., dostupné na www.rozvoj.cz, staženo únor 2009)

Pojem mikroregion se většinou používá pro sdružení několika obcí, jehož typickým znakem je aktivní vznik „zdola“, jinak řečeno z vlastní iniciativy obcí, zpravidla za účelem dosažení určitého cíle. Obce mohou tedy při výkonu své samostatné působnosti vzájemně spolupracovat. Spolupráce mezi obcemi se uskutečňuje:

- a) na základě smlouvy uzavřené ke splnění konkrétního úkolu,
- b) na základě smlouvy o vytvoření dobrovolného svazku obcí (podle zákona č. 128/2000 Sb., o obcích) a
- c) zakládáním právnických osob podle obchodního zákoníku dvěma nebo více obcemi.

(oficiální stránky Středočeského kraje, dostupné na www.kr-stredocesky.cz, staženo únor 2009)

Mikroregion je malý územní celek vzniklý např. dobrovolným sdružením (svazkem) několika obcí společně usilujících o ekonomický, kulturní a sociální rozvoj. (definici formuloval Rudolf Kohoutek)

(ABZ slovník cizích slov, dostupný na <http://slovník-cizich-slov.abz.cz>, staženo únor 2009)

3. Cíle práce, hypotézy a metodika zpracování

3.1 Cíle práce

Hlavním cílem bakalářské práce je popsat mikroregion Svazek Lipenských obcí se zaměřením na komerční služby – zaměřeno na služby cestovního ruchu, neboť právě cestovní ruch je pro dané území velice významný. Je hlavním hospodářským odvětvím, které přináší značné ekonomické příjmy ve všech obcích Svazku.

Dalším cílem je vymezit předpoklady rozvoje území Lipenska, opět v rámci rozvoje cestovního ruchu.

Závěry budou vyvozeny ze zpracovaného dotazníkového šetření, které proběhlo v srpnu roku 2008 přímo na území mikroregionu. Dotazování byli podnikatelé poskytující služby cestovního ruchu.

Na základě všech zjištěných a dostupných informací budou navržena určitá opatření – předpoklady rozvoje. Tato opatření by mohla napomoci dalšímu rozvoji celého území mikroregionu, zejména pak v oblasti rozvoje cestovního ruchu.

3.2 Hypotézy

Velice důležitým krokem je stanovení hypotéz, které mají být vlastním výzkumem v terénu potvrzeny či vyvráceny. Ve vztahu k výše uvedeným cílům byly stanoveny tyto hypotézy:

H 1: Pro obyvatele žijící v mikroregionu je dostupnost komerčních služeb

dostačující.

H 2: Mezi zákazníky podnikatelských subjektů převažují turisté.

H 3: Nejvíce vytíženou sezónou z celého roku je letní sezóna.

H 4: Ze všech atraktivit přitahuje na území mikroregionu návštěvníky nejvíce

sportovní vyžití.

3.3 Metodika

Existují určité metody provedení výzkumu – kvalitativní a kvantitativní. Oba tyto typy výzkumu se od sebe liší v předpokladech a účelu výzkumu, výzkumném problému, přístupu (u kvalitativního výzkumu se hypotézami končí, u kvantitativního výzkumu se s nimi naopak začíná), interpretaci výsledků (kvalitativní výzkum je ovlivněn subjektivní interpretací výzkumníka, kvantitativní výzkum je objektivní), designu výzkumu a povaze dat. (Vojtko, 2008)

V kvantitativním výzkumu sbíráme jen data, která potřebujeme k testování hypotéz. V kvalitativním výzkumu se snažíme sebrat všechna data a nalézt struktury, pravidelnosti, které v nich existují. Kvantitativní výzkum testuje validitu porozumění, kvalitativní výzkum pomáhá rozumět pozorované realitě.

Kroky jednotlivých výzkumů:

- kvantitativní výzkum – vstup: teorie

1. pracovní hypotézy
2. konstrukce vzorku
3. sběr dat
4. analýza dat

výstup: testování hypotézy, ověřená nebo zdokonalená teorie

- kvalitativní výzkum – vstup: sociální problém

1. terénní výzkum, který zahrnuje souběžné vytváření vzorku, sběr dat, analýzu a interpretaci

výstup: hypotézy – dobře podložené teorie

Provedený výzkum je ze sociologického hlediska **výzkumem kvantitativním**. Pro výše uvedené cíle a verifikaci hypotéz byly ve výzkumu aplikovány následující techniky sběru dat:

- **sekundární a obsahová analýza**

Úvodní část práce je věnována studiu odborné literatury, vyhledávání a vysvětlení některých důležitých pojmů, zjišťování dat ze sekundárních zdrojů. Informace jsou získávány také z Českého statistického úřadu a internetu. Následně je zpracována literární rešerše.

- **dotazníkové šetření**

Data byla nasbívána přímo v terénu v období měsíce srpna 2008 pomocí dotazníkového šetření. Osloveno bylo 30 podnikatelských subjektů provozující služby cestovního ruchu. Dotazník je součástí přílohy této práce. V další části práce jsou výsledky tohoto šetření sumarizovány a na jejich základě je vytvořeno několik grafů, které jsou okomentovány a poskytují přehled o současné situaci ve Svazku Lipenských obcí.

- **řízené rozhovory se starosty a starostkami obcí mikroregionu**

Celkem byli osloveni 4 starostové a starostky obcí mikroregionu. Paralelně s tímto bylo shromažďováno dostatečné množství kvalifikovaných názorů, řešících danou problematiku v praxi. Otázky uvedeny v další části práce, v kapitole Situační analýza.

4. Situační analýza

4.1 Vymezení mikroregionu Svazek Lipenských obcí

4.1.1 Geografické vymezení

Mikroregion Svazek Lipenských obcí sdružuje města a obce, které leží v okolí jihočeské vodní nádrže Lipno a horního toku řeky Vltavy. Jedná se o nepolitickou dobrovolnou organizaci, která byla založena 4. června 1991 a v současnosti zahrnuje celkem již 14 měst a obcí – konkrétně 11 obcí - Černá v Pošumaví, Frymburk, Hořice na Šumavě, Lipno nad Vltavou, Loučovice, Přední Výtoň, Ktiš, Nová Pec, Stožec, Strážný a Zbytiny, a 3 města - Horní Planá, Vyšší Brod a Volary.

Tyto obce a města spadají pod 2 okresy – českokrumlovský a prachatický. Do českokrumlovského okresu patří Černá v Pošumaví, Frymburk, Horní Planá, Hořice na Šumavě, Lipno nad Vltavou, Loučovice, Přední Výtoň a Vyšší Brod, do prachatického okresu pak Ktiš, Nová Pec, Stožec, Strážný, Volary a Zbytiny.

Území Lipenska se nachází v jižní části Jihočeského kraje. Pokrývá jeho velkou část příhraniční oblasti. Jihozápadní část mikroregionu je tvořena státní hranicí s Rakouskem a německým Bavorskem. Viz obrázek 1, který blíže specifikuje polohu mikroregionu.

Geomorfologicky tvoří Lipensko uspořádaný celek. Část mikroregionu zasahuje do Chráněné krajinné oblasti Šumava, která tvoří ochranné pásmo Národního parku Šumava. Jak v oblasti CHKO Šumava, tak i v NP Šumava platí určitá omezení, která je nutno dodržovat, aby byla zachována příroda, jenž je domovem několika desítek ohrožených druhů zvířat i rostlin.

Svazek Lipenských obcí je největším mikroregionem na celém území jižních Čech. Tvoří téměř 10 % z celkové rozlohy kraje. Nejvyšším bodem území je Plechý (1378 m n. m.), naopak nejnižším bodem je údolí řeky Otavy u Rejnštejna (570 m n. m.). Podnebí je mírné, s chladnější zimou a nestálým létem.

Obrázek 1: Vymezení mikroregionu Svazek Lipenských obcí



Zdroj: oficiální stránky mikroregionu Svazek Lipenských obcí

4.1.2 Důvody vzniku Svazku Lipenských obcí

Hlavním motivem založení mikroregionu byla možnost spolupráce v řešení společných problémů a spolupráce v oblastech dalšího rozvoje celé oblasti. Za prioritní cíle si Svazek Lipenských obcí vzal především vytvoření kvalitního životního prostředí pro život místních obyvatel, zachování a ochranu přírodního prostředí a nezávadné prostředí vodní nádrže Lipno. Další snahou mikroregionu, která v poslední době nabývá stále většího významu, je realizace plnohodnotné celoroční rekreace v daném území a rozvoj cestovního ruchu, jenž má pro mikroregion obrovský význam.

4.1.3 Strategie Svazku Lipenských obcí

„*Strategie Svazku Lipenských obcí*“ je dokumentem představujícím cíle celého mikroregionu. Je nástrojem regionálního plánování, díky němuž je možné systematicky organizovat změny, které jsou pro rozvoj území nutné a vytváří jednotný postup k dosažení svých cílů. Byla vypracována v průběhu let 2004 až 2005.

Již na samém začátku svého vzniku se obce shodly, že je nezbytné provést analýzu a identifikovat opatření, která by napomohla lépe využít potenciál území, zvýšit tak konkurenceschopnost ve vztahu k sousedním oblastem a v neposlední řadě napomoci k celkovému hospodářskému rozvoji regionu. V této počáteční fázi byla Svazkem vytvořena SWOT analýza, která definovala silné a slabé stránky a příležitosti a ohrožení, které dané území ovlivňují. Potřebná data k provedení SWOT analýzy vycházela převážně ze statistických údajů Českého statistického úřadu, Ministerstva pro místní rozvoj a Územního plánu. Jelikož celé území Lipenska má značný potenciál pro rozvoj cestovního ruchu, byla dále vypracována „*Analýza potenciálu rozvoje cestovního ruchu*“, která je doplňkovým podkladem „*Strategie Svazku Lipenských obcí*“. Tato analýza potenciálu vyústila ve strategickou vizi oblasti rozvoje cestovního ruchu na Lipensku a je prezentována pod názvem „*Lipensko – dovolená bez stresu*“.

Obě analýzy – SWOT i „*Analýza potenciálu rozvoje cestovního ruchu*“ - umožnily v další etapě sestavení „*Strategické vize území Lipenska*“. Tato vize popisuje ideální výsledný stav rozvoje území mikroregionu v delším časovém území (10 i více let). Celý tento proces vymezení strategického rámce byl zakončen stanovením 3 hlavních oblastí priorit, jenž se vzájemně prolínají. Jedná se o:

- 1.) *oblast konkurenceschopnosti a zaměstnanosti,*
- 2.) *oblast podpory kvality života,*
- 3.) *oblast infrastruktury a životního prostředí.*

Strategii lze označit za pohled do budoucna, který má přiblížit podobu regionu:

„Region Lipenska bude regionem se zachovalou přírodou a čistým životním prostředím plně využívající potenciálu přírodního, kulturního a historického dědictví ke svému hospodářskému rozvoji. Stane se regionem nabízejícím produkty a služby cestovního ruchu na úrovni, která bude lákat návštěvníky z ČR i ze zahraničí 365 dní v roce, plně uspokojí jejich požadavky a zanechá v nich pocit příjemně stráveného pobytu.“ (oficiální stránky mikroregionu Svazek Lipenských obcí, dostupné na www.lipensko.cz, staženo únor 2009)

1.) oblast konkurenceschopnosti a zaměstnanosti

Aktivity v této oblasti priorit jsou zaměřeny na:

- a) podporu rozvoje lidských zdrojů (spolupráce s Jihočeskou hospodářskou komorou a Jihočeským krajem),
- b) podporu podnikatelského prostředí (podpora rozvoje jak stávajících tak i nově vznikajících podniků, zejména v území, kde je cílem diverzifikovat zaměstnanost na více odvětví),
- c) podporu rozvoje cestovního ruchu (podpora budování infrastruktury – základní i doplňkové, jednotný marketing, ucelené turistické produkty, zlepšení kvality poskytovaných služeb cestovního ruchu).

2.) oblast podpory kvality života

Tato prioritní oblast se zabývá otázkou udržení stávajících obyvatel v regionu a vylepšení jejich současných podmínek pro život a přilákání nových mladých lidí na území mikroregionu. Aktivity této prioritní oblasti jsou zaměřené na:

- a) zajištění a podporu základní vybavenosti území (zařízení a služby, jenž umožňují plnohodnotný život v území - zdravotnické a sociální služby, základní nabídka vzdělání, bezpečnost – zajištění dostatečné a přiměřené dostupnosti pracovišť Policie ČR, záchranné zdravotnické služby, dále kulturní, společenská a sportovní zařízení),

- b) podporu volnočasových aktivit a kultury (podpora samotného fungování místních občanských iniciativ – kultura, sport a další volnočasové aktivity – a jejich další rozvoj).

3.) oblast infrastruktury a životního prostředí

Vzájemná provázanost všech 3 prioritních oblastí je nejvíce patrná právě v této poslední oblasti – infrastruktury a životního prostředí. Kvalitu životního prostředí je možné zlepšit budováním potřebné technické infrastruktury (vodovodů, kanalizace a plynofikace) a využitím obnovitelných energetických zdrojů a ekologické dopravy, což umožňuje zachovat kvalitní životní prostředí. Aktivity této poslední prioritní oblasti se zaměřují na:

- a) dostupnost mikroregionu (je vůbec hlavní podmínkou pro zajištění kvalitních životních podmínek, a to jak místních obyvatel, tak i přicházejících turistů, dále je nutné rozvíjet podnikání i cestovní ruch),
- b) životní prostředí (snahou je zajistit unikátní přírodní prostředí, zamezit znečištění vodní nádrže Lipno i dalších místních vodních zdrojů, vyřešit zásobování pitnou vodou, odkanalizování všech obcí a sídel, a v neposlední řadě podpořit samotné využívání ekologických zdrojů energie),
- c) informační společnost (podpora dostupnosti a využití informačních a komunikačních technologií, jak v domácnostech, tak i v podnikatelské sféře).

4.1.4 „Lipensko – dovolená bez stresu“

„*Lipensko – dovolená bez stresu*“ je název strategie zaměřující se na rozvoj cestovního ruchu na území Svazku Lipenských obcí.

Z analýz provedených Svazkem vplynuly 4 hlavní oblasti, na které je nutno se v cestovním ruchu zaměřit. Jedná se o:

- a) kvalitní prezentaci regionu a jeho nabídku,

b) kvalitu komplexních produktů cestovního ruchu využívajících místní potenciály,

c) vybavenost regionu základní a doplňkovou infrastrukturou cestovního ruchu (cyklostezky, hřiště, sportovní areály, značení, infocentra apod.),

d) nabídku regionu pro období mimo letní sezónu.

Projekt „*Lipensko – dovolená bez stresu*“ komplexně hodnotí potenciály a limity regionu v cestovním ruchu. Byl přijat Svazkem na podzim roku 2004 jako základní směrný dokument, který je dále podle potřeb rozpracováván, a kterým obce deklarují své cíle a priority v oblasti cestovního ruchu. Jelikož Svazek spolupracuje s Jihočeským krajem, byl tento projekt předán také Krajskému úřadu Jihočeského kraje. Dalšími partnery Svazku Lipenských obcí, kteří spolupracují na rozvoji cestovního ruchu, jsou místní podnikatelské subjekty, zejména společnost Lipno Servis, s. r. o.

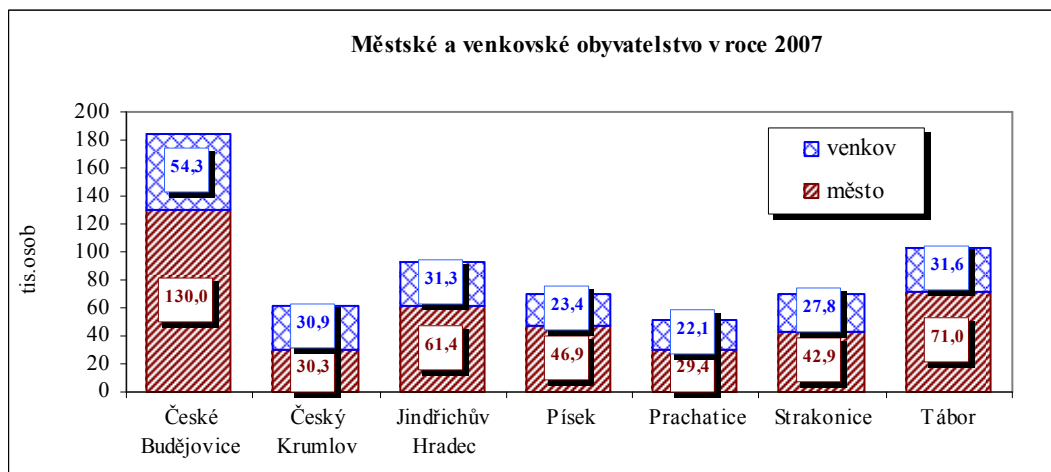
4.1.5 Sociodemografická struktura obyvatelstva mikroregionu

Celá oblast má venkovský charakter s roztržštěnou sídelní strukturou. Graf 1 poskytuje přehled o venkovském a městském obyvatelstvu v okresech Jihočeského kraje. Do Svazku Lipenských obcí spadají 2 okresy – Český Krumlov a Prachatice, ale ne všechna města a obce těchto okresů patří do mikroregionu. Graf 1 ukazuje, že poměr obyvatel žijících ve městech a na venkově je v českokrumlovském okrese vyrovnaný, zatímco v prachatickém žije více obyvatel ve městech (29 400) než na venkově (22 100).

V mikroregionu žije celkem 16 649 obyvatel, nejvíce jich žije ve Volarech (4013 obyvatel), naopak nejméně obyvatel má Přední Výtoň (204 obyvatel). Hustota zalidnění je velmi nízká – necelých 20 obyvatel na km². Nízká hustota zalidnění souvisí s historickým vývojem oblasti. Většina území se nacházela v hraničním pásmu a díky nucenému odsunu německého obyvatelstva po 2. světové válce, které bylo v této oblasti početné, a postupnému odsunu obyvatelstva z venkova do městských sídel, kam odcházeli lidé za prací a službami občanské vybavenosti, zaniklo na tomto území více než 80 sídel.

Dalším významným faktorem odsunu obyvatelstva bylo i zabezpečení státní hranice a s tím související omezení pohybu osob v pohraničí a dále také výstavba přehradní nádrže.

Graf 1: Městské a venkovské obyvatelstvo v roce 2007



Zdroj: Český statistický úřad

4.1.6 Hospodářství

Převažujícím hospodářským odvětvím je zemědělství a řemeslná malovýroba. Tradiční je v tomto mikroregionu stálá zemědělská výroba, pastevectví, z oblasti těžby je to těžba a následné zpracování dřeva, dále také těžba a zpracování železných rud, rašeliny a grafitu.

Pro oblast průmyslu je charakteristické pivovarnictví, sklářství, textilní výroba, papírenství a tiskařství.

Velký význam má pro celou oblast cestovní ruch. Již v dřívějších dobách byla oblast Lipenska rekreační lokalitou, kam mířili turisté ze všech koutů České republiky i ze zahraničí – převážně z tehdejšího socialistického bloku. To je důvod poměrně vysoké koncentrace služeb cestovního ruchu - zejména služeb ubytovacích, stravovacích a obchodních.

4.1.7 Nezaměstnanost

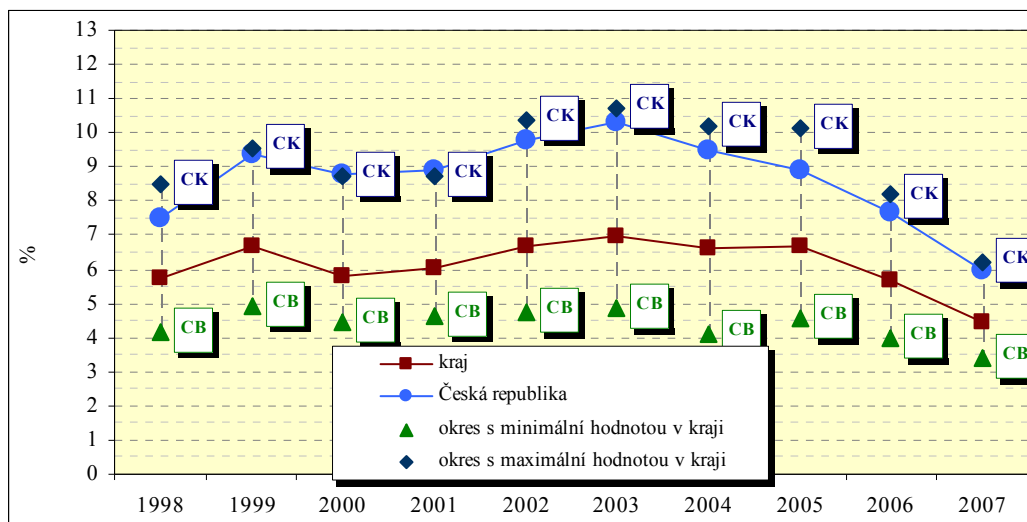
Nezaměstnanost je jedním z největších problémů regionu. Důvodem je stále pokračující trend útlumu zemědělské činnosti i úpadek průmyslových podniků, které zanikají kvůli konkurenci globálního trhu. V důsledku toho v některých obcích Svazku dosahuje míra nezaměstnanosti téměř 19 %. Největším problémem v oblasti nezaměstnanosti je sezónnost. Rozdíl, který je mezi letním a zimním obdobím v míře nezaměstnanosti je až 9 % v neprospěch zimy.

Situace v českokrumlovském okresu je vůbec nejhorší z celého Jihočeského kraje, jak ukazuje graf 2. Míra nezaměstnanosti za rok 2007 zde dosahuje 6,19 %, což je i nad hodnotou míry nezaměstnanosti celé České republiky, která za rok 2007 byla 5,98 %, v Jihočeském kraji to bylo 4,47 %.

Míra nezaměstnanosti je slabou stránkou Svazku Lipenských obcí a velmi výrazně ovlivňuje socioekonomickou situaci daného území, které tak ztrácí svou atraktivitu pro stávající i pro potenciální nově příchozí obyvatele. Díky vysoké míře nezaměstnanosti klesá i životní úroveň místních obyvatel, což je pro rozvoj oblasti dalším negativním faktorem.

Snahou mikroregionu je proto danou situaci zlepšit. Zejména v letní sezóně je možnost vzniku pracovních míst, a právě toho by mělo být více využíváno. Zejména služby cestovního ruchu jsou v tomto regionu „hnacím motorem“, a proto je pozornost zaměřena na jejich neustálý rozvoj.

Graf 2: Míra registrované nezaměstnanosti k 31.12.2007



Zdroj: Český statistický úřad

4.1.8 Obyvatelstvo

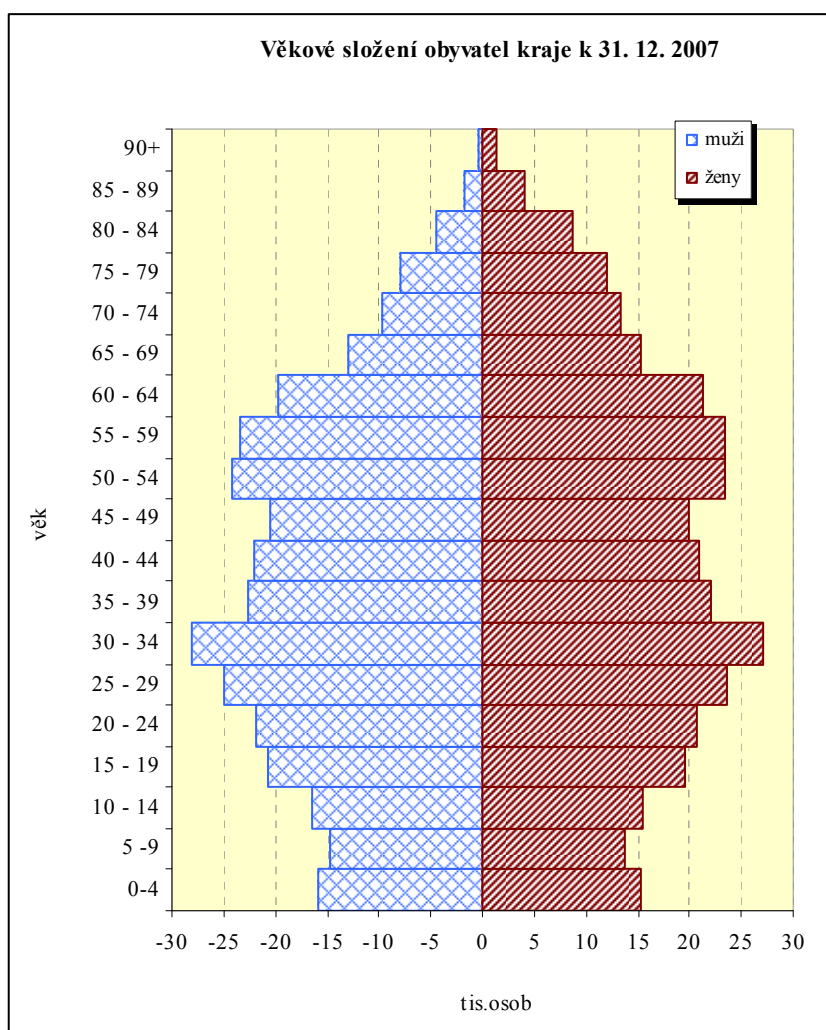
Následující informace vychází z dostupných pramenů Českého statistického úřadu za rok 2007. Tato data umožňují srovnání mezi Jihočeským krajem a Českou republikou a mezi Jihočeským krajem a okresy Svazku Lipenských obcí – Český Krumlov a Prachatice.

V Jihočeském kraji žije celkem 633 264 obyvatel, z toho v okrese Český Krumlov 61 261 obyvatel, a v prachatickém okrese to je téměř o 10 000 méně, tedy 51 470 obyvatel.

Průměrný věk mužů v České republice je 38,6 let, průměrný věk žen je 41,7 let. V Jihočeském kraji je průměrný věk mužů 38,7 let, žen 41,4 let. Celorepublikové porovnání průměrných věků obou pohlaví s Jihočeským krajem nevykazuje žádné velké odchylky, lze konstatovat, že se jedná o vyrovnaný stav. Malé odlišnosti jsou však patrné při porovnání průměrného věku obyvatel v okresech Svazku Lipenských obcí. Průměrný věk obyvatel v Českokrumlovském okrese je 38,5 let, z toho mužský průměrný věk je 37,5 let a ženský průměrný věk je 39,5 let. Vyšší průměrný věk obyvatel je v okrese Prachatice a to 39,4 let, z toho mužský průměrný věk je 38,2 let a ženský průměrný věk je 40,5 let.

Následující graf 3 ukazuje věkové složení obyvatelstva Jihočeského kraje za rok 2007. V kraji žije největší počet osob ve věku od 30 do 34 let – přes 50 000, přičemž stav mezi muži a ženami je vyrovnaný. Další početnou věkovou skupinou v kraji jsou muži a ženy ve věku od 50 do 54 let – přes 40 000, a stav mezi oběma pohlavími je opět poměrně vyrovnaný.

Graf 3: Věkové složení obyvatel Jihočeského kraje za rok 2007



Zdroj: Český statistický úřad

4.1.9 Cestovní ruch

V oblasti cestovního ruchu jsou porovnávány vybrané ukazatele cestovního ruchu – počet hromadných ubytovacích zařízení a počet hostů v těchto zařízeních - v rámci Jihočeského kraje (tabulka 1) a v porovnání Jihočeského kraje a okresů Svazku Lipenských obcí (tabulka 2).

Tabulka 1 popisuje vývoj v počtu hromadných ubytovacích zařízení v Jihočeském kraji od roku 2000 do roku 2006 a navíc jsou ještě připojena data za rok 2007.

Tabulka 1: Ukazatelé cestovního ruchu za Jihočeský kraj

Rok	2000	2006	2007
Počet hromadných ubytovacích zařízení celkem	929	1011	1022
Počet lůžek	47 854	53 504	53 590
Celkový počet hostů v hromadných ubytovacích zařízeních	937 050	1 101 216	978 717
Z toho nerezidenti	218 040	333 402	315 629

Zdroj: Český statistický úřad

Počet hromadných ubytovacích zařízení se během let 2006 až 2007 zvýšil, stejně tak i počet lůžek k přenocování. Z dřívější vzestupné tendence počtu hostů v ubytovacích zařízeních však došlo k celkem výraznému poklesu v rámci Jihočeského kraje. Klesl i počet nerezidentů (cizinců).

Tabulka 2 ukazuje stav kapacit hromadných ubytovacích zařízení cestovního ruchu v Jihočeském kraji a v okresech mikroregionu.

Tabulka 2: Kapacity hromadných ubytovacích zařízení v cestovním ruchu za rok 2007

	Hromadná ubyt.zařízení	Pokoje	Lůžka	Místa pro stany a karavany	Průměrná cena za ubytování
Jihočeský kraj	1022	18 122	53 590	14 423	295
Okres Český Krumlov	277	3 891	11 313	4 303	347
Okres Prachatice	195	2 575	7 846	1 475	253

Zdroj: Český statistický úřad

4.2 Primární data

4.2.1 Dotazníkové šetření

V srpnu 2008 bylo provedeno dotazníkové šetření v mikroregionu Svazek Lipenských obcí. Dotazování byli místní podnikatelé provozující ubytovací a stravovací zařízení a další služby spojené s cestovním ruchem.

Snahou šetření bylo zjistit dosavadní stav, kapacitní možnosti a konkurenceschopnost ve vztahu k ostatním podnikatelům mikroregionu.

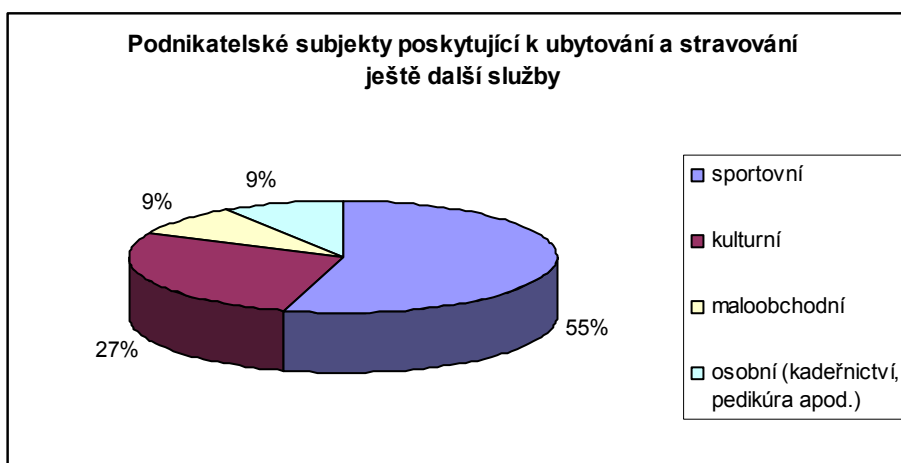
Dotazník obsahoval celkem 21 otázek, na převážnou většinu z nich byla respondentovi nabídnuta odpověď – výběr z variant, popřípadě měl respondent prostor k vlastnímu vyjádření. U 4 otázek byla v odpovědi použita Likertova škála, která umožňuje

vyjádřit respondentův postoj k dané otázce. Odpovědi se zaznamenávaly zaškrtnutím (křížkem) přímo do dotazníku.

Vlastní šetření v terénu ukázalo, že naprosto převažujícím druhem (typem) služeb v mikroregionu jsou služby ubytovací a stravovací, a proto byla pozornost zaměřena právě na podnikatelské subjekty provozující ubytovací a stravovací zařízení. Následující grafický přehled byl zpracován z vybraných otázek dotazníku a popisuje situaci v mikroregionu Svazek Lipenských obcí.

Z oslovených 30 respondentů 15 poskytuje ubytování i stravování, 8 z nich pouze ubytování a 7 z nich pouze stravování. Někteří podnikatelé k uvedeným službám poskytují ještě další služby, které rozšiřují jejich nabídku – produktové portfolio.

Graf 4: Podnikatelské subjekty poskytující k ubytování a stravování ještě další služby



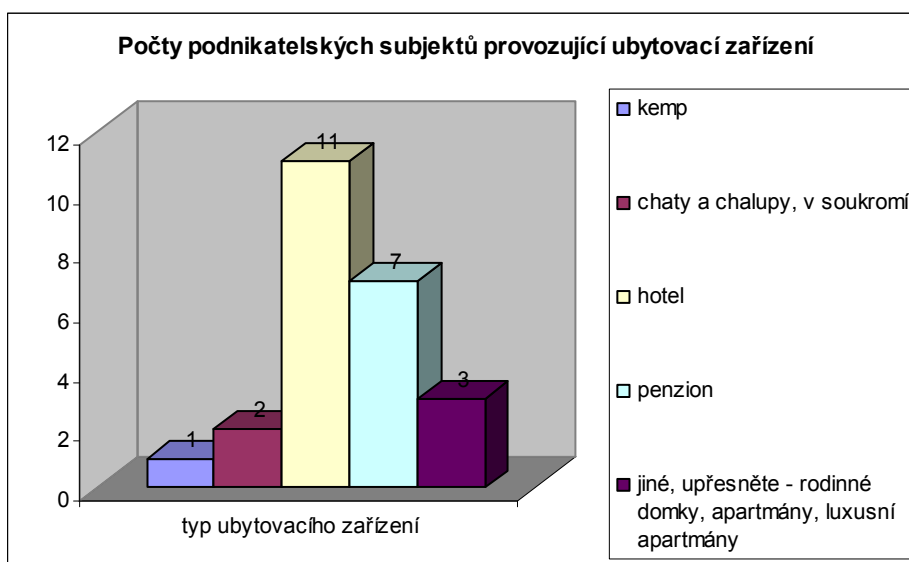
Zdroj: zpracování vlastní

Z 30 oslovených subjektů poskytuje 8 subjektů vedle ubytování a stravování ještě další služby – sportovní, kulturní, maloobchodní a osobní (kadeřnictví, pedikúra a další). Z těchto služeb převažují služby sportovní, které tvoří celých 55 %, druhé místo zaujímají služby kulturní (27 %) a dále jsou to služby osobní a maloobchodní (9 %).

V praxi rozeznáváme několik typů ubytování – kemp, chatová osada (chaty, sruby, bungalovy), turistická ubytovna, hotel, hotel garní, motel, hotel a penzion. (Indrová, 2004) Dotazník obsahoval všechny výše uvedené typy navíc s možností vlastního uvedení typu ubytování – např. rodinné domky.

Následující graf uvádí přehled typů ubytovacích zařízení. Z celkového počtu 30 respondentů 23 z nich provozuje ubytovací zařízení v mikroregionu Svazek Lipenských obcí. Z oslovených 23 subjektů 1 nabízí ubytování v hotelu a v chatkách. Graf nezahrnuje ty typy ubytování, které dotazníkové šetření nezaznamenalo.

Graf 5: Počty podnikatelských subjektů provozujících ubytovací zařízení



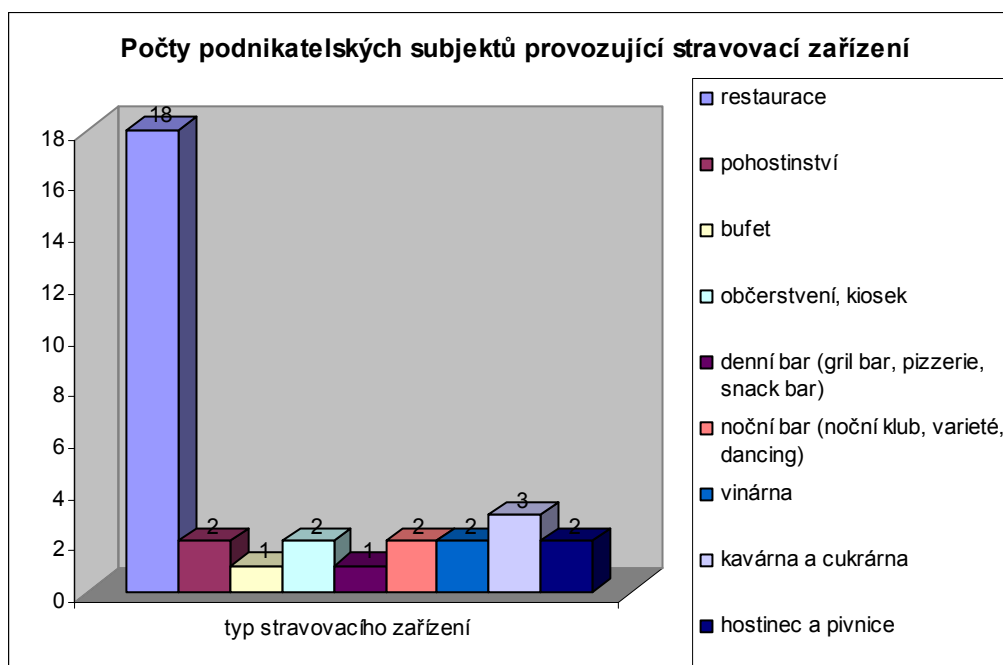
Zdroj: zpracování vlastní

Jednotlivá čísla představují počty subjektů provozujících dané ubytovací zařízení. Jednoznačně převažujícím typem je hotel (11 subjektů), dále penzion (7 subjektů), rodinné domky, apartmány a luxusní apartmány (3 subjekty), chaty a chalupy (2 subjekty) a kemp (1 subjekt).

Podobně jako se rozlišují typy ubytovacích zařízení, rozdělují se i typy stravovacích zařízení. Dělí se do 2 hlavních skupin – restaurace a bary, přičemž kritériem začlenění typu do příslušné skupiny je funkce stravovacího zařízení. Provozovny jako restaurace, pohostinství, jídelní železniční vozy, motorest, samoobslužná restaurace, bufet, bistro, fast food, občerstvení a kiosek slouží k podávání hlavních jídel během dne nebo takových jídel, která mohou hlavní jídlo nahradit. Tyto provozovny patří do skupiny „restaurací“. Do skupiny „bary“ se potom řadí denní bary (gril bar, snack bar, aperitiv bar, pizzerie), noční bary (noční klub, vareté, dancing, diskotéka), vinárna, kavárna, espresso, hostinec, pivnice, výčep. Tyto výše uvedené provozovny uspokojují zejména společensko-zábavní potřeby zákazníka. (Mlejnková, 2004)

Graf 6 podává přehled o stravovacích zařízeních, které provozuje celkem 22 subjektů z oslovených 30 respondentů. Protože v praxi dochází k prolínání funkcí stravovacích zařízení, prolínají se i skupiny a některé podniky tak nabízejí uspokojení více potřeb najednou (např. denní a noční bar – přes den provozovna funguje jako denní bar a večer jako noční bar).

Graf 6: Počty podnikatelských subjektů provozujících stravovací zařízení

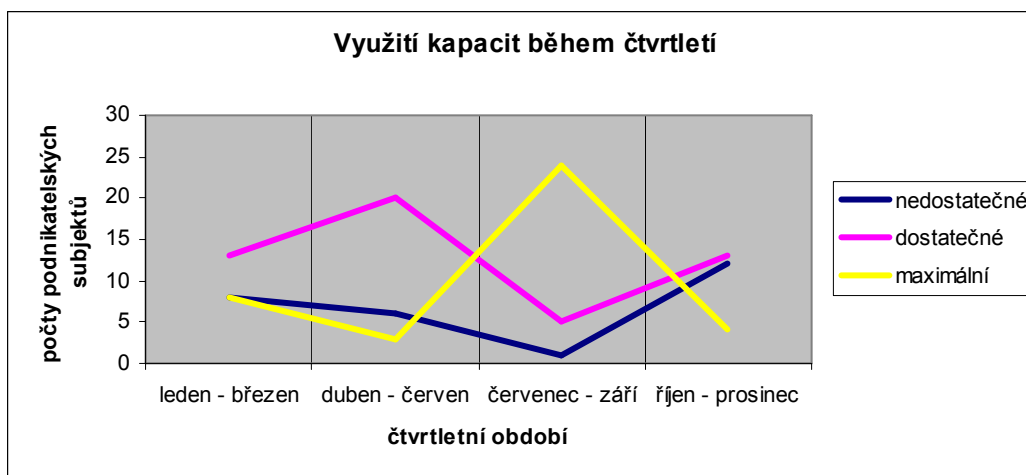


Zdroj: zpracování vlastní

Čísla představují počty jednotlivých typů stravovacích zařízení z oslovených respondentů v mirkoregionu. Převažují restaurace (18), další zastoupení mají kavárny a cukrárny (3), dále pohostinství, občerstvení, noční bar, vinárna a hostince (2), nejméně zastoupené jsou bufety a denní bary (1).

Oslovení respondenti měli v dotazníku dále hodnotit využití svých kapacit během roku – v jednotlivých čtvrtletích. Z následujícího grafického přehledu je patrné, že největší („maximální“) vytiženost pocítuje nejvíce podnikatelských subjektů během letního období – v měsících červenci až září. Jako „dostatečnou“ vytiženost vidí nejvíce subjektů v období od dubna do června. Zimní měsíce, i přes vzrůstající nabídku zejména sportovních aktivit během tohoto období, jsou naopak nejméně („nedostatečně“) vytižené.

Graf 7: Využití kapacit během čtvrtletí

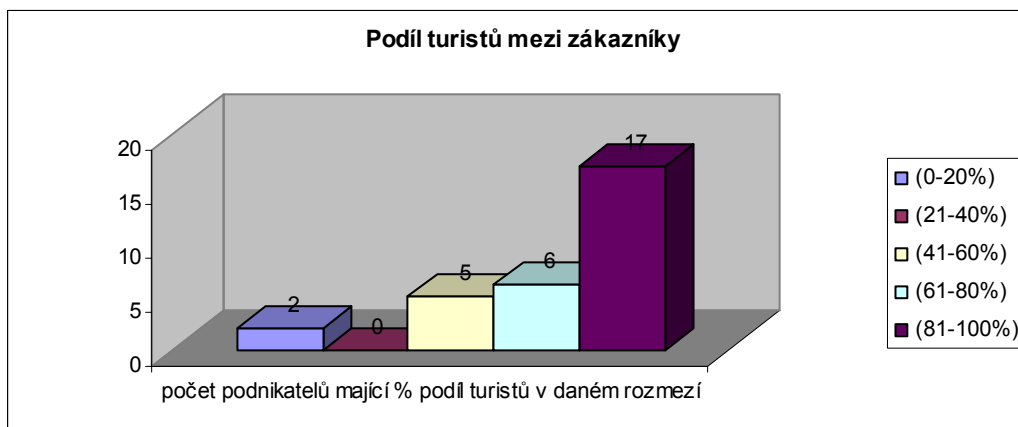


Zdroj: zpracování vlastní

Následující 3 grafy se zabývají tematikou turismu, který je pro oblast Lipenska klíčový.

První z těchto grafů (graf 8) poskytuje přehled o tom, jaký je podíl turistů mezi zákazníky oslovených respondentů.

Graf 8: Podíl turistů mezi zákazníky

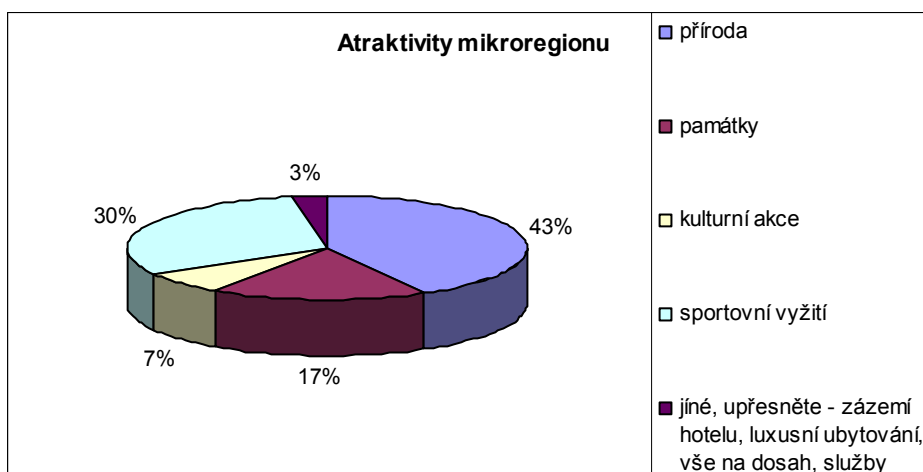


Zdroj: zpracování vlastní

17 respondentů z 30 oslovených má mezi svými zákazníky 81 až 100 % turistů, dále 6 respondentů má mezi zákazníky turisty z 61 až 80 %, 5 respondentů z 41 až 60 % a pouze 2 respondenti mají turisty mezi svými zákazníky v rozmezí od 0 do 20 %. Je tedy patrné, že turisté mezi zákazníky v oblasti Lipenska převládají.

Graf 9 podává přehled o tom, co nejvíce láká turisty do dané oblasti.

Graf 9: Atraktivita mikroregionu



Zdroj: zpracování vlastní

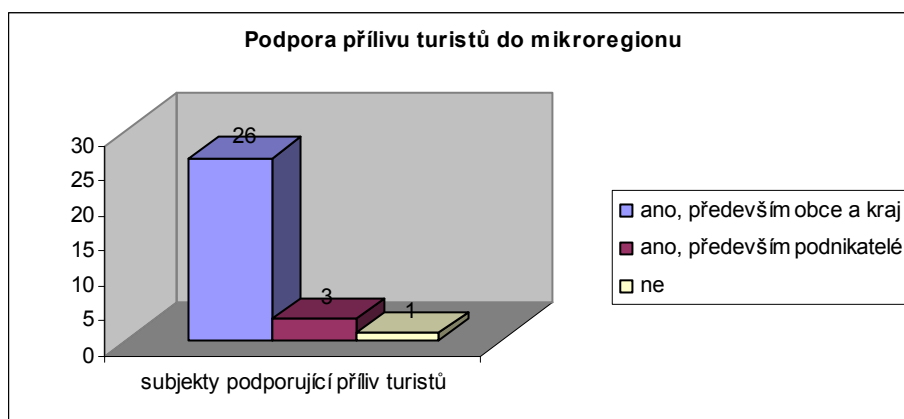
Podle oslovených 30 respondentů je to právě příroda, která nejvíce láká turisty do oblasti Lipenska a to z 43 %. Na druhém místě je to sportovní vyžití (30 %), dále památky (17 %), kulturní akce (7 %) a další jako například zázemí hotelu, luxusní ubytování, vše na dosah, poskytované služby a další (3 %).

Další otázka se týkala podpory příjezdu turistů do oblasti Lipenska – konkrétně zněla: Měl by podle Vašeho názoru někdo podporovat další příliv turistů do Vaší oblasti? Respondenti měli na výběr 3 odpovědi:

- a) ne,
- b) ano, především obce a kraj,
- c) ano, především podnikatelé.

Následující graf podává přehled o tom, jak respondenti odpovídali.

Graf 10: Podpora přílivu turistů do mikroregionu



Zdroj: zpracování vlastní

Z uvedeného grafu vyplývá, že převážná většina – 26 respondentů - se shodla na tom, že právě obce a kraj by se měly podílet na podpoře příjezdu dalších turistů do oblasti Lipenska. Pouze 3 z oslovených 30 respondentů by uvítali podporu ze strany podnikatelů a jen 1 respondent není pro podporu ani ze strany obce a kraje, ani ze strany podnikatelů.

4.2.2 Řízený rozhovor se starosty a starostkami

Druhou částí šetření v mikroregionu byly řízené rozhovory. Celkem byly provedeny 4 rozhovory se 4 starosty a starostkami obcí z mikroregionu Svazek Lipenských obcí. Všem bylo položeno 7 stejných otázek, které byly zaměřené na danou problematiku a to především na účast v samotném mikroregionu, současnou situaci a problémy a další možný rozvoj oblasti. Snahou bylo získat konkrétní informace, které by napomohly k vymezení předpokladů rozvoje Lipenska. Oslovení starostové a starostky odpovídali na následující otázky:

1. V čem konkrétně je přínosné zapojení obce do mikroregionu?
2. Jaký potenciál pro sebe obec vidí v oblasti cestovního ruchu?
3. Co obci chybí, aby mohla cestovní ruch více rozvíjet?
4. Co konkrétně brání možnosti rozvoje dalších aktivit v jarní, podzimní a zimní sezóně?
5. Na jaké problémy narážejí místní podnikatelé nejčastěji?
6. Jsou komerční služby pro místní obyvatele dostačující?
7. Co chybí občanům obce v oblasti nabídky komerčních služeb?

Zapojení obcí do mikroregionu je přínosné zejména v možnosti vytvářet projekty. Tyto projekty přesahují hranice jednotlivých obcí, přesto však v prostoru, který je pro ně společný – konkrétně jezero a jeho čistota, vytváření a udržování infrastruktury (kanalizace, vodovody, cyklistické stezky a další). Velmi důležitá je spolupráce v řešení společných problémů. Významná je i tvorba společných programů pro volný čas, zejména správné rozvržení akcí v jednotlivých obcích.

V oblasti cestovního ruchu pro sebe obce vidí velký potenciál, protože právě cestovní ruch je základním pilířem území Lipenska. Oslovení starostové a starostky se shodují, že s touto skutečností je třeba pracovat jako s nosnou částí rozvoje a života obcí

i celého mikroregionu. Největší přínos cestovní ruch přináší místním občanům, jelikož je jejich zaměstnavatelem (místní občané nacházejí uplatnění zejména ve službách určených pro turisty).

Téměř ve všech obcích chybí dopravní obslužnost – lepší dopravní spojení. V zimě jsou velkým problémem špatně udržované komunikace (nemožnost solení). Dále obce narážejí na problém úřednického systému, který je v současnosti příliš složitý a brání tak dalšímu rozvoji mikroregionu.

V rozvoji dalších aktivit v jarní, podzimní a zimní sezóně brání opět zbytečné byrokratické překážky ve všech oblastech, které se dotýkají cestovního ruchu – složité stavební řízení, nevhodně řešená legislativa v oblasti ubytování, cizinecká policie, výdej státních rybářských lístků, živnostenský zákon, statistika, hygienické předpisy atd. Vše je také hlavně o cenové nabídce, kvalitě služeb a kvalitě prostředí. Právě na tyto uvedené problémy narážejí místní podnikatelé nejčastěji.

Komerční služby jsou v obcích pro tamní obyvatele většinou dostačující v oblasti obchodní sítě a otevírací doby o sobotách a nedělích. Pokud jde o nabízený sortiment, jsou zde k dostání druhy sortimentu, které uspokojují odlišnou potřebu, ale není zde taková šířka sortimentu, která existuje ve velkých městech.

V nabídce komerčních služeb občanům obcí většinou chybí právě širší sortiment a příznivější ceny.

V oblasti ostatních služeb obce pocítují nedostatek uplatnění možností dalších lékařů, popřípadě lékáren. Tomuto brání systém zdravotních pojišťoven, které odmítají uzavřít smlouvu s lékaři, kteří by měli zájem v mikroregionu působit.

4.3 Zodpovězení hypotéz

Na samém počátku byly stanoveny pracovní hypotézy, které měly být provedeným výzkumem v terénu potvrzeny nebo naopak vyvráceny.

1. Pro obyvatele žijící v mikroregionu je dostupnost komerčních služeb dostačující.

Tato hypotéza byla výzkumem částečně potvrzena. Ve většině obcí Svazku jsou komerční služby dostačující, pokud jde o otevírací dobu a obchodní síť. Nedostačující jsou však v nabídce sortimentu, který není tak široký jako jinde ve větších městech.

2. Mezi zákazníky podnikatelských subjektů převažují turisté.

Provedený výzkum tuto hypotézu potvrdil. Ze 30ti oslovených respondentů má 17 podnikatelských subjektů mezi svými zákazníky 81 až 100 % turistů. Pouze 2 podnikatelské subjekty mají minimální procento turistů mezi zákazníky (0 až 20 %). Ostatní odpovídající respondenti mají poměrně vyrovnané stavy mezi zákazníky.

3. Nejvíce vytiženou sezónou z celého roku je letní sezóna.

Výzkum tuto hypotézu potvrdil. Největší počet podnikatelských subjektů má nejvíce vytižené kapacity právě v letní sezóně, zatímco nejméně využité je období od října do prosince a období od ledna do března.

4. Ze všech atraktivit přitahuje na území mikroregionu návštěvníky nejvíce sportovní vyžití.

Tuto hypotézu nelze zcela jasně potvrdit či zamítnout. Podle oslovených respondentů do mikroregionu návštěvníky nejvíce láká příroda. Na druhém místě se vyskytuje zmíněné sportovní vyžití, třetí místo zaujímají památky. Dále jsou to kulturní akce a nabídka poskytovaných služeb či luxusní ubytování.

4.4 Profil mikroregionu z hlediska cestovního ruchu

Cestovní ruch ovlivňuje posledních 15 let hospodářství celého Lipenska a je tak pro tuto oblast zcela klíčovým. Poté, co se otevřely hranice zejména se sousedními zeměmi (Německem a Rakouskem), má možnost rozvíjet se v mikroregionu i přeshraniční cestovní ruch.

Vůbec nejvýznamnější destinací z celého Lipenska je levý břeh vodní nádrže Lipno (Horní Planá, Černá v Pošumaví, Frymburk, Lipno nad Vltavou, Vyšší Brod), který je vhodný pro letní rekreaci, a kde se také koncentruje největší počet ubytovacích, stravovacích, sportovních a kulturních zařízení. Ze zahraničních turistů do oblasti Lipenska přijíždějí nejvíce Nizozemci, pro které se tato oblast stává „druhým domovem“, dále jsou to Němci a Rakušané.

Až 90 % ekonomiky, která plyne z cestovního ruchu, přinese období od června do srpna. Příjmy jsou pro subjekty podnikající v cestovním ruchu sice dostačující na udržení podniku, ale jsou naprosto nedostačujícími pro další rozvoj, který by zvýšil kvalitu poskytovaných služeb a pozvedl tak celý region.

4.4.1 Nabídka aktivit na Lipensku

Nabídka aktivit na Lipensku je široká a dokáže zaujmout všechny věkové kategorie, uspokojit potřeby vyznavačů aktivního odpočinku i vyznavačů pouhé rekreace a relaxace. Území Svazku Lipenských obcí se pyšní několika „poklady“, které dokáží přilákat turisty v jakoukoliv roční dobu – na jaře, v létě, na podzim i v zimě. Těmito poklady jsou příroda, vodní nádrž Lipno, historické a technické památky, muzea a galerie se stálými či dočasnými expozicemi.

Lipensko nabízí velký počet kilometrů cyklostezek, které je možné využít nejen k jízdě na kole, ale i k populárnímu in-line bruslení. Početné turistické trasy lákají k putování přírodou. Vodní plocha Lipenského jezera nabízí jachting, kiteboarding, windsurfing, v létě samozřejmě koupání, v zimě je zamrzlé jezero ideálním místem k bruslení. Povodí řeky Vltavy je vyhlášenou vodáckou oblastí, řeka je vhodná ke sjezdu

divoké vody, zejména v jarních měsících, či odpočinkovějšímu rybaření. Další aktivitou provozovanou na Lipensku je golf, jízda na koni nebo moderní bobová dráha.

Důležitým doplňkem sportovních aktivit jsou i aktivity odpočinkové – wellness a péče o tělo, relaxace (AquaWorld Lipno a některé hotely), tématické programy pro firmy i jednotlivce (jedná se o programy sportovní, kulturní a poznávací).

Zejména letní sezóna je velmi oblíbená, a to jak českými turisty, tak i turisty ze zahraničí. Lipensko je velmi často označováno za „české moře“. Ze zahraničních turistů sem přijíždí nejvíce Nizozemců, pro které se oblast Lipenska stává „druhým domovem“. Letní nabídka aktivit pro všechny věkové kategorie je obrovská - vůbec největší ze všech ročních období.

Vybudování zimního sportovního Skiareálu Lipno přineslo kromě hlavních zimních aktivit i možnosti dalších aktivit provozovaných v létě např. adrenalinový sjezd na horských kolech či travní lyžování. V areálu je dále možné využít tréninkovou umělou horolezeckou stěnu.

Ze Skiareálu Lipno vychází několik běžkařských tras, pro sjezdové lyžování je k dispozici 7,5 km sjezdovek různého typu. V areálu se nachází několik občerstvení, půjčovna sportovního vybavení, ski servis a nechybí ani lyžařská škola. Dále zimní sezóna nabízí taktéž adrenalinové sporty, výlety na sněžnicích či projížďky se psím spřežením.

5. Vymezení předpokladů rozvoje cestovního ruchu

Výzkum v terénu potvrdil, že jedním z největších současných problémů mikroregionu je nerovnoměrná vytiženost kapacit. Svazek Lipenských obcí se snaží několik posledních let přilákat turisty na své území i v jinou než jen letní sezónu.

Určitý zlom v této problematice již nastal. Za dílčí úspěch lze považovat zvýšení návštěvnosti mikroregionu v zimní sezóně. Tomu napomohlo zejména vybudování a rozšířená nabídka aktivit ve Skiareálu Lipno. Zvýšil se také zájem českých turistů o přilehlá rakouská lyžařská střediska (např. Hochficht – turisté jsou ubytováni na Lipensku a na svahy za hranice dojíždějí, některé podnikatelské subjekty mají ve své nabídce zahrnutou i možnost objednání skipasu), dále se také zvýšila i poptávka zahraniční klientely, která chce trávit dovolenou na území Lipenska i v jiných měsících než byla doposud zvyklá. Zejména turisté z Nizozemí projevují čím dál tím větší zájem navštěvovat region i v zimě a trávit zde svou dovolenou – Vánoce a oslavy příchodu nového roku.

Rostoucí vytiženost kapacit v zimní sezóně je však zatím pouze dílčím úspěchem, neboť mikroregion má ve svém záměru zvýšit návštěvnost i v jarní a podzimní sezóně. Tento záměr je zahrnut do strategie Svazku Lipenských obcí.

Potenciál pro zvýšení návštěvnosti Lipensko má, jen zatím není zcela úplně využit. Určitým východiskem této problematiky by bylo informovat turisty, již při jejich návštěvě v zimě či v létě, o možnostech vyžití i na podzim a na jaře. „Lákadlem“ jsou zcela určitě nižší ceny ubytování, neboť se jedná o období mimo hlavní turistickou sezónu, dále je třeba potencionální zájemce ještě více informovat o možných aktivitách, které lze provozovat v dané roční období a v neposlední řadě je to také sama nižší vytiženost a přeplněnost regionu.

Za další dílčí úspěch v rozvoji území Lipenska lze považovat nově vznikající moderní ubytovací zařízení jako jsou rodinné domky či luxusní apartmány. Původních ubytovacích zařízení je sice dostatek, dokonce nadprůměrný počet, avšak nedosahují požadované kvality a v některých případech ani nutného standardu. Většina původních ubytovacích zařízení se transformovala z původních objektů podnikové či individuální

rekreace bez jakékoli investice do zlepšení standardu, a to jak z pohledu kvality, tak i z pohledu směrnic Evropské unie.

V průběhu posledních 5ti let byla vystavěna nová moderní ubytovací zařízení, která byla financována zahraničními investory především z Nizozemí. Vznikly tak luxusní ubytovací areály jako Marina Lipno či Lipno lake Resort. Jejich vznik je tak možné chápat jako částečné řešení problematiky „zaostalosti“ ubytovacích zařízení. Zatím jediný problém, se kterým se provozovatelé těchto ubytovacích areálů setkali, je přístup českých turistů, neboť ti raději jedou za stejnou, někdy dokonce i nižší cenu, do zahraničí k moři, než „jen“ k Lipenskému jezeru. Zahraniční turisté jsou naopak s těmito ubytovacími zařízeními spokojeni. Každý rok zaznamenávají tato zařízení vyšší počet ubytovaných hostů, a některá z nich i přes svou krátkou dobu existence mají mezi svými hosty už i stálé klienty, kteří si dokonce už v létě rezervují termíny zimní dovolené.

Velice významným a důležitým předpokladem pro rozvoj cestovního ruchu na území Lipenska je podpora ze strany institucí a partnerských organizací Svazku Lipenských obcí. Partnerské organizace, které již delší dobu spolupracují se Svazkem jsou Jihočeský kraj, Euroregion Silva – Nortica, Jihočeská hospodářská komora, Regionální rozvojová agentura RERA, a. s. a Regionální rozvojová agentura Šumava, o. p. s. Kromě spolupráce s ostatními institucemi v kraji je nutná i spolupráce s podnikatelskými subjekty provozující a poskytující služby cestovního ruchu. Jedním z nejdůležitějších podnikatelů v mikroregionu je Lipnoservis, s. r. o., provozovatel Skiareálu Lipno. Tato společnost funguje od roku 1999 a jejím společným cílem spolu se Svazkem Lipenských obcí je zajistit návštěvnost na území mikroregionu během celého roku. Tomuto cíli je přizpůsobena i nabídka poskytovaných služeb společnosti, která je zaměřená na uspokojení potřeb široké klientely. Všechny potřebné informace získají potenciální návštěvníci na internetových stránkách, které jsou průběžně aktualizovány. I tato společnost má řadu partnerů i mediálních, díky kterým se prohlubuje oblast spolupráce.

Dalším předpokladem rozvoje je zvýšení kvalifikace pracovní síly pohybující se ve sféře služeb cestovního ruchu. Zejména během letní sezóny je sice dostatek pracovníků, především brigádníků, ale problémem již několik let je jejich neodbornost. Tím dochází ke

snížení kvality poskytovaných služeb a v očích klienta tak může „klesnout“ celý mikroregion.

Předposledním předpokladem bránícím rozvoji cestovního ruchu na území Svazku Lipenských obcí je infrastruktura, která není na úrovni ostatních zahraničních vyspělých regionů cestovního ruchu. Pro řešení otázky této problematiky je nutná dlouhodobá spolupráce s institucemi jako je Jihočeský kraj a v neposlední řadě také Ministerstvem dopravy České republiky.

Posledním předpokladem rozvoje je prezentace celého mikroregionu, a to jak na svých vlastních webových stránkách, tak i na veletrzích se zaměřením na cestovní ruch i pomocí svých partnerských organizací a organizací jako jsou Jihočeská centrála cestovního ruchu či agentura Czech Tourism. Svazek Lipenských obcí se prezentuje i na svých vlastních internetových stránkách, kde jsou uvedeny veškeré potřebné informace o Svazku, jeho aktuálních i dlouhodobých projektech apod. Velice vkusně a moderně je zde zpracována prezentace projektu „*Lipensko – dovolená bez stresu*“, ve které se návštěvník těchto webových stránek snadno orientuje. Snaha o zvýšenost návštěvnosti regionu i mimo hlavní turistickou letní sezónu je promítnuta i sem. Pro každé roční období jsou uvedeny základní charakteristické znaky (jak vypadá příroda v každém ročním období), dále destinace, které je možno navštívit, informace o aktivitách, které je možno v regionu provozovat, informace o ubytování a službách, zajímavosti a atrakce, tipy a další potřebné informace (důležitá telefonní čísla – tísňová volání, státní svátky a další).

Krokem vpřed v rámci celého mikroregionu by bylo zřízení destinačního managementu, který by profesionálním způsobem řídil a koordinoval potřebný rozvoj cestovního ruchu. Ke správnému fungování destinačního managementu je důležitá spolupráce podnikatelských subjektů působících v regionu. Podnikatelé by měli potlačit své individuální zájmy a zaměřit se na zájmy celého mikroregionu. V rámci této spolupráce by bylo možné vytvořit svou vlastní značku, která by pro potencionální návštěvníky byla ukazatelem kvality poskytovaných služeb a vytvořila by tak image celého mikroregionu. K tomuto má předpoklady právě již zmíněná společnost Lipnoservis, s. r. o., neboť má v

oblasti rozvoje již určité zkušenosti, které jsou spjaté s vybudováním a poskytováním služeb ve Skiareálu Lipno.

6. Závěr

Ve své bakalářské práci jsem se zaměřila především na služby cestovního ruchu v mikroregionu Svazek Lipenských obcí. Provedený výzkum v terénu ukázal a potvrdil, že cestovní ruch a s ním spojené veškeré služby mají obrovský význam pro celé území.

Odvětví cestovního ruchu je zaměstnavatelem místních obyvatel, poskytovatelem služeb, z nichž některé jsou dnes již na vysoké a vyspělé úrovni (např. moderní ubytovací zařízení) a dokáží přilákat velké množství turistů do mikroregionu. Kromě těchto kladů výzkum odhalil i určitá negativa, která brání dalšímu rozvoji v oblasti cestovního ruchu. Jsou jimi především špatná dopravní obslužnost, nedostatek spojení mezi obcemi mikroregionu a složitý úřednický systém.

Výrazným problémem je vytíženost pouze letní turistické sezóny, se kterou Svazek „bojuje“ v rámci své strategie. Zatímco v období léta vykazují podnikatelé maximální vytíženost svých kapacit, v ostatních ročních obdobích je vytíženost minimální. V provozu jsou internetové stránky, které poskytují podrobné informace potenciálním návštěvníkům o dané oblasti, ubytování a dalších službách, možných aktivitách, jež lze provozovat v jednotlivých obdobích roku, destinacích, které je možné během pobytu navštívit a další potřebné informace.

Velkou výhodou pro rozvoj celého Svazku Lipenských obcí je jeho geografická poloha – území mikroregionu se nachází v těsné blízkosti Německa a Rakouska (možnost výletů za hranice České republiky a naopak příjezd turistů z těchto zemí na území mikroregionu), dále přírodní podmínky, které jsou vhodné k trávení dovolené během celého roku, kvalitní životní prostředí i kvalita vodní nádrže Lipno a zvyšující se kvalita poskytovaných služeb.

Zapojení obcí do Svazku hodnotí obce samotné jako krok správným směrem. Vzájemná spolupráce přináší možnost vytvářet společné projekty a řešit společnou problematiku. I nadále je tato spolupráce potřebná a je předpokladem úspěchu v otázce rozvoje mikroregionu, stejně tak jako spolupráce Svazku s ostatními institucemi (Jihočeský kraj, Jihočeská hospodářská komora a další).

7. Summary

In my bachelor studies I have focused especially on tourism services in the microregion Svazek Lipenských obcí. The main objective of this work was described in terms of microregion tourism and devone the conditions for further development, which is necessary for the territory.

The tourism sector is the employer of local residents, service provider, some of which are already at a high and advanced level (modern accommodation facilities) and can attract a large number of tourists to the microregion. A big advantages for the development of the entire microregion its geographical location – the microregion is located in close proximity to Germany and Austria (the possibility of excursions betone the Czech Republic and on the contrary, the arrival of tourists from those countries in the microregion), the natural conditions that are suitable for holidays throughout the year, a good enviroment and quality of water reservoir Lipno and increasing quality of services.

The involvement of municipalities in the microregion evaluates community itself as a step in the right direction. Cooperation has the potential to develop joint projects and solve common problems. This cooperation is a necessary precondition for success in the development of microregion, as well as the cooperation ties with other institutions (South Bohemia region, South Bohemia Chamber of Commerce and others).

8. Přehled použité literatury a zdrojů

8.1 Odborné publikace

ČECH, Jiří. *Malá encyklopedie cestovního ruchu*. 1. vyd. Praha: Idea Servis, 1998. ISBN 80 – 85970 – 19 - 8.

FRANCOVÁ, Eva. *Cestovní ruch*. 1. vyd. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2003. ISBN 80 – 244 – 0719 – 1.

HESKOVÁ, Marie a kolektiv. *Cestovní ruch pro vyšší odborné a vysoké školy*. 1. vyd. Praha: Fortuna, 2006. ISBN 80 – 7168 – 948 – 3.

HLADKÁ, Jitka. *Technika cestovního ruchu*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 1997. ISBN 80 – 7169 – 476 – 2.

INDROVÁ, Jarmila a kolektiv. *Cestovní ruch I*. 1. vyd. Praha: Oeconomica, 2004. ISBN 80 – 245 – 0799 – 4.

MALÁ, Vlasta. *Cestovní ruch: vybrané kapitoly*. 1. vyd. Praha: Vysoká škola ekonomická, 1999. ISBN 80 – 7079 – 443 -7.

NĚMČANSKÝ, Milan. *Management služeb cestovního ruchu 1, 2*. 1. vyd. Karviná: Slezská univerzita Opava, 1995. ISBN 80 – 85879 -18 -2.

ORIEŠKA, Ján. *Technika služeb cestovního ruchu*. 1. vyd. Praha: Idea Servis, 1999. ISBN 80 – 85970 – 27 – 9.

PALATKOVÁ, Monika. *Marketingová strategie destinace cestovního ruchu: Jak získat více příjmů z cestovního ruchu*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2006. ISBN 80 – 247 – 1014 – 5.

PÁSKOVÁ, Martina, ZELENKA, Josef. *Výkladový slovník cestovního ruchu*. 1. vyd. Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj, 2002. ISBN 80 – 239 – 0152 – 4.

VOJTKO, Viktor. *Marketingový výzkum v kognitivních mapách*. 1. vyd. Zeleneč: Profess Consulting, 2008. ISBN 978-80-7259-060-5.

8.2 Internetové zdroje

Ústav územního rozvoje, organizační složka státu, Územní plánování, [online] [cit. 10.1.2009] Dostupné na Internetu: <http://www.uur.cz/default.asp?ID=1221#ODSKOK_42>.

Slovník nejčastěji používaných pojmů ve veřejné správě, [online] [cit. 7.2.2009] Dostupné na Internetu: <<http://svs.institutpraha.cz/index.php?page=slovník&id=347>>.

Projektová a rozvojová agentura, a. s., [online] [cit. 7.2.2009] Dostupné na Internetu: <<http://www.rozvoj.cz/WB-09-05%20Mikroregion.htm>>.

Oficiální stránky Středočeského kraje / mikroregiony, [online] [cit. 7.2.2009] Dostupné na Internetu: <<http://www.kr-stredocesky.cz/portal/stredocesky-kraj/mikroregiony/>>.

ABZ slovník cizích slov, [online] [cit. 7.2.2009] Dostupné na Internetu: <<http://slovník-cizich-slov.abz.cz/web.php/slovo/mikroregion>>.

Oficiální stránky Svazku Lipenských obcí, [online] [cit. 17.2.2009] Dostupné na Internetu: <<http://www.lipensko.cz/>>.

Oficiální stránky společnosti LipnoServis, s. r. o., [online] [cit. 10.3.2009] Dostupné na Internetu: <<http://www.lipnoservis.cz/>>.

Oficiální stránky Českého statistického úřadu, [online] [cit. 21.3.2009] Dostupné na Internetu: <www.czso.cz>.

Seznam obrázků, grafů a tabulek

Obrázek 1: Vymezení mikroregionu Svazek Lipenských obcí	str. 27
Graf 1: Městské a venkovské obyvatelstvo v roce 2007	str. 32
Graf 2: Míra registrované nezaměstnanosti k 31.12.2007	str. 34
Graf 3: Věkové složení obyvatel Jihočeského kraje za rok 2007	str. 35
Tabulka 1: Ukazatele cestovního ruchu na území Jihočeského kraje	str. 36
Tabulka 2: Kapacity hromadných ubytovacích zařízení v cestovním ruchu za rok 2007	str. 37
Graf 4: Podnikatelské subjekty poskytující k ubytování a stravování další služby	str. 38
Graf 5: Počty podnikatelských subjektů poskytující ubytovací zařízení	str. 39
Graf 6: Počty podnikatelských subjektů poskytující stravovací zařízení	str. 40
Graf 7: Vytíženost kapacit během čtvrtletí	str. 41
Graf 8: Podíl turistů mezi zákazníky	str. 42
Graf 9: Atraktivita mikroregionu	str. 42
Graf 10: Podpora přílivu turistů do mikroregionu	str. 43

Seznam příloh

Příloha 1: Dotazník předkládaný osloveným podnikatelským subjektům str. 59

Dotazník – podnikatelské subjekty poskytující komerční služby

Dobrý den, jmenuji se Kateřina Pospíšilová, jsem studentkou Ekonomické fakulty Jihočeské univerzity v Českých Budějovicích a zpracovávám svou bakalářskou práci na téma „Předpoklady rozvoje komerčních služeb ve vybrané oblasti – mikroregion Svazek Lipenských obcí“.

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

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

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

- Maloobchodní (prodej zboží konečným spotřebitelům)
- Ubytování *(pokračujte otázkou 2)*
- Stravování *(pokračujte otázkou 4)*

Osobní služby (např. kadeřnictví, pedikúra), které

Opravárenské služby

Kulturní

Sportovní

Jiné, upřesněte

2. Jaký typ ubytování nabízíte?

Kemp

Chaty a chalupy, v soukromí

Turistická ubytovna

Hotel

Hotel garni

Motel

Botel

Penzion

Jiné, upřesněte

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

4. Jakou formu stravování nabízíte?

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

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

Leden – Březen: Nedostatečné Dostatečné Maximální

- Duben – Červen: Nedostatečné Dostatečné Maximální
- Červenec – Zář: Nedostatečné Dostatečné Maximální
- Říjen – Prosinec: Nedostatečné Dostatečné Maximální

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

- Nízká Spíše nízká Střední Spíše vyšší Vyšší

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

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

9. Přizpůsobujete svou nabídku turistům?

- Ne, vůbec Ano, částečně Ano, významně

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

Příroda

Památky

Kulturní akce

Sportovní vyžití

Jiné, upřesněte _____

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

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

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

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

13. Jaký je důvod, že se žádné organizované formy spolupráce neúčastníte? *(pokračujte otázkou 15)*

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

14. Jak hodnotíte přínosy uvedených forem spolupráce?

- Záporné Nulové Pozitivní Velmi pozitivní

15. Podnikáte pouze v rámci tohoto mikroregionu?

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

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

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

17. Kolik máte zaměstnanců?

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

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

- Nižší
- Obdobná
- Vyšší

19. Jak jste spokojeni se ziskovostí svého podniku?

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

Spíše spokojen/a

Velmi spokojen/a

20. Vaše tržby za loňský hospodářský rok byly přibližně:

méně než 1 milion Kč

1 až 5 milionů Kč

5 až 10 milionů Kč

10 až 20 milionů Kč

více než 20 milionů Kč

Děkujeme za vyplnění dotazníku.

21. Umístění provozovny (obec)
