

JIHOČESKÁ UNIVERZITA V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH

Ekonomická fakulta
Katedra obchodu a cestovního ruchu

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

Předpoklady rozvoje komerčních služeb ve vybrané oblasti ekoregionu Úhlava

Vedoucí bakalářské práce
RNDr. Blažena Gehinová

Autor
Veronika Mikušová

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: **Veronika MIKUŠOVÁ**

Studijní program: **B6208 Ekonomika a management**

Studijní obor: **Obchodní podnikání**

Název tématu: **Předpoklady rozvoje komerčních služeb ve vybrané oblasti ekoregionu Úhlava**

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

Cíl práce:

Popsat vybraný ekoregion se zaměřením na danou oblast komerčních služeb. Provést situační analýzu. Vymezit 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 svazku ekoregionu
4. Situační analýza vybraného svazku ekoregionu
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.
Foret, M., Foretová, V.: Jak se rozvíjí místní cestovní ruch. Praha: Grada Publishing, 2003.
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.
Kiráľová, A.: Marketing destinace cestovního ruchu. Praha: Ekopress, 2003.
Morrison, A., Slámová, D.: Marketing pohostinství a cestovního ruchu. Praha: Viktoria Publishing, 1995.
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: **RNDr. Blažena Gehinová**
Katedra obchodu a cestovního ruchu

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

prof. Ing. Magdaléna Hrabánková, CSc.

děkanka

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

doc. Ing. Marie Hesková, CSc.

vedoucí katedry

V Českých Budějovicích dne 26. března 2008

Prohlašuji, že svoji bakalářskou práci na téma "Předpoklady rozvoje komerčních služeb ve vybrané oblasti ekoregionu Úhlava" jsem vypracovala samostatně pouze s použitím pramenů a literatury uvedených v seznamu citované literatury.

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

V Českých Budějovicích dne ..2.9.2009..... podpis

Poděkování

Ráda bych poděkovala vedoucí bakalářské práce paní RNDr. Blaženě Gehinové za odborné vedení, rady, pomoc a trpělivost během psaní této práce. Dále mé díky patří panu starostovi z obce Chudenín, který mi poskytl cenné informace pro zpracování tohoto tématu.

Obsah

1. Úvod.....	2
2. Cíle a použitá metodika.....	3
2.1. Cíle.....	3
2.2. Hypotézy.....	3
2.3. Metodika.....	3
3. Literární přehled.....	5
3.1. Definice mikroregionu.....	5
3.2. Definice a členění komerčních služeb.....	6
3.3. Vztah komerčních služeb k rozvoji mikroregionu.....	9
3.4. Situační analýza.....	10
4. Výzkum a vyhodnocení mikroregionu Úhlava.....	13
4.1. Vymezení mikroregionu.....	13
4.2. Zpracování primárních dat.....	19
4.3. Zodpovězení hypotéz.....	32
5. Situační analýza mikroregionu Úhlava.....	34
5.1. Profil mikroregionu vzhledem k dané oblasti komerčních služeb.....	34
5.2. Ohodnocení jednotlivých faktorů.....	35
5.3. SWOT analýza mikroregionu Úhlava.....	43
6. Vymezení předpokladů rozvoje komerčních služeb v mikroregionu Úhlava...46	46
6.1. Úloha mikroregionu v rozvoji služeb.....	46
6.2. Možnosti rozvoje cestovního ruchu.....	46
7. Závěr.....	48
8. Summary.....	50
9. Použitá literatura.....	51
10. Seznam grafů a tabulek	
11. Přílohy	

1. Úvod

Význam služeb pro národní hospodářství se v minulosti hodně podceňoval. V 18. st. bylo fyziokraty jako produktivní činnost uznáváno pouze zemědělství. To se ale nelíbilo Adamu Smithovi, který je kritizoval a služby označil jako statky, které neprodukují žádnou hodnotu. Dále je označil za neplodné a neproduktivní, protože dochází k jejich spotřebě ve stejném okamžiku, ve kterém jsou produkovány, nijak se nepřetvářejí a ani se nerealizují v jakékoli prodejné komoditě. Později se dospělo k názoru, že činnosti, které jsou užitečné a poskytují spotřebiteli uspokojení, jsou produktivní, tudíž by měly být rovnocennými lidskými činnostmi. Ve 20. st. A. Marshall tvrdil, že všechny činnosti produkují služby a jejich poskytováním uspokojují potřeby. (Vašítková, 2008)

Služby se staly v posledních dvaceti až třiceti letech významným prvkem rozvoje obchodu, jejich potenciál se zvětšuje. Ve srovnání s dynamikou mezinárodního obchodu se zbožím dosahují služby na světových trzích vyšších meziročních přírůstků a jejich podíl na světovém obchodním obratu stále roste. Podíl služeb na tvorbě HDP a zaměstnanosti je spojován s ekonomickou vyspělostí země, proto je důležitým cílem ekonomiky zvýšení podílu vývozu služeb a zkvalitnění jeho struktury. Podíl exportu služeb na celkovém exportu ČR dosáhl v roce 2005 hodnoty 19 %. Sektor služeb hraje stále důležitější roli dokonce i v podnicích produkujících hmotné statky. Rozvoj služeb se také pojí se zvyšujícím se počtem nově vytvořených míst. (18)

Služby se na tvorbě HDP podílejí v průměru mezi 60-70 % ve vyspělých zemích, v ČR se v roce 2006 podílely 58 % na tvorbě HDP a stále se jejich podíl zvyšuje, což je celosvětovým trendem. Podíl služeb v Jihočeském kraji na HDP za rok 2006 byl 5,5 %. (17)

Bakalářská práce sleduje rozvoj oblasti mikroregionu Úhlava, kde komerční služby nejsou rozvinuty rovnoměrně a dostatečně. Většina služeb je shromážděna v jedné spádové obci, která zajišťuje drtivou většinu všech služeb.

2. Cíle a použitá metodika

2.1 Cíle

Bakalářská práce má vytyčené tři hlavní cíle. Popsat mikroregion Úhlava se zaměřením na oblast komerčních služeb. Provést situační analýzu mikroregionu jako celku i podniků poskytujících služby v mikroregionu. Vymezit předpoklady rozvoje komerčních služeb, což je nejdůležitější důvod provedení šetření v rámci bakalářské práce.

2.2 Hypotézy

Z cílů práce vyplývají následující hypotézy:

1. V mikroregionu Úhlava není dostatečná dostupnost komerčních služeb pro obyvatele mikroregionu.
2. Míra nezaměstnanosti v mikroregionu dosahuje nižších hodnot než v Jihočeském kraji.
3. Ve sledovaném území je převaha obyvatel v produktivním věku, následuje skupina obyvatel poproduktivního věku a nejméně se zde vyskytuje obyvatel předproduktivního věku.
4. Ve vlastnictví podniků v mikroregionu Úhlava mají největší zastoupení místní podniky.

2.3 Metodika

Metodika práce sestává z pěti úkolů, ze studia teoretických východisek, ze sběru dat v terénu, ze sestavení profilu vybraného svazku mikroregionu, ze situační analýzy mikroregionu a poslední bod představuje vymezení předpokladů rozvoje dané oblasti komerčních služeb.

Studiem odborné literatury a zjišťováním dat ze sekundárních zdrojů se charakterizuje vybraný mikroregion z geografického hlediska, důvody, proč došlo k jeho vzniku, jaké jsou jeho cíle a strategie, jaké údaje o jeho sociodemografické, ekonomické a geografické struktuře jsou známy. Dále se v práci přikročí k definování a

členění komerčních služeb z hlediska tří základních skupin, a to maloobchodu, cestovního ruchu a ostatních služeb za využití klasifikace ČSÚ CZ-NACE a metodiky Ústavu územního rozvoje České republiky. Dalšími sekundárními zdroji jsou strategické dokumenty mikroregionu, statistický úřad, místní úřady práce a internet.

Druhým krokem je sběr dat v terénu, který probíhá formou zjišťování informací prostřednictvím řízených rozhovorů na obecních úřadech a dotazníkovým šetřením u podnikatelských subjektů poskytujících komerční služby.

Při sestavení profilu vybraného mikroregionu jde o charakterizování nabídky komerčních služeb a jejich stávajících kapacit, o poptávku po komerčních službách, a to jak z pohledu místních obyvatel, tak i z pohledu turistů.

Čtvrtým postupem je situační analýza vybraného mikroregionu. Zde se jedná o porovnávání shromážděných dat s údaji z Jihočeského kraje, jak to vypadá s poměrem nabídky ku poptávce z hlediska deficitů a přebytků, a o SWOT analýzu pro určení nejvýhodnější strategie pro další rozvoj komerčních služeb v mikroregionu.

Poslední krok představuje vymezení předpokladů rozvoje dané oblasti komerčních služeb z hlediska úlohy mikroregionu, jeho kooperace, cestovního ruchu a jeho využití a také i z hlediska demografických vlivů.

3. Literární přehled

3.1 Definice mikroregionu

Mikroregionem se rozumí dobrovolné sdružení několika obcí za účelem dosažení společného cíle. (14) Mikroregiony se vymezují za účelem usnadnění vzájemné spolupráce při řešení problémů týkajících se vybavenosti technickou a dopravní infrastrukturou, optimální využití stávajících zdrojů pro rozvoj obcí, řešení nedostatku pracovních příležitostí, zvýšení počtu vysoce kvalifikovaných pracovníků, rozvoj cestovního ruchu, využívání a ochrana přírodního potenciálu. (13)

Svazek obcí či mikroregion vzniká pro územně ucelenou oblast vymezenou přirozenými přírodními, technickými nebo historickými hranicemi nebo pojíci prvky, což obecně znamená, že se jedná o spádové území, které využívá principu soudržnosti, kde více obcí propojuje a provazuje své zájmy a záměry jednotlivých akcí a aktivit s cílem vymezení a realizování žádoucích změn ve všech obcích nebo části obcí takto vymezeného území. Úloha mikroregionů je koncepční a výkonná činnost samosprávných orgánů obcí v oblasti místního rozvoje, jejich iniciační činnost v oblasti řešení mikroregionálních problémů a definování mikroregionálních programů a aktivit a jejich účast na realizaci regionálních programů. Pro identifikaci potřeb, určení směrů rozvoje, rozvojových aktivit a strategické rozhodování zpracovávají mikroregiony rozvojové strategie. (Vlk, 2004)

I když mikroregiony nejsou jednoznačně právně vymezené, rozsah jejich spolupráce je velký. Jednotlivé mikroregiony se od sebe liší jak velikostí, tak i zaměřením své činnosti. Dříve vznikaly mikroregiony nejvíce za účelem dosažení konkrétního cíle, po jehož splnění zanikala. Mnoho mikroregionů vzniklo také za účelem realizace společného projektu, protože obce samy na ni neměly dostatek finančních zdrojů. V některých sdruženích obcí se spolupráce rozvinula natolik, že rozsah společných aktivit je značně rozsáhlý. (Kadeřábková, Trhlínová, 2008)

Vedle mikroregionů existují i euroregiony, které řadíme mezi nadnárodní typy svazků či sdružení měst a obcí. Euroregiony jsou zakládány s cílem podpory a realizace projektů, ve kterých se odrážejí všechny formy spolupráce mezi smluvními stranami.

Hlavním důvodem existence svazků tohoto typu je odstraňování nerovností mezi regiony na obou stranách hranice. Spolupráce svazku zasahuje do všech oblastí života občanů na kulturní, sociální, hospodářské a infrastrukturní úrovni. Sdružení obcí a měst v příhraničních oblastech ČR je zaměřené na přípravu a realizaci konkrétních návrhů projektů pro oživení území od poradenství při jejich přípravě a realizaci až po spoluúčast na celostátních i mezinárodních programech. Euroregiony také spolupracují na tvorbě kalendáře společenských, kulturních a sportovních akcí, které se konají na území euroregionu, a přispívají tak k užší spolupráci, podpoře cestovního ruchu a kulturnímu poznávání. V rámci Evropské unie se pohraniční regiony rychle rozrostly a staly se místem výměny zkušeností a střediskem spolupráce při řešení společných či podobných problémů. (16)

3.2 Definice a členění komerčních služeb

Rozvoj průmyslu volného času, ale například i vzrůstající role kongresové a incentivní turistiky a veškerých s tím souvisejících služeb a činností umožnily mnoha městům v Evropě vypořádat se s restrukturalizací zastaralých průmyslových odvětví a nahradit je novými, dynamicky se rozvíjejícími službami. (Foret, Foretová, 2001)

V současnosti je podstata služeb nejlépe definována jako jakákoli činnost nebo výhoda, kterou jedna strana může nabídnout druhé straně, je v zásadě nehmotná a jejím výsledkem není vlastnictví. Produkce služby může, ale nemusí být spojena s hmotným produktem. (Kotler, Armstrong, 2004)

Sektor služeb je velmi široký. Je reprezentován značným počtem nejrozličnějších činností od jednoduchých procesů až po komplikované operace, které jsou řízeny počítači. Působí zde mnoho typů organizací, od jednotlivců přes malé firmy až po nadnárodní organizace typu hotelových sítí, mezinárodních cestovních kanceláří, nebo po auditorské a poradenské firmy. Klasifikace služeb umožňuje jejich lepší analýzu a pochopení použití různých marketingových nástrojů pro příslušné kategorie služeb. Vašítková uvádí základní klasifikaci služeb na terciální, kvartérní a kvintérní služby. Další rozdělení představují tržní a netržní služby. Tržní služby je možno směnit na trhu za peníze, mezi netržní patří takové služby, které v důsledku určitého sociálního a ekonomického prostředí představují výhody, které je nutné rozdělovat pomocí

netržních mechanismů. Řadí se sem veřejné služby, které jsou poskytovány prostřednictvím vlády, místní správy a neziskovými organizacemi. Služby, které jsou poskytovány domácnostem a jednotlivcům pro svůj vlastní užitek a ze kterých neplyne žádná další ekonomická výhoda se nazývají spotřebitelské. Naopak, služby pro organizace slouží ještě k vytvoření dalších ekonomických užitků. Další členění rezděluje služby na základě prodejce, a to na služby podle povahy podniku, podle vykonávané funkce a podle zdroje příjmů. Dále se služby klasifikují podle formy jejich charakteru a poskytování, podle formen služeb na služby uniformní a dohodnuté, podle zaměření na služby zaměřené na člověka či na stroj, podle forem styku se zákazníkem na služby vysokého a nízkého kontaktu. (10)

Evropské unie používá standardní klasifikaci ekonomických činností NACE. NACE tedy dělí ekonomické činnosti (oblast ekonomických činností) tak, že každé statistické jednotce, která vykonává nějakou ekonomickou činnost, lze přiřadit kód NACE.

Klasifikace ekonomických činností podle CZ-NACE Rev. 2:

A - Zemědělství, lesnictví a rybářství

B- Těžba a dobývání

C - Zpracovatelský průmysl

D – Výroba a rozvod elektřiny, plynu, tepla a klimatizovaného vzduchu

E - Zásobování vodou; činnosti související s odpadními vodami, odpady a sanacemi

F – Stavebnictví

G - Velkoobchod a maloobchod; opravy a údržba motorových vozidel

H - Doprava a skladování

J - Informační a komunikační činnosti

I - Ubytování, stravování a pohostinství

K - Peněžnictví a pojišťovnictví

L - Činnosti v oblasti nemovitostí

M – Profesní, vědecké a technické činnosti

N - Administrativní a podpůrné činnosti

O - Veřejná správa a obrana; povinné sociální zabezpečení

P – Vzdělávání

Q - Zdravotní a sociální péče

R - Kulturní, zábavní a rekreační činnosti

S - Ostatní činnosti

T - Činnosti domácností jako zaměstnavatelů; činnosti domácností produkujících blíže neurčené výrobky a služby pro vlastní potřebu

U - Činnosti exteritoriálních organizací a orgánů

Pro četření v rámci bakalářské práce jsou nejdůležitější činnosti G (velkoobchod a maloobchod; opravy a údržba motorových vozidel) a I (ubytování, stravování a pohostinství).(17)

Podle Oriešky představují služby cestovního ruchu činnosti, jejichž výsledkem je užitečný efekt buď individuální, nebo společenský. Individuální efekt bývá součástí cíle účasti na cestovním ruchu, jeho charakter může být různý, a to podle zvolené formy účasti (např. rekreační, kulturní, zdravotní), je podmiňován společenským efektem (např. služby související s udržováním čistoty a hygieny veřejných prostranství, zeleně atd.). Služby není možné produkovat do zásoby, na sklad, protože proces poskytnutí služeb je současně procesem její spotřeby. Ale služby realizované na trhu cestovního ruchu mají své zvláštnosti, a to, že poskytnutí služby a její spotřeba se prostorově i časově váže na určitý rekreační prostor, že mají charakter převážně osobních služeb, na rozdíl od služeb věcných, které jsou vždy spojeny se spotřebou zboží, že jsou mnohotvárné ve výkonu a se zřetelem na různorodost potřeb účastníků cestovního ruchu, že rozsah spotřeby služeb cestovního ruchu často podmiňuje jejich včasné zabezpečení, hlavně při hromadné a zároveň i krátkodobé účasti na cestovním ruchu, působení vnějších objektivních faktorů, jejichž vliv je možné částečně omezit, ale nelze ho úplně vyloučit, stejně jako působení faktorů souvisejících s jednotlivými účastníky cestovního ruchu, že účastník cestovního ruchu na rozdíl od spotřebitele na trhu spotřebního zboží vystupuje obvykle jako neanonymní (Orieška, 1996)

Podle Heskové je služba ekonomický statek, jehož podstatou je činnost a jehož hodnota je určena užitkem, který přináší. Služba je nemateriální, pomíjivá činností. Do procesu poskytování služby je nevyhnutelné začlenit i vnější faktor (zákazníka a zboží), v důsledku čehož dochází k souladu výroby služby s její spotřebou. V cestovním ruchu jde o široký sortiment služeb poskytovaných účastníkům cestovního ruchu. Služby

jsou hlavní součástí produktu cestovního ruchu. Představují heterogenní soubor užitečných efektů určených na uspokojování potřeb účastníků cestovního ruchu. Produkují je nejen podniky cestovního ruchu, ale i další subjekty soukromého a veřejného sektoru. Služby jsou ekonomické statky mající převážně nehmotný charakter. Vykazují určité vlastnosti, kterými se liší od výrobků. Při poskytování služeb dochází ke vzniku užitečných efektů, které uspokojují lidské potřeby. Uvádí se, že poskytování služeb má tři fáze, a to připravenost na poskytování služby, proces poskytování služby a výsledek poskytnutí služby. Různorodost služeb v cestovním ruchu umožňuje jejich základní rozdělení na služby cestovního ruchu (informační, dopravní, ubytovací, stravovací, sportovně-rekreační, kulturně-společenské, lázeňské, kongresové, průvodcovské, asistenční, animační, organizátorské a zprostředkovatelské služby) a na ostatní služby. Služby cestovního ruchu se dále rozlišují podle fází realizace cestovního ruchu, a to na služby, které účastník cestovního ruchu vyžaduje, kupuje a spotřebovává v místě trvalého bydliště (např. informační, poradenské, zprostředkovatelské), během cestování (informační, dopravní, ubytovací, stravovací, průvodcovské, asistenční), během pobytu v cílovém místě (např. informační, ubytovací, stravovací, dopravní) a další služby, např. sportovně-rekreační, kulturně-společenské, lázeňské, kongresové, průvodcovské, animační. Z časového hlediska dělí Hesková služby na poskytované v sezonním či v mimosezonním období, sezonní služby v letní nebo zimní turistické sezoně. Důležité je i hledisko uspokojovaných potřeb, podle kterého se rozlišují základní a doplňkové služby cestovního ruchu. Podle charakteru spotřeby se služby cestovního ruchu člení na osobní a věcné. Z ekonomického pohledu se služby dělí na placené a neplacené. (Hesková, 2006)

3.3 Vztah komerčních služeb k rozvoji mikroregionu

Rozvoj se chápe jako proces kladně vnímaných změn obyvateli, soukromým sektorem a dalšími subjekty, ke kterým dochází v nějakém časovém horizontu v příslušném území. Takovéto změny přinášejí zvýšení efektivnosti a účelnosti ve využívání rozvojových možností území, např. růst počtu a diverzita soukromého sektoru, rozvoj a zkvalitňování infrastruktury, růst různých typů organizací občanského

sektoru. Rozvojem se rozumí i zvětšování rozsahu a kvality nabízených služeb, zvyšování kvality technické i občanské infrastruktury, včetně bytového fondu, prodlužování délky života, kladné saldo migrace, růst míry zaměstnanosti, eliminace sociálních problémů. (5)

Regionální rozvoj představuje komplex procesů přispívajících ke kladným změnám v regionu v hospodářské, sociální a environmentální situaci. (16)

Pro rozvoj mikroregionu se vypracovávají strategické dokumenty. Ve strategii mikroregionu se musí podporovat a rozvíjet partnerské a rovnoprávné vztahy mezi členskými obcemi regionu, dokázat oslovit významné cílové skupiny i širokou veřejnost a vzbudit jejich zájem, musí se jasně definovat, co daný mikroregion nabízí, kam směřuje, čeho chce dosáhnout a jaké hodnoty jsou pro něj důležité. Reálné naplnění strategických rozhodnutí nemůže být pouze záležitostí úředníků a zastupitelů, neobejde se bez zapojení široké veřejnosti, podnikatelů, místních škol či v daném regionu působících strategických monopolů (dodavatelé vody, energií). Strategie by se neměla stát jednorázovým, statickým dokumentem, je třeba ji chápat jako kontinuální proces vyhodnocování dosažených výsledků, působení vnějších vlivů a vnitřních možností, jako průběžné hledání příležitostí a eliminaci hrozeb. Je nutné soustavně sledovat situaci na trhu, nabízející se příležitosti, stejně jako hledat a získávat finanční zdroje pro rozvoj regionu (pro realizaci produktů i projektů). Důležité je, aby prostředky, které obce investují, byly zhodnocovány ke spokojenosti místních obyvatel a odrazily se v rostoucím zájmu návštěvníků, turistů, investorů. (1)

Regionální rozvoj představuje snahu vyváženého rozvoje státu nebo územního obvodu kraje, s tím související působnost správních jednotek a vytváření podmínek pro řízení a realizaci hospodářské a sociální soudržnosti. Podpora regionálního rozvoje je zaměřena např. na rozvoj podnikání, rozvoj lidských zdrojů a dalších opatření v oblasti trhu práce, rozvoj cestovního ruchu, zlepšování vybavení regionu infrastrukturou a zajištění dopravní obslužnosti, rozvoj sociálních služeb atd. (14)

3.4 Situační analýza

Situační analýza je podkladem a hlavním faktografickým materiálem

pro všechny další postupy procesu zpracování strategie rozvoje regionu. Používá se jako hlavní materiál pro další kroky zpracování dokumentu, vytýčení problémových oblastí, cílů a strategických směrů. Fakta a poznatky získané při zpracování situační analýzy mikroregionu jsou východiskem a hlavním podkladem pro zpracování SWOT analýzy. Posuzování oblasti mikroregionu by mělo být proto založeno na komplexním přístupu se zaměřením na jeho předešlý vývoj a aktuální situaci. (11)

Situační analýza hodnotí sledované území, a to hned z několika hledisek - hodnotí jeho polohu a přírodní podmínky, obyvatelstvo a osídlení, občanskou vybavenost, dopravu a technická infrastrukturu, ekonomiku, cestovní ruch a životní prostředí. (12)

Se situační analýzou souvisí marketingový výzkum, který je významný proto, že seskupuje údaje o zkoumaných subjektech v šetřeném území, které mají prostřednictvím analýzy výpovědní charakter. Marketingový výzkum poskytuje informace, které napomáhají marketingovým manažerům rozeznávat marketingové příležitosti a hrozby a současně na ně i reagovat. (Tull, Hawklins, 1990)

Novější definice o marketingovém výzkumu říká, že je to proces, který zahrnuje plánování, sběr a analýzu dat, která jsou relevantní pro marketingové rozhodování a komunikaci výsledků této analýzy řídicím pracovníkům. (McDaniel, Gates, 2002)

Marketingový výzkum je dlouhodobější prací, která kombinuje několik výzkumných metod, uplatňující náročnější postupy statistického zpracování, porovnávající a vyhodnocující výsledky získané z různých zdrojů a docházející k hlubším poznatkům a souvislostem. V literatuře se zmiňuje i o efektivním marketingovém výzkumu, který je procesem sestávajícím se z pěti kroků: definování problému a cíle výzkumu, sestavení plánu výzkumu, shromáždění informací, analýza informací a prezentace výsledků. Marketingový výzkum se rozlišuje na primární a sekundární výzkum. Během primárního výzkumu dochází k vlastnímu zjištění hodnot vlastností u zkoumaných jednotek, jde o tzv. sběr informací v terénu, který je prováděn realizátory nebo spolupracujícími institucemi. Sekundární marketingový výzkum znamená často dodatečné zpracování dat, která již dříve někdo nashromáždil a zpracoval je jako primární výzkum, nyní se převádí do statistických hodnot. (3)

Marketingový výzkum se člení na základní a aplikovaný výzkum. Aplikovaný

výzkum se většinou týká konkrétních situací a bývá realizován na objednávku určité organizace, základní výzkum se naopak zpravidla zabývá řešením teoretických problémů. Marketingový výzkum prováděný v terénu se dá členit na kvantitativní a kvalitativní výzkum. Kvantitativním výzkumem se zkoumají rozsáhlé soubory čítající stovky až tisíce dotazovaných, jeho cílem je číselně charakterizovat dostatečně velký vzorek a co nejvíce objektivním postupem zjistit názory lidí a popsat jejich chování. Mezi techniky kvantitativního výzkumu se řadí dotazování, pozorování a experiment. Nejčastější technikou kvantitativního a kvalitativního marketingového výzkumu je dotazování, které se provádí převážně pomocí dotazníků nebo záznamových archů a vhodně zvoleného kontaktu s dotazovanými. Tento kontakt pak může být osobní (z očí do očí při rozhovoru), telefonický (auditivní) a nebo písemný (poštou, faxem, elektroniky apod.). Pomocí dotazníků či ankety se provádí písemný kontakt. Správná formulace kladených otázek a struktura dotazníku je velice důležitá, jinak může dojít ke zpochybnění informací. Pro získání předběžné orientace v dané problematice a pro rychlé oslovení veřejnosti je vhodná anketa, kterou tvoří jedna či několik málo otázek souvisejících s určitým tématem. Během dotazování prostřednictvím ankety je dotazován velký počet lidí. Velkým nedostatkem ankety bývá tzv. samovýběr účastníků, ale i tak je anketa důležitá, protože napomáhá k navázání a upevňování vztahů se zákazníky nebo s veřejností. Osobní rozhovor (interview) je náročnější než písemné dotazování a nebo anketa. Oproti dotazníku tak lze oslovit ve stejném časovém úseku mnohem menší počet respondentů, protože je důležité získat dostatečný počet tazatelů, které je nutné vyškolit a zajistit, aby se s dotazovanými osobami setkali a aby s nimi zapředli potřebné rozhovory. K nevýhodám rozhovorů také patří podstatně menší míra anonymity dotazovaných. Naopak mezi výhody osobních rozhovorů řadíme jejich pružnost a přizpůsobivost, na dotazovaného lze také přímo působit, mírnit jeho ostych, vysvětlovat případné nejasnosti, konkretizovat předmět dotazování atd. (Foret, Procházka, Urbánek, 2003)

4. Vlastní výzkum a jeho vyhodnocení

4.1 Vymezení mikroregionu Úhlava

4.1.1 Geografické vymezení

Mikroregion Úhlava leží v západních Čechách, podle vymezení územních jednotek NUTS spadá do Jihozápadu, rozkládá se ve dvou okresech – Klatovy a Domažlice. Jeho jádro je tvořeno územním obvodem pověřeného úřadu Nýrsko, severovýchodní část mikroregionu (Strážovsko) spadá pod území pověřeného úřadu Klatovy a západní oblast (Všerubsko) patří pod území pověřeného úřadu Kdyně.

Od jeho založení byly členy sdružení městys Dešenice, obce Hamry a Chudenín a města Nýrsko a Strážov. V roce 2001 vstoupil dodatečně městys Všeruby a v roce 2006 město Janovice nad Úhlavou. (15)

Mikroregion sousedí na severozápadě s obcemi okresu Domažlice, na východní straně s ostatními obcemi klatovského okresu a jihozápadní hranici tvoří státní hranice se Spolkovou republikou Německo, respektive s Bavorskem (okres Cham).

Jelikož je jihozápadní část mikroregionu tvořena přirozenou bariérou pohoří Šumavy a zároveň státními hranicemi, významná spádovost oblasti patří k jihozápadním centrům vyššího řádu směrem od hranic do vnitrozemí. Velká část území je zároveň i nodálním regionem, jehož střediskem je město Nýrsko. Severovýchod mikroregionu má silné vazby směrem k Janovicům nad Úhlavou a dále pak na Klatovy. Všerubská oblast upřednostňuje spádovost k městu Kdyni a dále směrem k Domažlicím.

Nejdůležitější vazby oblasti se váží na okresní města Klatovy a Domažlice a také na západočeskou metropoli Plzeň. Mezi další významné vazby se řadí i vazby na města Sušice a Železnou Rudu a také na přilehlá bavorská města. Jihovýchodní část území spadá pod oblast Chráněné krajinné oblasti Šumava. (13)

Nejvyšším bodem mikroregionu je hraniční vrch Ostrý dosahující výšky 1280 m.n.m. a naopak nejnižší bod představuje hladina řeky Úhlavy u Bystřice nad Úhlavou cca 430 m.n.m. Z geomorfologického hlediska patří jižní část území do Šumavské subprovincie, které se dělí na Českoleskou podsoustavu a Šumavskou hornatinu. Tyto

oblasti se dále dělí na celky: Všerubská vrchovina, kam spadá podcelek Jezvinecká vrchovina; Šumava s podcelky Železnorudská hornatina a okrsek Královský hvozď; Šumavské podhůří s podcelkem Strážovská vrchovina. Ze severu zasahuje do území jižní část Poberounské subprovincie, která se člení na na oblast Plzeňské pahorkatiny, celek Švihovské vrchoviny, podcelek Klatovské kotliny a okrsek Janovického úvalu. Mikroregionem probíhá hlavní evropské rozvodí pomorí Severního a Černého moře. Převážná část území se zahrnuje do mírně teplé oblasti, jihozápadní část mikroregionu do chladných oblastí.(12)

4.1.2 Důvody vzniku

Mikroregion Úhlava byl založen 4.února 1999. Jednání zástupců obcí bylo iniciativou ke vzniku mikroregionu. Mezi důvody jeho založení patřilo usnadnění vzájemné spolupráce při řešení problémů týkajících se vybavenosti technickou a dopravní infrastrukturou, optimálního využití stávajících zdrojů, řešení nedostatku pracovních příležitostí a rozvoje cestovního ruchu. (15)

4.1.3 Cíle a strategie

Vizi mikroregionu je harmonicky rozvíjející se mikroregion, se zaměřením na cestovní ruch, malé a střední podnikání a extenzivní zemědělství, s rozvinutou občanskou společností a kvalitním životním prostředím. Pro naplnění vize je důležité zapojit všechny subjekty mikroregionu k dosažení určité synergie a zvýšení pravděpodobnosti dosažení této vize.

Prioritami strategie ekoregionu Úhlava jsou: hospodářský rozvoj, infrastruktura, lidské zdroje a rozvoj území.

Mezi cíle oblasti hospodářského rozvoje se řadí stabilizace a rozvoj průmyslové výroby (vytváření podmínek pro malou a střední výrobu, podpora zpracovatelského průmyslu v návaznosti na místní zemědělskou produkci, rozvoj infrastruktury pro nové investory), stabilizace a harmonizace zemědělské produkce (diverzifikace zemědělské výroby, rozvoj mimoprodukčních funkcí zemědělství, rozvoj služeb pro zemědělce)a využití potenciálu cestovního ruchu (koordinace poskytovatelů služeb v oblasti cestovního ruchu, podpora napojení na sousední rekreační centra, rozvoj infrastruktury

pro cestovní ruch, propagace cestovního ruchu v regionu).

Cíle z pohledu infrastruktury jsou optimalizace dopravní obslužnosti celého mikroregionu (koordinace a ekonomizace hromadné dopravy), rozvoj a harmonizace technické infrastruktury (rozšíření vodovodních a kanalizačních sítí, rozvoj plynofikace, využití obnovitelných zdrojů energie) a řešení odpadové problematiky (komplexní systém nakládání s odpady, ekologická osvěta obyvatel).

Stabilizace populace v mikroregionu (bytová výstavba, revitalizace bytového fondu, vytváření podmínek pro malé rodiny), rozvoj hmotné i nehmotné kultury a aktivit volného času (podpora kulturních a historických tradic regionu, rozvoj možností kulturního a sportovního vyžití, rozvoj a koordinace spolkového života) a zvýšení vzdělanosti v regionu (rozvoj vzdělanosti v návaznosti na potřeby regionu, rekvalifikace obyvatel a všeobecní zvýšení informovanosti) patří mezi cíle z oblasti lidských zdrojů.

A mezi cíle rozvoje území bylo zahrnuto zajištění kvalitního životního prostředí (ochrana krajiny a kvality půdy, podpora krajinnotvorné funkce zemědělství), šetrné a efektivní využití území (zvyšování atraktivity pro cestovní ruch, trvale udržitelné využití krajiny) a stabilizace periferních oblastí mikroregionu (zajištění dostupnosti služeb ve všech částech regionu). (13)

4.1.4 Profil mikroregionu

Mikroregion Úhlava je průmyslově zemědělskou oblastí s rozvíjejícím se terciálním sektorem. Leží v blízkosti pohoří Šumava a Národního parku Šumava, zasahuje do něj Chráněná krajinná oblast Šumava. Tyto faktory spolu s nezkaženým životním prostředím zvyšují zájem o tuto oblast a napomáhají tak rozvoji cestovního ruchu.

V území se nalézají vzdělávací subjekty základního stupně, mateřské školy, dům dětí a mládeže, základní škola umění. Zdravotnickou vybavenost představují zdravotnické středisko a další privátní ordinace obvodních lékařů či stomatologů. Kulturní zařízení se nacházejí téměř v každé obci. Sportovní činnosti mají v mikroregionu vysoké zastoupení, jen materiální základna se někdy nenachází v dobrém stavu. Ubytovací a stravovací zařízení mají hojná zastoupení. Dopravní a technická vybavenost není v některých místech regionu na dobré úrovni či zcela chybí.

4.1.5 Sociodemografická a ekonomická struktura

Část obcí již spolupracovala v minulých letech, a to ve Sdružení obcí Úhlava, ze kterého později vznikl mikroregion Úhlava.

Mikroregion Úhlava je periferní území s rozdrobenou sídelní strukturou, jeho přirozeným centrem je město Nýrsko, které se svojí rozlohou a hlavně počtem obyvatel (cca 60% obyvatel mikroregionu) označuje jako hlavní rozvojové sídlo s rozhodující koncentrací socioekonomických aktivit. Velká rozdrobenost sídelní struktury je dána historickým vývojem, který se přizpůsoboval členitosti a rozmanitosti reliéfu.

Tabulka č.1: Struktura sídel v mikroregionu Úhlava

Velikostní struktura sídel			
	Sídla		Obyvatelstvo
Velikost sídla	Počet	%	%
do 99	42	67,7	24,1
100 - 199	13	21,1	15,0
200 - 499	3	4,8	8,7
500 - 999	2	3,2	11,6
1000 - 1999	1	1,6	11,6
2000 - 4999	1	1,6	29,0

Zdroj: www.czso.cz, 2007

Urbanistická struktura sídel má převážně venkovský charakter, ve kterém je zachována dřívější struktura osídlení. Výjimku tvoří Nýrsko, jehož urbanistická struktura byla pozměněna výstavbou panelových domů a dalších objektů v 70. a 80. letech.

Tabulka č.2: Počet a struktura obyvatel k 31.12.2007

	Počet obyvatel				
	0-14 let	15-59 let	60-64 let	65 a více let	Celkem
Nýrsko	767	3 447	336	582	5 132
Dešenice	94	425	48	102	669
Hamry	7	81	11	11	110
Chudenín	112	463	36	53	664
Janovice n.Ú.	334	1 413	110	254	2 111
Strážov	193	813	111	213	1 330
Všeruby	131	552	53	88	824

Zdroj: www.risy.cz

V mikroregionu Úhlava žije 10 840 obyvatel. Míra registrované nezaměstnanosti území dosahuje 10,3 %. Přibližně 50 % ekonomicky aktivních obyvatel pracuje v průmyslu, cca 15 – 20 % v zemědělství a zbytek v terciálním sektoru. Přírozený přírůstek činí 35 obyvatel, saldo migrace říká, že se do mikroregionu přistěhovaly 44 lidé. (19)

Byty a bytová výstavba

Z celkové struktury bytového fondu na území celého mikroregionu převládají byty v rodinných domech. V Nýrsku je ve větší míře zastoupena výstavba bytových domů panelovou technologií. Počet trvale obydlených bytů v celém území činí 4 264, necelá pětina je ve vlastnictví obcí. Průměrné stáří bytového fondu činí 50 let, jeho kvalita je poměrně uspokojivá.

V současnosti převažuje poptávka po bydlení nad nabídkou, obce se proto snažily vystavět nové obecní byty. Touto situací je nejvíce ovlivněna mladá generace. Spolu s výstavbou nájemních bytů souvisí vytvoření nových pracovních míst, které je důležité pro udržení a přilákání mladých lidí do regionu. Tyto aktivity jsou velmi důležité pro celkový rozvoj mikroregionu.

Tabulka č.3: Vybrané druhy technické a občanské vybavenosti obcí mikroregionu Úhlava

	Nýrsko	Dešenice	Hamry	Chudenín	Janovice	Strážov	Všeruby
Pošta	ano	-	-	-	ano	-	ano
Veřejný vodovod	ano	ano	ano	ano	ano	ano	ano
Kanalizace s napojením na ČOV	ano	-	-	ano	ano	-	ano
Plynofikace obce	ano	ano	-	ano	ano	ano	ano
Skládka kom. odpadů	ano	-	-	ano	-	-	-
Hasičský záchranný sbor	-	-	-	-	ano	-	-
SDH obce	ano	ano	-	ano	ano	ano	ano
Obv. oddělení policie ČR	ano	-	-	-	-	-	-
Detasované pracoviště policie	-	-	-	ano	-	-	ano
Městská, obecní policie	ano	-	-	-	-	-	-

Zdroj: www.risy.cz, 2007

V Nýrsku je dostatečná technická vybavenost, ale o dalších dvou městech, Janovicích a Strážově, se to říci nedá, obec Chudenín se pyšní mnohem lepší vybaveností.

Tabulka č.4: Dopravní vybavenost obcí v mikroregionu Úhlava

	Nýrsko	Dešenice	Hamry	Chudenín	Janovice	Strážov	Všeruby
Zastávka dálkové linky	ano	ano	-	-	ano	-	-
Stanice (zastávka) vlaku	ano	ano	-	-	ano	-	-

Zdroj: www.risy.cz, 2007

Doprava není v mikroregionu dostatečná, často chybí železniční spojení, místní autobusové linky nejezdí příliš frekventovaně.

Turistické trasy a cyklotrasy v mikroregionu jsou napojeny na oblast Domažlic, SRN, Chráněné krajinné oblasti (CHKO) Šumava a do vnitrozemí.

Kultura a kulturní zařízení mají v mikroregionu své místo. Najde se zde 1 muzeum, 2 galerie, 6 veřejných knihoven a 15 ostatních kulturních zařízení. (19)

Ve zkoumaném území se nachází 2072 podnikatelských objektů, z nichž jsou ubytovací služby zastoupeny 28 hromadnými ubytovacími zařízeními. (17)

Mezi další služby, které se vyskytují v daném mikroregionu, patří školství, zdravotnictví a sociální služby. V Nýrsku se nachází 2 mateřské školy, 2 základní školy, 1 speciální škola, 1 základní umělecká škola, zdravotní středisko, lékárna a dům s pečovatelskou službou. V Janovicích nad Úhlavou je umístěna základní škola, mateřská škola, zdravotní středisko a lékárna. Ve Strážově se nalézá mateřská škola, základní škola a zdravotní středisko. V Chudeníně, Dešenicích a ve Všerubech se nachází mateřská a základní škola. (19)

4.2 Zpracování primárních dat

Pro zpracování primárních dat byl sestaven společný dotazník pro podnikatelské subjekty v mikroregionu a poté byly také zkonstruovány otázky pro osobní rozhovor se starosty obcí mikroregionu.

4.2.1 Řízený rozhovor se starosty

Cílem řízeného rozhovoru se starosty obcí mikroregionu Úhlava bylo získat odpovědi na 7 otázek týkajících se mikroregionu a jeho rozvoje a spolupráce mezi obcemi.

Největším problémem byla neochota ze strany představitelů obcí, kteří nechtěli odpovídat, protože takové dotazy jsou k nim směřovány velice často a navíc, kdyby měli odpovídat všem studentům na všechny jejich otázky, tak by ve svém zaměstnání již moc důležitých záležitostí nestihli. Někteří starostové byli ochotni odpovídat prostřednictvím e-mailu, což pro ně bylo rychlým, ale stručným vyřízením dotazů. Jiní zase upřednostnili osobní kontakt, ale také vše vzali velmi rychle.

Tajemník Městského úřadu Janovice nad Úhlavou prohlásil, že mikroregion Úhlava dnes již de facto neexistuje a že je jeho činnost utlumena. Dále sdělil, že mikroregion vznikl kdysi účelově pro snazší získávání dotací pro menší obce našeho regionu, v současné době jsou spolu s evropskými penězi možnosti získávání dotací trochu jiné a proto tato instituce ztratila prozatím téměř smysl.

Starostové obcí mikroregionu Úhlava se ve většině odpovědí na dané otázky shodli.

Otázka č.1: V čem je přínosné zapojení obce do mikroregionu?

Na 1. otázku starostové odpovídali, že členství v tomto mikroregionu jim přineslo přístup k novým informacím, větší možnosti dotací pro projekty obcí a jejich rozvoj, výměnu zkušeností v řešení podobných problémů.

Otázka č.2: Je obec ochotna svou spolupráci s ostatními v rámci mikroregionu posílit?

2. otázka znamenala jasnou odpověď pro všechny dotazované, že ano, že jsou schopni posílit svou spolupráci s ostatními obcemi mikroregionu.

Otázka č.3: Jaké jsou důvody?

Na 3. otázku se dostávalo odpovědí téměř totožných jako na 1. otázku, a to společné řešení problémů regionu, získání finančních prostředků na realizaci projektů, zvýšení možností cestovního ruchu.

Otázka č.4: Jaký potenciál pro sebe obec vidí v oblasti cestovního ruchu?

4. otázka nepřinesla shodné odpovědi. Města Strážov, Janovice nad Úhlavou a Nýrsko, městys Všeruby a obec Chudenín odpověděly, že pro sebe vidí veliký potenciál pro cestovní ruch, obce Chudenín spolu s městysem Dešenice až tak velký potenciál nevidí.

Otázka č.5: Co obci chybí, aby mohla cestovní ruch více rozvíjet?

Většina obcí se shodla, že je třeba usilovat o rozšíření ubytovacích a stravovacích možností v regionu a o zvýšení atraktivnosti oblasti v rámci nabídnutí dalších atraktivit pro cestovní ruch.

Otázka č.6: Na jaké problémy narážejí místní podnikatelé?

Na 6. otázku se dostalo odpovědí, že jde hlavně o časově omezenou poptávku po službách v cestovním ruchu (letní a zimní sezóna) a s tím související nedostatek atraktivit pro návštěvníky.

Otázka č.7: Co chybí občanům dané obce v oblasti nabídky komerčních služeb?

V největší z obcí mikroregionu, v Nýrsku, jsou občané s nabízenými službami celkem spokojeni, ale zřejmě by ještě měly vzniknout nějaké další kvalitní ubytovací a stravovací zařízení. Strážov a Janovice nad Úhlavou by potřebovaly další ubytovací a stravovací nabídky, jelikož se jich zde příliš nenachází, a samozřejmě i rozšířit nabídku maloobchodníků, např. i co se týče osobních služeb. V obcích Všeruby, Chudenín, Dešenice a Hamry nenajdou občané někdy ani základní služby a nebo opravdu jen v minimální míře, občanům zde chybí např. zlepšení maloobchodních služeb.

Tímto výzkumem se došlo k závěru, že členství v mikroregionu přineslo každé obci užitek, ať už menší či větší, nejvíce ve formě získání finančních prostředků pro realizaci různých projektů. Pro některé obce už mikroregion příliš důležitý není. Občané obcí by si přáli podle starostů zkvalitnění a rozšíření nabízených služeb. Potenciál pro cestovní ruch se v této oblasti jistě vyskytuje, ale musí se na něm ještě pracovat, aby bylo více nabídnout v sezoně i mimo ni.

4.2.2 Dotazníky u podnikatelů

Pro podnikatelské subjekty bylo nashromážděno 30 dotazníků. Každý dotazník se skládá z 21 otázek.

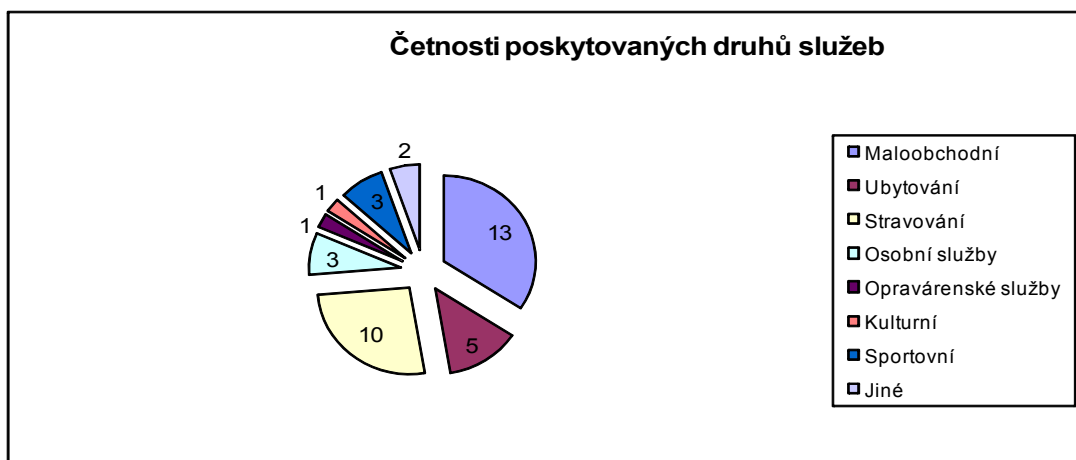
Cílem dotazníků bylo zjistit stav, kapacity a konkurenceschopnost poskytovatelů služeb v mikroregionu. Výsledky by měly pomoci při přípravě specifických nástrojů podpory, například ze strany samosprávy a dalších institucí a organizací, především na úrovni mikroregionu.

S dotazníky se muselo obejít různé podnikatele poskytující služby v daném mikroregionu a i tady se dalo setkat s odmítnutím vyplnit dotazník, jelikož některé otázky se týkaly finančních záležitostí podnikatelů.

Zpracování dotazníků:

1. Jaké služby svým zákazníkům poskytujete?

Graf č.1: Poskytované služby v mikroregionu Úhlava



Zdroj: vlastní výzkum

Nejvíce dotazovaných působí v maloobchodě (13), pak následují stravovací služby (10), ubytovací služby (5), osobní a sportovní služby (3), jiné služby (2) a nejméně se podíleli respondenti z kulturních a opravárenských služeb.

2. Jaký typ ubytování nabízíte?

Mezi pěti dotazovanými ubytovacími zařízeními se vyskytuje 1 kemp, 1 hotel, 2 penziony a 1 apartmány. Ubytovací služby tak tvoří šestinu dotazovaných subjektů.

3. Kolik lůžek/míst nabízíte?

Kemp nabízí 220 míst, z toho 120 lůžek v chatkách. Kapacita hotelu činí 45 lůžek. V penzionech se nachází 42 a 26 lůžek. A v apartmánech je možnost ubytovat se na 13 lůžkách.

4. Jakou formu stravování nabízíte?

Mezi 10 dotazovanými stravovacími zařízeními se objevují pouze 3 formy těchto zařízení, a to 6 restaurací, 1 cukrárna a 3 hostince.

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

Tabulka č.5: Využití kapacit podniků během jednotlivých čtvrtletích

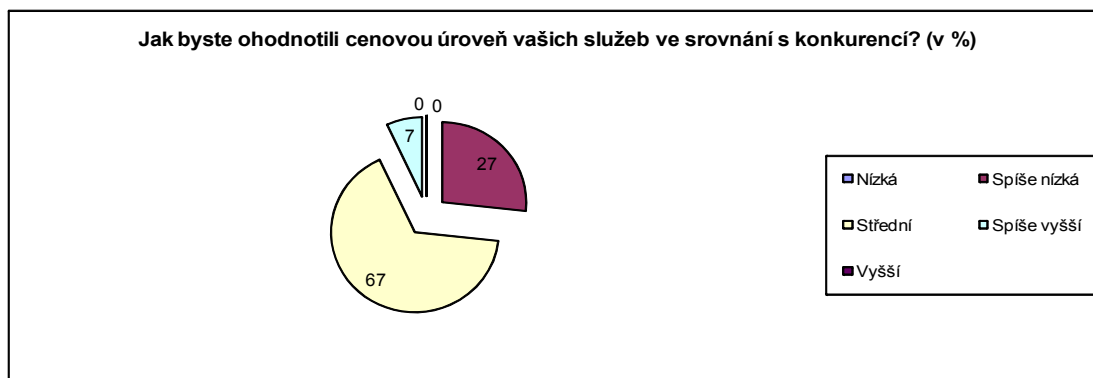
	Nedostatečné	Dostatečné	Maximální
Leden - Březen	30 %	60 %	10 %
Duben - Červen	0 %	70 %	30 %
Červenec - Září	0 %	30 %	70 %
Říjen - Prosinec	40 %	60 %	0 %

Zdroj: vlastní výzkum

V období leden – březen jsou kapacity zařízení maximálně využity z 10 %, tomuto faktu nahrává blízkost horského střediska, nejvíce jsou obsazeny dostatečně (60 %) a nedostatečně z 30 % a to v důsledku ne příliš příjemného počasí. Období duben – červen se vyjímá 70-ti procentní dostatečnou a 30-ti procentní maximální obsazeností, kdy počasí již více přeje cestovnímu ruchu a návštěvám ubytovacích zařízení. Příhodné měsíce k cestování, červenec – září, napomáhají až k 70-ti procentní maximální a 30-ti procentní dostatečné využitelnosti možných kapacit. Během října – prosince pak dochází k dostatečné (60 %) a nedostatečné (40 %) obsazenosti ubytovacích zařízení, kdy není příliš valný zájem o tyto služby, nepřeje jim podzimní počasí a téměř žádné kulturní a sportovní akce v mikroregionu a jeho okolí.

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

Graf č.2: Cenová úroveň poskytovaných služeb ve srovnání s konkurencí

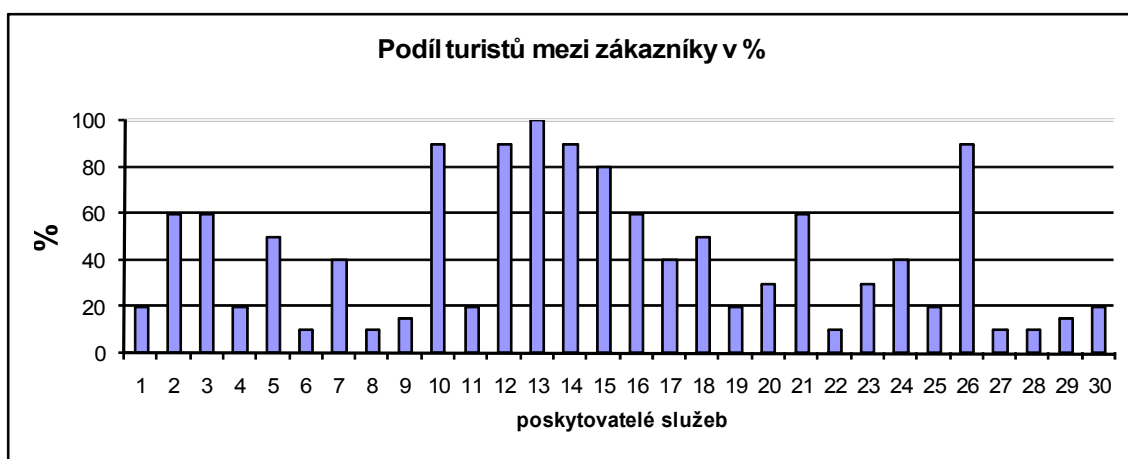


Zdroj: vlastní výzkum

V grafu č.2 jsou znázorněny názory, jak respondenti srovnávají cenovou úroveň jejich služeb s ostatní konkurencí. Z grafu je na první pohled zřejmé, že dotazovaní shledávají svoji cenovou úroveň stejnou jako konkurence (66,67%), poté následuje spíše nízké hodnocení (26,67%) cenové úrovně a nakonec 6,67% dotazovaných provozuje služby na spíše vyšší cenové úrovni než je konkurence, vědí, že si tyto ceny mohou dovolit a že u nich lidé budou stále nakupovat, protože se většinou jedná o služby denní potřeby. Nízká a vyšší cenová úroveň se zde podle respondentů nevyskytuje, je to zřejmě proto, že by se zde daný subjekt neužíval.

7. Jaký je podíl turistů mezi vašimi zákazníky?

Graf č. 3: Podíl turistů mezi zákazníky



Zdroj: vlastní výzkum

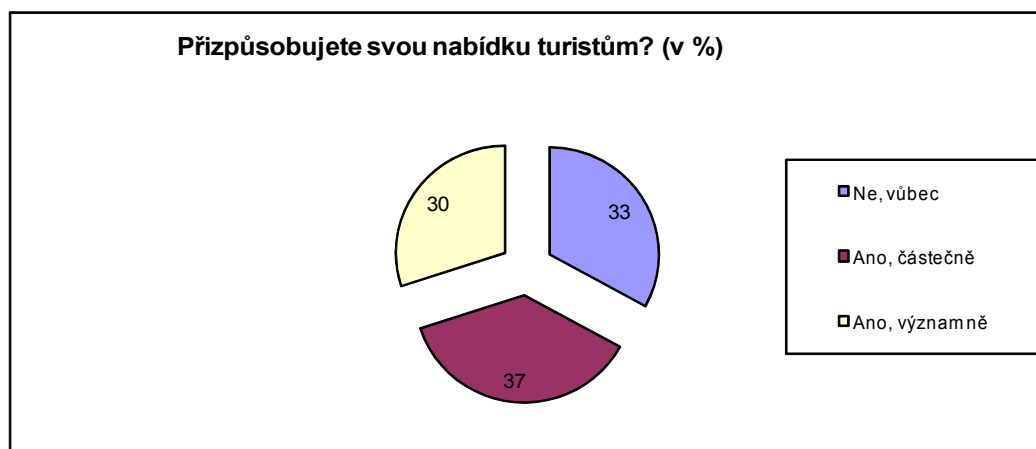
Podíl turistů mezi zákazníky je velice různý, u některých respondentů dosahují až 100% a u jiných na např. pouze 10%. Nejvýznamnější podíl turistů se objevuje u ubytovacích a stravovacích zařízení, nejmenší naopak u některých maloobchodů.

8. Je mezi nimi významný podíl turistů ze zahraničí?

Více než polovina dotazovaných subjektů nepovažuje podíl zahraničních turistů za významný, ale 47% respondentů je opačného názoru. Jelikož mikroregion sousedí se Spolkovou republikou Německo, je patřičné očekávat vysoký podíl turistů ze zahraničí, hlavně tedy ze sousední SRN.

9. Přizpůsobujete svou nabídku turistům?

Graf č.4: Přizpůsobení nabídky turistům

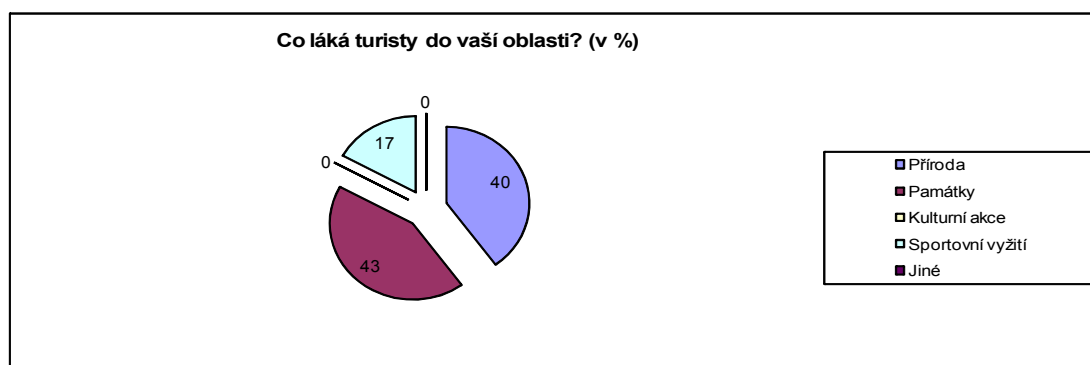


Zdroj: vlastní výzkum

Nejvíce odpovídali dotazovaní, že ano, částečně (37%), pak následovaly odpovědi ne, vůbec (33%) a ano, významně (30%). Po shrnutí výsledků je patrné, že celých 67% respondentů zohledňuje svoji nabídku pro turisty, a to proto, že patří mezi nezanedbatelnou část jejich zákazníků. 33% dotazovaných podniká, aniž by bralo ohled na turisty, je to z důvodu toho, že turisté tvoří přílišný podíl zákazníků.

10. Co podle vás láká turisty do vaší oblasti?

Graf č.5: Co láká turisty?



Zdroj: vlastní výzkum

Téměř polovina respondentů si myslí, že do jejich oblasti lákají turisty hlavně památky, kterých se zde nachází hojný počet, pak to je příroda (40%), napomáhá tomu

blízkost CHKO Šumava a Český les, a mezi neopomenutelná lákadla patří i sportovní vyžití, jelikož se v mikroregionu či v jeho okolí nachází různá sportovní zařízení či střediska. Kulturních ani jiných akcí se v okolí moc nekoná, proto zde nemají žádné zastoupení.

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

Graf č.6: Podporování turistů do oblasti mikroregionu



Zdroj: vlastní výzkum

Z dotazovaných subjektů se 47% domnívá, že by se další příliv turistů měl nadále podporovat, a to především obcemi a kraji, 43% je také kladného názoru, ale myslí si, že by se tak mělo dít především prostřednictvím podnikatelů, a 10% respondentů odmítá podporovat další příliv turistů. Pozitivní vztah vychází z velkého zastoupení zákazníků mezi turisty a také proto, že lidé chtějí, aby jejich oblast navštěvovali i ostatní, záporný vztah má zřejmě opačné názory.

12. Jste zapojeni do nějaké organizované formy spolupráce?

Všichni dotazovaní odpověděli na tuto otázku shodně, že ne, vůbec. Někdo by se tomu mohl divit, ale lidé v této oblasti zřejmě necítí potřebu být součástí nějaké spolupráce.

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

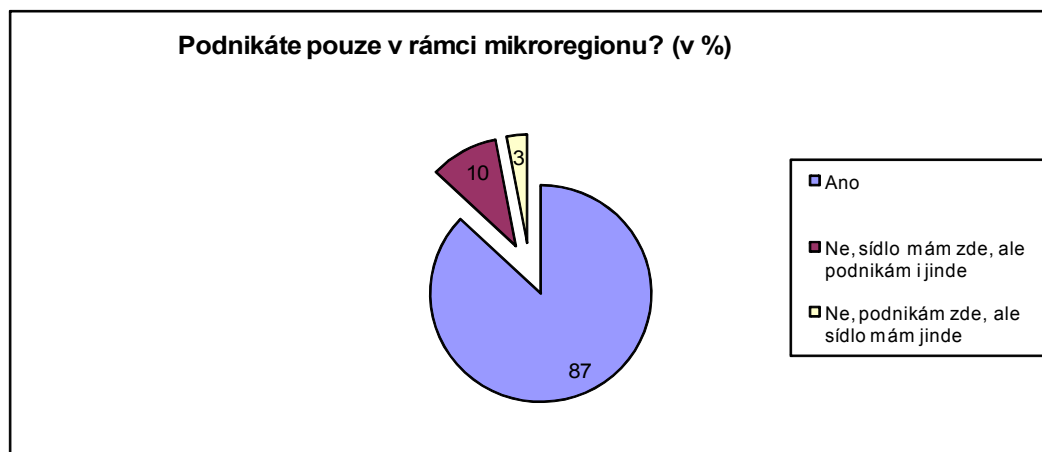
Drtivá většina dotazovaných (93%) odpovídá, že důvodem neúčasti na organizované spolupráci je nevědomost o její existenci, podnikatelé se příliš nezajímají o prohloubení jejich informovanosti, co se týče jejich podnikatelských možností. 7% respondentů k takovéto spolupráci nemá důvěru.

14. Jak hodnotíte přínosy uvedených forem spolupráce?

Jelikož se nikdo neúčastí na žádné formě spolupráce tohoto typu, není možné získat odpovědi na tuto otázku.

15. Podnikáte pouze v rámci tohoto mikroregionu?

Graf č.7: Podnikavost v mikroregionu i mimo něj



Zdroj: vlastní výzkum

Z grafu vyplývá, že 87% dotazovaných subjektů podniká pouze v tomto regionu, 10% dotazovaných sídlí v mikroregionu, ale podnikají i jinde a pouhá 3% respondentů odpovědělo, že podniká v tomto mikroregionu, ale sídlo jejich firmy se nachází jinde. Je zřejmé, že v této oblasti podniká většina podnikatelů, kteří zřejmě nemají dostatečné finanční prostředky, aby mohli rozšířit svoji působnost o další oblasti a nebo o další rozšiřování obchodní sítě nestojí, protože by s tím bylo spojeno více povinností a starostí.

16. Pracují ve vašem podniku i členové vaší rodiny?

Graf č.8: Účast členů rodiny v podnikání



Zdroj: vlastní výzkum

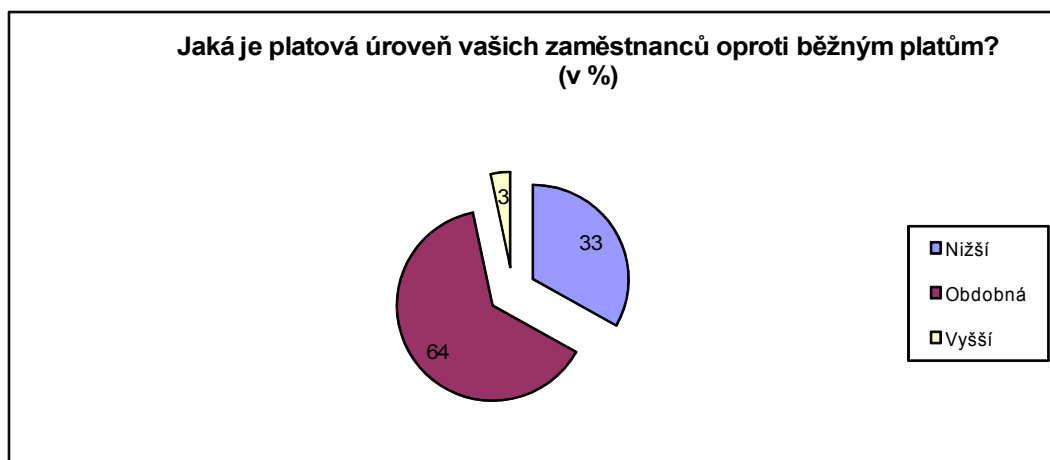
V podnicích více jak 2/3 dotazovaných nepracuje žádný rodinný příslušník, u 20% dotazovaných pracují rodinní příslušníci spolu s ostatními zaměstnanci a u 10% subjektů pracují pouze rodinní příslušníci. Toto rozvržení účasti členů rodiny v podniku je dáno tím, že se zde vyskytují specializované prodejny, ve kterých mohou pracovat lidé jen s určitou kvalifikací, či naopak se zde najdou i takové podniky, ve kterých je možné spolupracovat se členy rodiny, u kterých není nutné, aby měli potřebné znalosti pro účast na provozu podniku.

17. Kolik máte zaměstnanců?

Téměř všichni dotazovaní (93%) odpověděli, že u nich pracuje jen 1-5 zaměstnanců, pouze 7% podniků sdělilo, že mají 6-10 pracovníků. Z tohoto vyplývá, že zde najdeme převážně malé podniky, které jsou pro tuto oblast typické.

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

Graf č.9 : Platová úroveň zaměstnanců oproti běžným platům

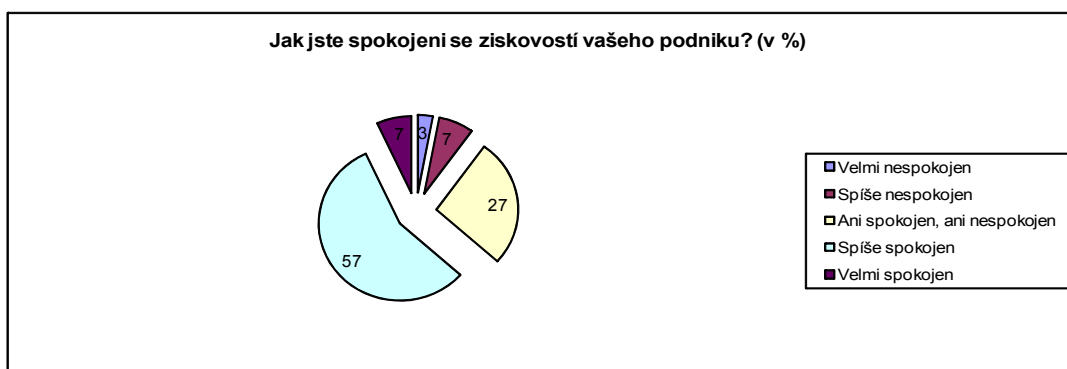


Zdroj: vlastní výzkum

Téměř 2/3 dotazovaných se domnívá, že svým zaměstnancům poskytuje obdobnou úroveň jako jsou běžné platy v daném odvětví. Třetina si myslí, že pracovníkům dává nižší platové ohodnocení a pouhá 3% podnikatelů odpovědělo, že svým zaměstnancům dopřává vyšší platové ohodnocení, než bývá. Nízké ohodnocení je způsobeno levnou pracovní silou, která sem přichází z východu. Ve většině dotazovaných subjektů však pracují místní obyvatelé, kteří dostávají úměrné ohodnocení vzhledem k běžným platům.

19. Jak jste spokojeni se ziskovostí svého podniku?

Graf č.10: Spokojenost se ziskovostí



Zdroj: vlastní výzkum

Do daného mikroregionu přijíždí také mnoho turistů a to zejména ze sousedního Německa. Tito pak občas velmi zvyšují ziskovost podniků. Velmi spokojeno je pouze 7% podnikatelů, spíše spokojeno je více jak polovina respondentů. 27% dotazovaných není spokojeno ani nespokojeno se svojí ziskovostí, spíše nespokojeno je 7% subjektů a velmi nespokojeni jsou jen 3% podnikatelů. Nízká ziskovost některých podniků je pravděpodobně zapříčiněna nedostatečnými či ne příliš kvalitními poskytovanými službami či nezájmem nakupujících o dané služby.

20. Vaše tržby za loňský hospodářský rok byly přibližně?

U 2/3 respondentů je jasné, že jejich tržby nepatří mezi závratné, ale i přesto jsou s nimi občas spokojeni. Je to například proto, že během loňského roku si teprve daný podnik zřídili či ho rekonstruovali, a tak v příštím roce očekávají lepší výsledky. Jiní si zase uvědomují blízkost státních hranic, která navádí k vyšším cenám, než je více ve vnitrozemí, a že může nabádat zákazníky ke koupi někde jinde, kde to pro ně bude výhodnější. Tržby do 5-ti milionů Kč se objevily u zbývajících třetiny dotazovaných subjektů. U nich je zřejmé, že jde o často využívané služby, za které jsou lidé ochotni zaplatit.

21. Umístění provozovny

Graf č.11: Umístění provozovny



Zdroj: vlastní výzkum

Polovina dotazníků byla vyplněna v největším a nejvýznamnějším sídle mikroregionu, v Nýrsku, kde se také nachází nejvíce poskytovatelů služeb. 13% dotazníků pochází ze Všerub. Po 10% dotazovaných provozoven je umístěno v Janovicích nad Úhlavou a ve Strážově. Dalších 7% dotazníků pochází z Chudenína a z Dešenic a poslední 3% byla vyplněna na Hamrech.

4.2.3 Vlastní pozorování v mikroregionu

Potenciál této oblasti je veliký. Mikroregion Úhlava se nachází v krásné pošumavské krajině, která přitahuje mnoho turistů, a to jak v letních, tak i v zimních měsících. Jelikož se zde nacházejí možnosti pro zimní i letní sporty, není v mikroregionu sezonnost výrazná.

Cestovnímu ruchu napomáhá také značná přeshraniční spolupráce s bavorskými sousedy, se kterými se pořádají různá setkání, sportovní, kulturní a církevní akce.

Z vlastního pozorování je vidět, že je třeba zdokonalit služby, a to jak základní, tak i doplňkové, které se stávají velice důležitými při rozhodování návštěvníků cestovního ruchu. V některých obcích se nachází např. jen prodejna s potravinami a ostatními základními potřebami. Většina obyvatel mikroregionu, zvláště obyvatelé poproduktivního věku, by uvítala, kdyby zde byly zřízeny další maloobchodní jednotky.

4.3 Zodpovězení hypotéz

1. V mikroregionu Úhlava není dostatečná dostupnost komerčních služeb pro obyvatele mikroregionu.

Tato hypotéza se potvrdila, dostupnost komerčních služeb pro obyvatele mikroregionu není dostatečná. Za určitými službami musí jezdit do vzdálenějších a větších sídel, jako jsou okresní města Klatovy, Domažlice či až do krajského města Plzeň.

2. Míra nezaměstnanosti v mikroregionu dosahuje nižších hodnot než v Jihočeském kraji.

Hypotéza byla vyvrácena, jelikož nezaměstnanost v mikroregionu dosahuje 10,3 % a v Jihočeském kraji se vyskytuje pouze 6,7 % nezaměstnaných obyvatel.(17)

3. Ve sledovaném území je převaha obyvatel v produktivním věku, následuje skupina obyvatel poproduktivního věku a nejméně se zde vyskytuje obyvatel předproduktivního věku.

Tato hypotéza byla z větší části vyvrácena. V mikroregionu Úhlava žije sice nejvíce obyvatel v produktivním věku (7899), ale pak následuje obyvatelstvo v předproduktivním věku (1638) a nejmenší zastoupení má zde skupina obyvatel v poproduktivním věku (1303).

4. Ve vlastnictví podniků v mikroregionu Úhlava mají největší zastoupení místní podniky.

Nalézá se zde sice několik velkých podniků, které patří pod cizí vlastnictví, ale hlavně v mikroregionu převažují podniky v místním vlastnictví.

5. Situační analýza mikroregionu Úhlava

V této části bakalářské práce se vychází z dokumentů mikroregionu, ze Situační analýzy mikroregionu Úhlava (12), ze Strategie mikroregionu Úhlava (13), z dotazníkového šetření podnikatelských subjektů, z řízených rozhovorů se starosty členských obcí a z vlastního pozorování.

5.1. Profil mikroregionu vzhledem k dané oblasti komerčních služeb

5.1.1 Nabídka se zaměřením na cestovní ruch

Ve zkoumaném území se nachází 2072 podnikatelských objektů, z nichž 640 se pohybuje v oblasti obchodu, prodeje a oprav motorových vozidel a spotřebního zboží a pohostinství, v ostatních obchodních službách se najde 284 podnikatelských subjektů. (19)

Ubytovací služby jsou zastoupeny 28 hromadnými ubytovacími zařízeními, z toho 8 hotely, 11 penziony, 2 apartmány, 3 horskými chatami, 2 kempy, školicím střediskem a farmou. Nejvíce jsou koncentrovány do oblasti Nýrska a Hamer, které leží v blízkosti zimních středisek. (17)

5.1.2 Poptávka

5.1.2.1 Místní obyvatelé

Komerční služby jsou v mikroregionu rozmístěny nerovnoměrně. Největší koncentrace služeb se nachází v centru území, v Nýrsku. Ale ani tady nejsou místní obyvatelé dostatečně spokojeni. Důvodem jejich nespokojenosti je nedostatek kvalitních služeb.

V menších obcích, jako jsou Hamry a Dešenice, se nenachází ani základní služba pro obyvatele, a to prodejna potravin. Musí proto dojíždět do okolních či vzdálenějších sídel.

5.1.2.2 Cestovní ruch

Oblast nabízí turistům dobré podmínky pro cestovní ruch. Mikroregion se rozkládá v šumavském podhůří, které má nedaleko k zimním sportovním střediskům. Dále zde turisty přitahuje CHKO Šumava, která nabízí i na části mikroregionu naučné stezky vedoucí se malebnou krajinou Pošumaví. Najde se zde několik cyklotras, které mají návaznost na další cyklotrasy v SRN, na Domažlicku a dále do oblasti CHKO Šumava a do vnitrozemí. Stojí zde i často navštěvovaná zřícenina hradu Pajrek. Dále je zde k vidění Bystřické panství, které se bohužel nenachází v dobrém stavu.

Mikroregion se angažuje i v přeshraniční spolupráci, prostřednictvím které se snaží seznámit obyvatele jak z české, tak i z německé strany s místními pamětihodnostmi a zajímavostmi a podnítit tak v nich zájem o cestovní ruch do daných lokalit, příkladem jsou např. každoročně konané slavnosti ve Všerubském průsmyku, kdy se pořádá česko-německý týden plný kulturních, sportovních a církevních akcí.

Spojení mezi Bavorskou a českou stranou je od roku 2008 realizováno speciálním turistickým autobusem, který jezdí od 15.5. do 31.10. kromě nedělí každý den. Provoz dotují společně Plzeňský kraj (200 000 Kč) s bavorskou stranou (500 000 Kč). Jízdní řád nabízí spoj Nýrsko - Arnbruck - Hamry - Nýrsko vedený českým autobusem a spoj Lam - Hamry - Arnbruck - Lam vedený firmou Regional Bus Ostbayern, provozovna Cham.

5.2. Ohodnocení jednotlivých faktorů

Využití krajiny

Území mikroregionu Úhlava je tvořeno poměrně rozmanitou krajinou s prvky blízkými původnímu složení. Podíl lesních ploch přesahuje 50 % rozlohy území (cca 10 tis. ha), jejich velká rozloha představuje cenné bohatství mikroregionu a spolu s pestrým reliéfem jsou velkým potenciálem v budoucím rozvoji území.

Podíl zemědělské půdy oproti níže položeným územím je nesrovnatelně menší, obhospodařované plochy nedosahují takových výnosů jako v oblastech s intenzivním zemědělstvím. Údržba a obhospodařování těchto lokalit je však důležitá pro zachování

stability krajiny. (13)

Podíl vodních ploch s porovnáním s předešlými plochami je nesrovnatelně menší. Přesto tvoří důležitou součást krajiny jak z hlediska jejich využití, tak tím, že jejich existence zvyšuje atraktivitu krajiny celého mikroregionu.

V současné době se ve sledovaném území žádné nerostné suroviny netěží, dříve se těžilo v Kdyňském – bazickém komplexu zasahujícím severovýchod regionu.

Využití krajiny zemědělskou, průmyslovou a jinou lidskou činností je limitováno existencí CHKO a CHOPAV (Chráněná oblast přirozené akumulace vod) Šumava. Přístup k jakémukoli přetváření současného stavu krajiny musí být pečlivě zvážen, neboť tvoří největší bohatství a atraktivitu regionu. (12)

Školství

Systém vzdělávací soustavy je v mikroregionu zastoupen jen úrovní mateřských a základních škol. Za vyšším stupněm vzdělání je nutno vyjíždět za hranice mikroregionu. Kapacita škol je plně dostačující. Problémem se jeví dopravní dostupnost do těchto zařízení z odlehlejších a izolovaných míst mikroregionu. Ohrožením dalšího fungování těchto zařízení by mohl být nepříznivý demografický vývoj s klesajícím počtem dětí.

Sledované území nedisponuje žádným školským zařízením středního a vyššího stupně. Největší počet studentů středních škol dojíždí do okresního města Klatovy, dále následuje Plzeň, Domažlice, Horažďovice a Sušice. Nedostatečná nabídka studijních i učňovských oborů v blízkém okolí mikroregionu spolu se špatnou dopravní obslužností vedou k nutnosti internátního ubytování studentů. Mladí a kvalifikovaní lidé ztrácejí vztah k mikroregionu a zvyšuje se jejich odliv. (12)

V Nýrsku existuje dům dětí a mládeže, který vyvíjí poměrně aktivní činnost při organizaci zájmových kroužků, jazykových kurzů a pomáhá při hlídání malých dětí v dopoledních hodinách.

Zdravotnictví

Území mikroregionu je pokryto základní sítí zdravotnických zařízení (obvodní lékař, dětský lékař, stomatolog). V Nýrsku byla zrušena nepřetržitá pohotovostní služba.

Velice důležitou roli v systému zdravotnictví v mikroregionu hraje existence rychlé záchranné služby, která byla zřízena Městským úřadem v Nýrsku.

Určitým problémem při poskytování zdravotních služeb obyvatelstvu je jejich špatná dopravní dostupnost z odlehlých sídel. Tato situace je částečně řešena existencí sanitních vozů privátních přepraveců, které jsou převážně využívány občany se sníženými zdravotními schopnostmi a které slouží k jejich přepravě do místních zdravotnických zařízení a dále pak do specializovaných pracovišť v centrech vyššího řádu. (12)

Nejužší vazby mikroregionu za vyššími lékařskými službami jsou vedeny na okresní města Klatovy s nemocnicí a poliklinikou a Domažlice s nemocnicí. Za vysoce specializovanými lékařskými službami je nutno dojíždět do Plzně, případně do Prahy.

Sociální péče

Jediným zařízením tohoto druhu v mikroregionu je Pečovatelská služba (zřízená Městským úřadem v Nýrsku). Starším občanům se dostává pomoci typu nákupů, dovozu obědů, úklidu, praní prádla atd. Zmíněná pečovatelská služba je také mobilní a tudíž je poskytována nejenom starším obyvatelům celého mikroregionu, ale i ostatním obcím (Železná Ruda). Většina ostatních potřebných sociálních zařízení je lokalizována v Klatovech a v Domažlicích.

V mikroregionu Úhlava je lokalizován Ústav sociální péče pro mentálně postiženou mládež s celoročním provozem a nadokresní spádovostí (Bystřice nad Úhlavou).

Kultura a sport

Kulturní zařízení tvoří z převážné většiny kulturní domy vybudované v minulém režimu, některé mají v současné době nevalný technický stav. Kulturní domy jsou v majetku obcí, které je buďto pronajímají nebo spravují sami.

Pro nízkou návštěvnost a z ní pramenící nerentabilita bylo zrušeno jediné kino v území mikroregionu Úhlava, v Nýrsku.

Pozitivem se jeví existence husté sítě obecních knihoven zahrnující i malá sídla.

Pro další kulturní vývoj dění v mikroregionu je nutná koordinace všech podílejících se subjektů a následná propagace jednotlivých akcí, čemuž napomáhá Informační centrum v Nýrsku a prezentace na internetu. (13)

Sportovní činnost ve vymezeném území se opírá o poměrně širokou členskou základnu s pestrou nabídkou druhů sportů. Problém lze spatřit v absenci nebo nevyhovujícím stavu materiálně technické základny. V celém mikroregionu jsou 3 malé a nevyhovující tělocvičny a jedna nově vybudovaná velká tělocvična. Zcela chybí zařízení sloužící k regeneraci, relaxaci a odpočinku (krytý bazén, sauna, posilovna, masáže). Nedostatek sportovišť se hlavně projevuje špatnou dostupností za sportovními aktivitami neorganizované veřejnosti.

Nejrozšířenějším sportem v mikroregionu je fotbal, dále zde existují oddíly národní házené, volejbalu, nohejbalu, tenisu, skiklubu, turistiky a cyklotriálu. (12)

Spolky a zájmové organizace

Činnost spolků a zájmových organizací v území je poměrně aktivní. Nejširší členskou základnu mají místní organizace hasičského sdružení, které jsou i v nejmenších obcích. Mezi spolky, které jsou určitým způsobem spjaté s přírodním prostředím, lze zahrnout svaz chovatelů, myslivců, rybářů, včelařů, turistů a zahrádkářů. Právě činnost mysliveckého sdružení se jeví jako důležitá vzhledem k rozmanitým přírodním podmínkám s hojným výskytem zvěře. V území mikroregionu je velmi aktivní MO rybářského svazu, který obhospodaruje místní revíry (několik chovných rybníků, pstruhové líhně, říční soustava – pstruhové pásmo na Úhlavě). (12)

Vzhledem k pestrým přírodním podmínkám mikroregionu je důležitá existence zmíněných subjektů pro další ochranu, údržbu a rozvoj krajinného prostředí a dále pro zvýšení zájmu o identitu celého území.

Mezi další činné organizace patří Český svaz červeného kříže a místní organizace Svazu invalidů. Dále se jedná o sportovní sdružení tělovýchovné jednoty a Sportovního klubu Okula Nýrsko.

Doprava

Hlavním dopravním uzlem v rámci mikroregionu je město Nýrsko, do kterého se sbíhá několik komunikací II. a III. třídy. Pro dopravní návaznost celého území je důležitá existence železniční tratě, která měla hlavně v nedávné minulosti významnou roli v rozvoji daného území. V posledních letech se však zvyšuje objem silniční přepravy na úkor železniční přepravy. Charakter a tvar silniční a železniční sítě je z velké míry ovlivněn stavbou reliéfu.

Hlavními silničními tahy jsou:

- silnice II. tř. č. 191 (Klatovy - Nýrsko – silniční hraniční přechod Svatá Kateřina)
- silnice II. tř. č. 190 (silniční hraniční přechod Všeruby – Nýrsko – Hojsova Stráž – Železná ruda)
- silnice II. tř. č. 171 (Janovice nad Úhlavou – Strážov – Běšiny)

Zmíněné komunikace napojují mikroregion na komunikace I. tř. č. 22 (Klatovy – Kdyně – Domažlice) a č. 27 (Klatovy – Železná Ruda).

Hustota stávající silniční sítě je z hlediska potřeb dostačující (určitým problémem se však jeví napojení Strážovska a Hamrů), její stav je však na některých úsecích v neodpovídající kvalitě. Členitost území a požadavky CHKO a CHOPAV Šumava (zákaz chemických posypů) podstatným způsobem ovlivňují (zvyšují) náklady na údržbu silnic.

Území mikroregionu je napojeno na silniční hraniční přechody – Svatá Kateřina (osobní automobilová doprava), Všeruby a Železná Ruda (osobní a nákladní automobilová doprava).

Území protíná železniční trať č. 183 (Plzeň – Přeštice – Klatovy – Nýrsko – Železná Ruda – Bayerisch Eisenstein). (12)

Technická infrastruktura

Hlavní elektrické vedení VVN 110 kV je vedeno od Klatov a napojeno do rozvodny Milence, která transformuje na 22 kV do jednotlivých větví. Z hlediska odborné působnosti a obhospodařování majetku rozvodných sítí a transformátorů je území pod působností rozvodného závodu ZČE Klatovy. Rozvodem elektrického vedení

jsou pokryta všechna sídla mikroregionu, vyjma odlehlých samot. Na jeho území se nachází 7 malých zdrojů elektrické energie, jedná se o malé vodní elektrárny z převážné většiny v soukromém vlastnictví, které však dodávají do rozvodné sítě nepatrné procento energie. (12)

Na rozvod plynu jsou napojena jen větší sídla mikroregionu nebo sídla s vhodnou lokalizací při plynovém vedení. Největší pokrytí mají sídla Nýrsko, Strážov a Dešenice.

Vodní zdroje

Mikroregion Úhlava spadá do správního území Povodí Vltavy v Praze, nachází se zde vodárenský tok Úhlava (1-10-03-088).

Kvalita a množství pitné vody v mikroregionu jsou dostatečné. Vodovodní sítě jsou vybudované ve většině sídel. Důležitou roli ve vodním hospodářství území má existence vodní nádrže Nýrsko na pitnou vodu. Z ní jsou částečně napájeny vodovodní rozvody některých sídel, ostatní mají své lokální zdroje, které jsou poměrně vydatné a kvalitní. Vodní nádrž má nadregionální význam, neboť zásobuje pitnou vodou některá větší města, např. Klatovy, Domažlice. (12)

Území disponuje velkým množstvím vodních zdrojů, proto je jeho část zařazena do Chráněné oblasti přirozené akumulace vod – CHOPAV Šumava.

Kanalizační síť je vybudována jen v některých sídlech (částech sídel) a její napojení na čistírnu odpadních vod není dostatečné.

Komunikační sítě, pokrytí signálem

Pokrytí telefonními linkami je v oblasti na dobré úrovni s výjimkou odlehlých sídel a samot. Signál ke komunikaci mobilních telefonů není dostatečně zajištěn v periferních polohách mikroregionu (Strážovsko, Hamry). Příjem televizního vysílání se poskytuje prostřednictvím satelitního digitálního přijímače.

Zemědělství a lesnictví

Zemědělství má pro mikroregion význam hlavně z hlediska zaměstnanosti a

zachování krajinné stability. Po transformaci však dochází k neustálému poklesu pracujících v primárním sektoru. Dříve v území hospodařily velké podniky státních statků, v současnosti je vlastnictví zemědělské půdy rozdrobené.

Živočišná výroba je v mikroregionu orientována na produkci masného skotu, dále omezeně na výrobu mléka a chov ovcí. Právě odchov masných plemen skotu pastevním způsobem je v důsledku podhorského rázu krajiny hlavním trendem orientace budoucího zemědělství ve sledovaném území. Z rostlinné výroby převažuje obilnářství, dále pěstování řepky, kukuřice a brambor.

Důležitým ekonomickým odvětvím vzhledem k rozsáhlým lesům je lesní hospodářství. Z dřevinné skladby dominuje monokultura smrku. Lesní hospodářství je důležité také pro obecní rozpočty, neboť cca 1/3 všech lesů je v majetku obcí. Dále je nutno zmínit aktivity místního rybářského svazu, které obhospodařují místní vodní plochy (produkce pstruhové násady krajského významu). (12) Mezi významné zemědělské subjekty v mikroregionu patří Agrikultur s.r.o., Agro Javor s.r.o., Farma Mona, Lesní spol. a.s. Královský hvozd, Lesy ČR, s. p.

Průmysl

Průmysl tvoří nejdůležitější část ekonomiky celého mikroregionu, hlavně z hlediska zaměstnanosti a tvorby kapitálu. Je v něm zaměstnáno cca 50% ekonomicky aktivního obyvatelstva. Stávající výrobní subjekty byly buďto zprivatizovány nebo nově vybudovány (hlavně výroby s německým či rakouským kapitálem). Při pohledu na strukturu vlastnických vztahů výrobních subjektů vyplývá, z cca 25 % z nich patří německým vlastníkům, ostatní výrobu ovládá tuzemský kapitál.

Největším a tradičním podnikem je Okula a.s. v Nýrsku, která zaměstnává až 550 zaměstnanců (výrobky z plastů, brýlové obruby, nástroje na zpracování plastů). Okula a.s. je ekonomický subjekt zaměstnávající největší počet pracujících v mikroregionu. Dalšími většími průmyslovými podniky jsou Kovodružstvo Strážov a dále pak podniky s německým či rakouským kapitálem, GÖTZ, Greiner PURtec, Dobler Metallbau, s.r.o., OLHO-Technik Czech, s.r.o. Ostatní průmyslové provozy jsou zejm. zaměřeny na drobnou elektrovýrobu a kovovýrobu, jež má v mikroregionu dlouholetou tradici. (12)

Cestovní ruch

Vzhledem k tomu, že mikroregion Úhlava je situován v oblasti Šumavské soustavy s atraktivními přírodními podmínkami, je rozvoj cestovního ruchu důležitou aktivitou pro celkový ekonomický rozvoj celého sledovaného území. (13)

Při rozlišení národnostní struktury turistů přijíždějících do mikroregionu se jedná z převážné většiny o tuzemskou klientelu, následuje německá klientela, jejíž existence je důležitá hlavně z ekonomického hlediska (rentabilnost luxusních hotelů a penzionů). V letní sezóně, oproti zimní, je vyšší podíl turistů z Nizozemí (karavany). Z hlediska délky pobytu převažuje v oblasti krátkodobá až střednědobá forma CR.

Celý mikroregion navazuje na obrovský komplex Šumavy a Černého lesa táhnoucím se jihovýchodním směrem při obou státních hranicích. Největší atraktivitou jsou rozsáhlé lesní porosty Šumavy s členitým reliéfem (pásmo Královského hvozdu s dominantou hory Ostrý, údolí Městišťského potoka s horskými bystřinami). Krajina je protkána řadou vodních toků protékajících poměrně strmými údolími. Tok řeky Úhlavy je páteří území, jejíž údolní niva se severním směrem rozšiřuje. Část mikroregionu spadá do Chráněné krajinné oblasti Šumava a vyskytují se zde další přírodní lokality chráněné státem. Dalším přírodním předpokladem pro přilákání turistů je hojný výskyt zvířeny a její druhová diverzita (lovná zvěř, pstruhový revír na Úhlavě), dále velké množství rybníků určených především pro chov ryb, ale i pro rekreaci.

Mezi kulturně historické atraktivity se řadí zřícenina hradu Pajrek, vodní hamr – Městiště, lesní divadlo – Nýrsko, zámek Bystřice nad Úhlavou, stará továrna na zpracování dřeva – Hamry, renesanční tvrz – Opálka, původní pohorská zástavba – Strážov, velké množství kaplí a kostelů, existence enklávy židovského náboženství (židovské hřbitovy) – Strážov, Nýrsko, tradice paličkování strážovské krajky, vazby na kulturně historické památky na bavorské straně aj.

Po roce 1989 došlo k rozvoji služeb v soukromém vlastnictví.

V mikroregionu je poměrně velký počet objektů individuální rekreace, některá sídla (Hamry) mají až dvoutřetinový podíl objektů využívaných k rekreaci oproti trvale obydleným. Další budovy jsou pro rekreační účely využívány, aniž by byla takto uváděna ve statistice. Přeměna obytných objektů na rekreační vede k udržení určité funkčnosti těchto budov a sídel, kterým by jinak hrozil zánik. Dalším pozitivem

chalupaření je transport finančních prostředků do regionu. (12)

Vybrané atraktivita a objekty využívané cestovním ruchem: autokemp s koupalištěm – Nýrsko, Strážov; sjezdovka s umělým povrchem a vlekem – Nýrsko, cyklotrasy, naučná stezka, střelnice - Skelná Huť, penziony a hotely – Kohout, Koruna, Prenet, Radnice, Bílá strž, atd.

5.5. SWOT analýza mikroregionu Úhlava

Z dotazníkového šetření na obecních úřadech v mikroregionu a se strategických dokumentů mikroregionu byla v letech 2000 – 2001 vypracována SWOT analýza, která mapuje hospodářský rozvoj, infrastrukturu, lidské zdroje a rozvoj mikroregionu Úhlava. Ze zkoumaných faktorů byla sestavena následující SWOT analýza:

Silné stránky:

- atraktivita celé oblasti s výbornými lokalizačními předpoklady pro cestovní ruch
- pestrost geologické stavby
- ochrana, údržba a rozvoj krajinného prostředí
- kvalita a množství pitné vody v mikroregionu jsou dostatečné
- ovzduší není příliš zatížené znečišťujícími látkami
- rozvoj plynofikace,
- zřízení informačního centra
- velký počet objektů individuální rekreace
- území mikroregionu je napojeno na 3 silniční hraniční přechody a 1 pěší
- budování prostor klubového charakteru
- dostatečné rozmístění existujících lékařských zařízení v mikroregionu
- sociální péče o seniory a její další prohlubování

Slabé stránky:

- periferní lokalizace mikroregionu v rámci ČR

- nedostatečná propagace území a konaných akcí
- špatná dopravní dostupnost z odlehlých míst mikroregionu
- nízká četnost a nenávaznost dopravních spojů
- nižší stupeň vzdělanosti obyvatelstva
- vysoká zaměstnanost v zemědělství na úkor zaměstnanosti v terciálním sektoru
- nízký stupeň organizovanosti podnikatelského sektoru
- nedostatečná nabídka služeb
- neexistence školského zařízení středního a vyššího stupně
- nedostatečná kanalizační síť

Příležitosti:

- další rozvoj přeshraniční spolupráce v rámci vzdělávání, kulturních, sportovních a církevních akcí
- zintenzivnění vzájemné spolupráce a koordinace všech aktivit subjektů vzdělávacího procesu
- oživení kulturních tradic a místního folklóru
- rozvoj turistiky, cykloturistiky a vodáctví
- rozvoj agroturistiky
- propojení informačních a komunikačních struktur v cestovním ruchu
- rozvoj venkovských sídel
- zvýšení úrovně mikroregionu

Ohrožení:

- nedostatky v koordinaci a realizaci kulturních a společenských akcí
- zhoršená kvalita kulturních a sportovních zařízení
- odliv obyvatel kvůli vysoké nezaměstnanosti
- neexistence domova důchodců v období zvyšujícího se počtu obyvatel poproduktivního věku

- stav místních komunikací není ve všech úsecích mikroregionu v odpovídající kvalitě
- nárůst individuální automobilové dopravy se projevuje negativním působením na životní prostředí
- likvidace komunálního odpadu v odlehlých sídlech a oblastech mikroregionu

6. Vymezení předpokladů rozvoje komerčních služeb v mikroregionu Úhlava

6.1. Úloha mikroregionu v rozvoji služeb

Mikroregion je rozdroben do mnoha malých, většinou venkovských sídel, což se jeví jako problematické pro další rozvíjení komerčních služeb, zvláště v odlehlých oblastech území, kde je i zhoršená dopravní infrastruktura. Mikroregion schraňuje finanční prostředky v rámci programu rozvoje venkova či z evropských fondů pro rozvoj území, rozšíření a zkvalitnění služeb.

V mikroregionu musí být vytvořena komplexní nabídka, která může být návštěvníkům předkládána jako celek (ná vaznost přírodních atraktivit, cyklotras s již existujícími trasami v Bavorsku a v ostatních částech Šumavy, ubytování, stravování, sportovních a kulturních aktivit atd.).

Jako priorita do budoucna je nutné zapojit stávající subjekty hlouběji do vzájemné spolupráce při řešení různých aktivit v mikroregionu.

6.2. Možnosti rozvoje cestovního ruchu

Rozvoj cestovního ruchu je důležitou aktivitou pro celkový ekonomický rozvoj celého sledovaného území.

Atraktivitu území zvyšuje velká vzdálenost od znečišťovatelů životního prostředí a tudíž nenarušená kvalita lesů, vod a ovzduší. Lesní porosty Šumavy s členitým reliéfem nabádají k turistice a cykloturistice, projektují se stále nové cyklotrasy a naučné stezky. Mikroregion se snaží o to, aby se zde rozvíjely i méně obvyklé formy cestovního ruchu, jako je agroturistika, církevní cestovní ruch či hipoturistika. Rozvoj hipoturistiky je podnícen nově zbudovanou hipostezkou, která prochází územím mikroregionu, její napojení je na hipostezky v Jihočeském kraji.

Pro zvýšení atraktivnosti celé oblasti a následné přilákání turistů je nutné posílit stávající, navázat na zpretrhané a vytvořit nové kulturní tradice (vytvoření muzea, rekonstrukce historických objektů, založení tradic kulturních festivalů a sportovních

akcí atd.).

Kvůli nízké návštěvnosti některých kulturních akcí je nutno vybudovat, či zrekonstruovat prostory klubového charakteru pro lepší účelné využití. Takto upravené objekty by dále mohly sloužit k pořádání různých galerií, výstav a akcí sloužících k prezentaci regionu a tím zvýšit atraktivnost oblasti pro cestovní ruch. Právě oživení kulturních tradic a místního folklóru je nutno brát jako pozitivní potenciál pro rozvoj a prezentaci mikroregionu (obnova paličkování Strážovské krajky, existence tradic židovského obyvatelstva, zlatá stezka, stříbrné doly).

V souvislosti s očekávaným rozvojem cestovního ruchu je nutno vybudovat kvalitní sportoviště s odpovídajícím zázemím, dále také hotel nebo penzion s větší kapacitou (možnost ubytování autobusových zájezdů) a dále ekonomicky nenáročné ubytování typu turistické ubytovny.

7. Závěr

Cílem bakalářské práce bylo zkoumat předpoklady rozvoje komerčních služeb ve vybrané oblasti ekoregionu Úhlava. Cíl práce představoval zaměření na komerční služby v mikroregionu, provedení situační analýzy sledovaného území dle metodiky Ústavu územního rozvoje, s vymezením předpokladů rozvoje komerčních služeb ve zkoumaném mikroregionu.

Důvodem založení mikroregionu bylo usnadnění vzájemné spolupráce obcí při řešení problémů týkajících se vybavenosti technickou a dopravní infrastrukturou, optimálního využití stávajících zdrojů pro rozvoj obcí, řešení nedostatku pracovních příležitostí atd.

Je to území, které je dobře napojené na hlavní silniční a železniční síť, s přímými vazbami na okresní město Klatovy a sousední Bavorsko a s výborným potenciálem pro rozvoj cestovního ruchu. Jedná se o poměrně kompaktní region se silnou spádovostí do centra oblasti – Nýrska. Celé území má poměrně příznivou demografickou strukturu obyvatelstva. Jeho silnou stránkou je zachovalé a ekologicky málo narušené přírodní prostředí, což je dáno tím, že mikroregion je součástí pohoří Šumava. V mikroregionu je oproti republikovému průměru vyšší zaměstnanost v primárním a v sekundárním sektoru a dále nízký podíl středoškolsky a vysokoškolsky vzdělaného obyvatelstva. V celém území je nedostatek volných bytů, které jsou důležité zejm. pro udržení mladého obyvatelstva a v současné době nedochází k zahájení výstavby bytů spolufinancovaných ze státních a obecních finančních prostředků. Některé oblasti mikroregionu jsou nedostatečně vybavené technickou infrastrukturou.

Z celkového hodnocení mikroregionu a jeho budoucího rozvoje vyplývá, že se jedná o prosperující mikroregion postavený na hospodářské síle Nýrska a vysokém potenciálu území v cestovním ruchu, který mikroregion hodlá dále rozvíjet. Napomáhá tomu i blízkost státních hranic se Spolkovou republikou Německo, která přejí nadnárodními vztahům a z nich vzniklých přeshraničních projektů, které přispívají k atraktivitě území.

Hlavními rozvojovými prioritami se jeví jako oprávněné zaměření rozvoje území na vytvoření nových pracovních míst, zlepšení stavu občanské vybavenosti, dopravní a

technické infrastruktury, zvýšení počtu vysoce kvalifikovaných lidí a odpovídajících pracovních příležitostí a rozvoj cestovního ruchu spojený s efektivním využíváním a ochranou zejm. přírodního potenciálu.

8. Summary

This bachelor thesis is aimed at describing the assumptions of commercial services development in a chosen area ecoregion Úhlava.

Microregion is situated in peripheral region of Czech Republic, in the South-West Bohemian near the Bohemian Forest which makes this territory attractive. Because a part of microregion lies in a protected landscape area there is a big natural wealth.

The reason of establishment of the microregion Úhlava was to facilitate cooperation of municipalities in solving problems with traffic and technical facilities, development of country seats, absence of job opportunities etc.

The region is industrial - agricultural area. In this sector more than a half inhabitants work at the expense of tertiary sector. A part of population has to move out from the microregion into greater cities of urban district or in Germany because there is high unemployment.

In this area there are deficient services and in some villages there aren't even basic services. People often have to go to cities of high level when they want to use some services.

A centre of microregion is the largest town Nýrsko, in which lives almost a half of population of searching area. There is situated a health centre, primary schools, a few restaurants and hotels, a museum, a forest theater, a swimming pool, ski slope and other facilities.

It results from this research that microregion has many assumptions in development of tourism, because there is unpolluted environment, many offers for summer sports – outdoor (cyclotourism, hiking, touring by water, rural tourism and newly hippotourism) and indoor (but some sports grounds have to be restored); and for winter sports, because microregion lies not far from winter resorts. Proximity to Germany helps to connect contacts, create collective projects and set up cultural, sports and church meetings with Germans.

9. Použitá literatura

1. FORET, M., FORETOVÁ, V. *Jak rozvíjet místní cestovní ruch*. Praha: Grada Publishing, 2001. ISBN 80-247-0207-7
2. FORET, M., PROCHÁZKA, P., URBÁNEK, T. *Marketing – základy a principy*. Brno: Computer Press, 2003. ISBN 80-7226-888-0
3. FORET, M., STÁVKOVÁ, J. *Marketingový výzkum: Jak poznávat své zákazníky*. Praha: Grada Publishing, 2003. ISBN 80-247-0385-8
4. HESKOVÁ, M. a kol.: *Cestovní ruch pro vyšší odborné a vysoké školy*. Praha: Fortuna, 2006. ISBN 80-7168-948-3
5. KADERÁBKOVÁ, J., TRHLÍNOVÁ, K. Z. *Region a regionální vědy*. Praha: Vysoká škola finanční a správní, o. p. s., 2008. ISBN 9788074080098
6. KOTLER, P., ARMSTRONG, G.: *Marketing*. Praha: Grada Publishing, 2004. ISBN 80-247-0513-3
7. MCDANIEL, C., GATES, R. *Marketingový výzkum: Dopad internetu*. South-Western, 2002. ISSN 978-0-470-13198-5
8. ORIEŠKA, J. *Technika služeb cestovního ruchu*. Praha: Idea Servis, 1996. ISBN 80-85970-27-9
9. TULL, D. S., HAWKLINS, D. I. *Marketingový výzkum*. New York: Macmillan Publishing Company, 1990. ISBN 0263-4503
10. VAŠTÍKOVÁ, M. *Marketing služeb – efektivně a moderně*. Praha: Grada Publishing, 2008. ISBN 978-80-247-2721-9
11. VLK, J. a kol. *Metodická příručka pro zpracování strategických rozvojových dokumentů mikroregionů*. Brno: Ústav územního rozvoje, 2004.

Brožury:

12. ZELENKA, R., HEJZEK, M. *Situační analýza mikroregionu Úhlava*. Regionální rozvojová agentura Západní Čechy, o.p.s., Centrum pro komunitní práci západní Čechy, 1999.

13. ZELENKA, R., HEJZEK, M. *Strategie mikroregionu Úhlava*. Regionální rozvojová agentura Západní Čechy, o.p.s., Centrum pro komunitní práci západní Čechy, 1999.

Internetové zdroje:

14. <http://svs.cns.eu>, 15. 2. 2009

15. <http://www.ekoregion-uhlava.cz>, 19. 2. 2009

16. <http://ec.europa.eu>, 28. 2. 2009

17. <http://www.czso.cz>, 15. 3. 2009

18. <http://www.businessinfo.cz>, 18. 3. 2009

19. <http://www.risy.cz>, 30. 3. 2009

10. Seznam grafů a tabulek

Seznam grafů

- Graf č.1: Poskytované služby v mikroregionu Úhlava
- Graf č.2: Cenová úroveň poskytovaných služeb ve srovnání s konkurencí
- Graf č. 3: Podíl turistů mezi zákazníky
- Graf č.4: Přizpůsobení nabídky turistům
- Graf č.5: Co láká turisty?
- Graf č.6: Podporování turistů do oblasti mikroregionu
- Graf č.7: Podnikavost v mikroregionu i mimo něj
- Graf č.8: Účast členů rodiny v podnikání
- Graf č.9 : Platová úroveň zaměstnanců oproti běžným platům
- Graf č.10: Spokojenost se ziskovostí
- Graf č.11: Umístění provozovny

Seznam tabulek

- Tabulka č.1: Struktura sídel v mikroregionu Úhlava
- Tabulka č.2: Počet a struktura obyvatel k 31.12.2007
- Tabulka č.3: Vybrané druhy technické a občanské vybavenosti obcí mikroregionu
Úhlava
- Tabulka č.4: Dopravní vybavenost obcí v mikroregionu Úhlava
- Tabulka č.5: Využití kapacit podniků během jednotlivých čtvrtletích

11. Přílohy

Příloha č.1: Mapa mikroregionu Úhlava



Příloha č.2: Dotazník pro podnikatelské subjekty

Dotazník – podnikatelské subjekty poskytující komerční služby

Dobrý den, jmenuji se Veronika Mikušová, jsem studentkou Ekonomické fakulty Jihočeské univerzity v Českých Budějovicích a zpracovávám svou bakalářskou práci na téma „Předpoklady rozvoje komerčních služeb ve vybrané oblasti ekoregionu Úhlava“.

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

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

1. Jaké služby svým zákazníkům poskytujete? *(Ize 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
- ☐ Motocest
- ☐ 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 – Září: | ☐ 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 19) ☐ 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)
