



Ekonomická
fakulta
Faculty
of Economics

Jihočeská univerzita
v Českých Budějovicích
University of South Bohemia
in České Budějovice

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

Bakalářská práce

Plán rozvoje obce (do 500 obyvatel)

Vypracovala: Monika Blafková
Vedoucí práce: Ing. Arch. Martin Jirovský Ph.D.

České Budějovice 2016

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Monika BLAFKOVÁ**
Osobní číslo: **E13183**
Studijní program: **B6208 Ekonomika a management**
Studijní obor: **Obchodní podnikání**
Název tématu: **Plán rozvoje obce (do 500 obyvatel)**
Zadávající katedra: **Katedra obchodu a cestovního ruchu**

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

Cíl práce:

Cílem práce je najít srozumitelné, jednoduché a přenositelné mechanismy pro zlepšení nabídky informačního servisu nejmenších obcí.

Metodický postup:

1. Studium odborné literatury
2. Analýza současného stavu (socioekonomie, demografie, přírodní a kulturní potenciál, rozpočtová kázeň obcí a struktura výdajů)
3. Stanovení problémových okruhů (lidské zdroje, přírodní a kulturní nabídka, zdraví obce, apod.)
4. Návrh jednotlivých opatření
5. Rozpracování vybraných opatření

Rámcová osnova:

1. Úvod. 2. Literární rešerše. 3. Cíle a metody. 4. Analýza a syntéza poznatků z vlastního zkoumání. 5. Vlastní návrhy. 6. Závěr. 7. Seznam literatury. 8. Přílohy.

Rozsah pracovní zprávy: 40 - 50 stran

Forma zpracování bakalářské práce: tištěná

Seznam odborné literatury:

- Blažek, B. (2004). *Venkovy: anamnéza, diagnóza, terapie*. Era
Cílek, V. (2007). *Krajiny vnitřní a vnější. Dokořán*
Harasimová, S. (2009). *Marketing ve veřejné správě*. Opava, OPTIS
Jakubíková, D. (2013). *Strategický marketing*. Praha: Grada
Kašparová, L. & Půček, M. a kol. (2009). *Kohezní politika: Osídlení v České republice. Partnerství měst a venkova*. Brno. Ústav územního rozvoje a Praha. Ministerstvo pro místní rozvoj
Kotler, P. & Trias de Bes, F. (2005). *Inovativní marketing*. Praha, Grada
Maier, K. a kol. (2012). *Udržitelný rozvoj území*. Praha, Grada
Obec - orgán územního plánování. (2002), Brno. Ústav územního rozvoje a Praha. Ministerstvo pro místní rozvoj.
Palatková, M. & Zichová, J. (20011). *Ekonomika turismu*. Praha. Grada
Svaz měst a obcí ČR, Příručka pro člena zastupitelstva obce, MMR

Vedoucí bakalářské práce:

Ing. arch. Martin Jirovský, Ph.D.

Katedra obchodu a cestovního ruchu

Datum zadání bakalářské práce: 16. ledna 2015

Termín odevzdání bakalářské práce: 30. dubna 2016


doc. Ing. Ladislav Rolínek, Ph.D.
děkan

JIHOČESKÁ UNIVERZITA
V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH
EKONOMICKÁ FAKULTA
Studentská 13 (28)
370 05 České Budějovice


Ing. Viktor VOJTKO, Ph.D.
vedoucí katedry

V Českých Budějovicích dne 6. března 2015

Prohlášení

Prohlašuji, že svoji bakalářskou práci jsem vypracovala samostatně pouze s použitím pramenů a literatury uvedených v seznamu citované literatury.

Prohlašuji, že v souladu s § 47 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, a to se zachováním mého autorského práva k odevzdanému textu této kvalifikační práce. Souhlasím dále s tím, aby toutéž elektronickou cestou byly v souladu s uvedeným ustanovením zákona č. 111/1998 Sb. zveřejněny posudky školitele a oponentů práce i záznam o průběhu a výsledku obhajoby kvalifikační práce. Rovněž souhlasím s porovnáním textu mé kvalifikační práce s databází kvalifikačních prací Theses.cz provozovanou Národním registrem vysokoškolských kvalifikačních prací a systémem na odhalování plagiátů.

V Českých Budějovicích dne 15. 4. 2016

.....

Monika Blafková

Poděkování

Tímto bych chtěla poděkovat vedoucímu své bakalářské práce Ing. arch. Martinu Jirovskému, Ph.D. za vstřícnost, cenné rady a odborné vedení při zpracovávání práce.

Dále děkuji starostům sledovaných obcí, kteří mi poskytli důležité informace pro tuto práci, a rovněž všem respondentům za ochotu a vyčerpávající odpovědi.

Obsah

1. Úvod	3
2. Literární rešerše	4
2.1. Obec	4
2.1.1. Členění obcí	6
2.1.2. Venkovská obec	6
2.2. Orgány obce	7
2.2.1. Zastupitelstvo	7
2.2.2. Starosta	7
2.3. Rozpočet obce	8
2.3.1. Příjmy a výdaje	8
2.3.2. Výsledek hospodaření	9
2.3.3. Cizí zdroje a zadluženost	9
2.4. Marketing	10
2.4.1. Strategický marketing	11
2.4.2. Marketingový mix	11
2.4.3. Marketingová komunikace	12
2.4.4. Marketingový výzkum	15
3. Cíle a metody	17
3.1. Cíle	17
3.2. Metodický postup	17
3.3. Hypotézy	19
4. Analýza a syntéza poznatků z vlastního zkoumání	20
4.1. Analýza na základě sekundárních dat	20
4.1.1. Socioekonomická analýza	20
4.1.2. Analýza hospodaření	28
4.1.3. Historie, kulturní a přírodní atraktivita	31
4.1.4. Pořadí obcí na základě vyhodnocení sekundárních dat	32
4.2. Analýza na základě primárních dat	33
4.2.1. Osobní výzkum	33
4.2.2. Dotazníkové šetření	35
4.2.3. Pořadí obcí na základě vyhodnocení primárních dat	38
4.3. Celkové vyhodnocení výsledků	39
4.3.1. Faktory úspěchu a neúspěchu obcí	40

5. Návrhová část	42
5.1. Faktory úspěchu/neúspěchu.....	42
5.1.1. Celková spokojenost obyvatel.....	42
5.1.2. Dopravní obslužnost odpovídající potřebám obyvatel.....	42
5.1.3. Vyšší počet obyvatel	43
5.2. Přilepšující/přihoršující faktory	44
5.2.1. Dostatečná občanská vybavenost	44
5.2.2. Možnosti kulturního vyžití	45
5.2.3. Podmínky vhodné pro podnikání	46
5.3. Ideální stav.....	47
5.4. Návrhy pro zlepšení informačního servisu obce Skřýchov u Malšic	49
5.4.1. Ústní komunikace.....	49
5.4.2. Písemná komunikace.....	51
5.4.3. Využití internetu.....	53
5.4.4. Dotazníkové šetření.....	56
5.4.5. Informační tabule v obci	61
5.5. Náklady na realizaci návrhů	63
6. Závěr	65
7. Summary.....	67
8. Seznam použitých zdrojů	69
9. Seznam tabulek, schémat, grafů a obrázků.....	72
9.1. Seznam tabulek.....	72
9.2. Seznam schémat	73
9.3. Seznam grafů	73
9.4. Seznam obrázků.....	73
10. Seznam příloh.....	74
11. Přílohy	75

1. Úvod

Počet venkovských sídel (vesnic, rozptýlených sídel, vísek a samot) se v České republice odhaduje asi na 40 tisíc, venkovských obcí je pak 5 566, což je téměř 90 % všech obcí. Charakteristická je také jejich vysoká rozdrobenost. Bydlení na venkově je v České republice relativně oblíbené, avšak právě u těchto obcí je vyšší pravděpodobnost výskytu potíží, které se týkají např. zlepšování kvality života obyvatelstva, zajišťování základních služeb a podobně. Z tohoto důvodu jsem si zvolila pro mou bakalářskou práci téma „Plán rozvoje obce (do 500 obyvatel)“ (Kašparová, Půček, & kolektiv, 2009, str. 27 a 40).

Tato bakalářská práce se zabývá rozvojem obcí, které lze přiřadit právě ke zmíněné kategorii sídel. Jedná se o obce s počtem obyvatel nižším než 500. Pro účely této bakalářské práce bylo vybráno 10 obcí v okrese Tábor. Ve zvolených obcích žije od 100 do 500 obyvatel a nacházejí se směrem na jih až jihovýchod od tohoto okresního města.

Na základě studia literatury je nejprve zpracována literární rešerše. V této části jsou přiblíženy základní pojmy, se kterými se lze v mé bakalářské práci setkat.

Následující část se věnuje analýze současného stavu. Ta je v této práci rozdělena na analýzu na základě sekundárních dat získaných z již publikovaných zdrojů, kam lze zařadit analýzu socioekonomickou, analýzu hospodaření a analýzu historie a kulturních a přírodních atraktivit; a analýzu na základě primárních dat získaných z provedeného marketingového výzkumu ve vybraných obcích. Cílem této analýzy je získat pořadí těchto obcí, a na základě toho stanovit faktory, které mají nejvyšší vliv na jejich úspěch, nebo naopak neúspěch.

Cílem této bakalářské práce je najít srozumitelné, jednoduché a přenositelné mechanismy pro zlepšení nabídky informačního servisu nejmenších obcí. Návrhová část tedy bude věnována tomu, jakým způsobem lze zajistit kvalitnější komunikaci mezi obcí a jejími obyvateli, případně dalšími subjekty, a tím přispět k dosažení ideálního stavu obce.

2. Literární rešerše

2.1. Obec

Česká republika se z hlediska správního uspořádání člení na obce – základní územní samosprávné celky, a na kraje – vyšší územní samosprávné celky (Kašparová, Půček, & kolektiv, 2009).

Zákon č. 128/2000 Sb. o obcích (2000) definuje obec jako „základní územní samosprávné společenství občanů; tvoří územní celek, který je vymezen hranicí území obce.“ Tento zákon dále uvádí, že obec je *veřejnoprávní korporací, která má vlastní majetek, v právních vztazích jedná svým jménem a nese odpovědnost z těchto vztahů vyplývající.*

Peková a Pilný (2002, str. 78 a 79) definují obec podrobněji než zákon. Následujícím výčtem bodů autoři obsáhli pravděpodobně nejdůležitější charakteristiky, kterými se obec vyznačuje:

Obec je:

- *veřejnoprávní korporací,*
- *reprezentantem veřejných zájmů,*
- *pečuje o všestranný sociálně ekonomický rozvoj,*
- *samostatným ekonomickým subjektem,*
- *zabezpečuje veřejné služby,*
- *může zakládat obecní podniky, vkládat majetek do společných podniků,*
- *má určitou finanční suverenitu,*
- *nositelem veřejné moci v mezích zákona.*

Další možností, jak někteří autoři ve svých knihách vymezují obec, je s pomocí znaků obce. Peková a Káňa ve svých knihách uvádí tři. Jsou jimi *území, občané a samospráva veřejných záležitostí v hranicích obce neboli působnost* (Peková, 2004); (Káňa, 2004).

Každá obec má své katastrální území, které lze rozdělit na *vnitřní část (tzv. intravilán), která je určena k obývání, a na vnější část (extravilán), kam lze zahrnout pozemky,*

zemědělskou půdu, lesy apod. Tyto části jsou vyznačeny v územním plánu obce (Káňa, 2004).

Dále autor specifikuje občany obce, mezi které patří *občané s trvalým bydlištěm, občané s čestným občanstvím, osoby právnické nebo fyzické se sídlem na území obce a ostatní fyzické a právnické osoby*. Tito občané se podílejí na záležitostech obce *přímo (např. účastí na veřejných schůzích) a nepřímě prostřednictvím svých zástupců, které si zvolili ve volbách (Káňa, 2004).*

„V České republice byl zvolen pro výkon veřejné správy tzv. spojený model.“ Znamená to, že územní samosprávné celky vykonávají vedle *vlastní působnosti i působnost přenesenou*. Do samostatné působnosti patří např. *hospodaření obce, nabývání, zcizení a zatěžování majetku obce, poskytování a přijímání půjček, program rozvoje územního obvodu obce, rozpočet obce, závěrečný účet, ustanovování orgánů obce atd. Přenesená působnost obcí je určena ve speciálních zákonech (Kašparová, Půček, & kolektiv, 2009, str. 17); (Koudelka, 2006, stránky 25-45).*

Koudelka (2006, str. 7) uvádí znaky obce v pozměněné podobě. Předchozí uvedené tři znaky, které lze označit jako základní, a kterými se tedy nepodaří obsáhnout veškeré charakteristiky obce, rozšiřuje ve svém výčtu o další dva. Tímto výčtem znaků pojem „obec“ definuje opět o něco podrobněji:

- *vlastní území,*
 - *tzv. územní základ obce*
- *obyvatelstvo obce,*
 - *tzv. personální základ obce*
- *soustava orgánů, jimiž jedná a uskutečňuje svou vůli,*
- *vystupování v právních vztazích svým jménem a právotvorba,*
 - *tzv. právní základ obce*
- *vlastní majetek a hospodaření,*
 - *tzv. ekonomický základ obce.*

2.1.1. Členění obcí

Peková (2004, str. 79 a 80) člení obce následujícím způsobem:

- *obce, které nejsou městy*
- *města*
- *obce s pověřenými obecními úřady a obce s rozšířenou působností*
- *statutární města*
- *hlavní město Praha*

Dle dalších autorů lze obce dělit *na obec a obecní úřad s výkonem správy v základním rozsahu, s výkonem přenesené působnosti, nebo s výkonem rozšířené působnosti*. První typ obce je charakterizován jako *základní územní samosprávné uspořádání občanů*. Typický je pro něj *malý počet obyvatel, jednoduchá organizační struktura a nezřízené odbory*. Obce, které budou sledovány v této bakalářské práci lze přiřadit právě k tomuto typu (Káňa, 2004); (Kašparová, Půček, & kolektiv, 2009).

Obec a obecní úřad s výkonem přenesené působnosti (dle Kašparové, Půčka, & kolektivu „Pověřený obecní úřad“) *má více katastrálních území a vykonává státní správu nejen pro vlastní obec, ale i občany dalších obcí*. Obce a obecní úřady s výkonem rozšířené působnosti *vykonávají kromě přenesené působnosti pověřených obecních úřadů ještě další přenesenou působnost* (Káňa, 2004); (Kašparová, Půček, & kolektiv, 2009).

2.1.2. Venkovská obec

Někteří autoři se zabývají také pojmem venkovská obec, tento pojem však v České republice není jednoznačně vymezen. Program rozvoje venkova České republiky „*navrhuje, aby za venkovskou obec byla považována obec s počtem obyvatel nižším než 2000 nebo obec s hustotou nižší než 150 obyvatel na km²*“. S tímto vymezením se lze v této bakalářské práci ztotožnit, všechny sledované obce mají méně než 500 obyvatel (Kašparová, Půček, & kolektiv, 2009, stránky 27 a 28, 36 a 37).

Bernard, Kostecký, Illner & Vobecká (2011, str. 19) se tímto pojmem také zabývají a shodují se s předchozí definicí v otázce počtu obyvatel, tedy maximálně 2000. K tomu však dodávají, že pro obec zároveň „*neplatí, že by 50 % či více ekonomicky ak-*

tivních obyvatel denně vyjíždělo za prací do jednoho velkého městského centra“. V opačném případě jsou tyto obce považovány spíše za součást zázemí měst, nikoliv venkov, protože jsou s těmito městy silně funkčně propojeny.

2.2. Orgány obce

Každá obec jedná navenek prostřednictvím svých orgánů. Protože u sledovaných obcí, které mají méně než 500 obyvatel, se lze setkat se zastupitelstvem a starostou, nebude v této bakalářské práci dalším orgánům, které fungují ve větších obcích, věnována pozornost.

2.2.1. Zastupitelstvo

Zastupitelstvo obce je jediný ústavně zakotvený orgán obce. Tvoří ho členové, jejichž počet závisí především na počtu obyvatel a velikosti územního obvodu. U obcí do 500 obyvatel je to 5 až 15 členů. Zastupitelstvo je voleno obyvateli obce s volebním právem, a to na čtyři roky (Koudelka, 2006).

Zastupitelstvo rozhoduje o „nejdůležitějších záležitostech patřících do samostatné působnosti obce.“ Jedná se například o schvalování programu rozvoje obce, rozpočtu, závěrečného účtu, vydávání obecně závazných vyhlášek nebo zřizování trvalých i dočasných peněžních fondů obce. „Zastupitelstvo se schází podle potřeby, nejméně však jednou za tři měsíce“ (Svaz měst a obcí České republiky, 2010, str. 16 a 18).

Člen zastupitelstva obce může být pro výkon této funkce dlouhodobě uvolněn ze svého pracovního poměru. V malých obcích to ale není obvyklé. „Výše měsíční odměny je stanovena v závislosti na druhu vykonávané funkce a počtu obyvatel.“ Zastupitel obce je veřejný činitel. Účastní se jednání zastupitelstva, jednání rady (je-li jejím členem) a případně dalších orgánů. Hájí zájmy obce a jejích občanů, chová se jako řádný hospodář a s majetkem obce nakládá účelně (Svaz měst a obcí České republiky, 2010, str. 17).

2.2.2. Starosta

„Starosta obce zastupuje obec navenek a za výkon své funkce odpovídá zastupitelstvu.“ Je volen zastupitelstvem z řad členů zastupitelstva. Mezi jeho činnosti patří například včasné objednávání kontroly hospodaření obce, dále plní úkoly zaměstnavatele podle zvláštních předpisů, odpovídá za informování veřejnosti o činnosti obce, podepisuje právní předpisy obce, a další. Zástupcem starosty je místostarosta. Ten v době nepřítomnosti, nebo pokud starosta ze zákonem určených důvodů nevykonává svou funkci,

starostu zastupuje a vykonává všechny úkoly, které mu přísluší. Spolu se starostou také podepisuje právní předpisy obce (Svaz měst a obcí České republiky, 2010, str. 20).

V malých obcích tvoří obecní úřad pouze starosta a místostarosta. *Výkonným orgánem v samostatné působnosti je rada obce*, ta však není volena, pokud počet členů zastupitelstva obce nepřesahuje číslo 15. Z toho vyplývá, že ve sledovaných obcích není tento orgán volen a *pravomoci rady zde vykonává v omezeném rozsahu opět starosta* (Svaz měst a obcí České republiky, 2010); (Koudelka, 2006).

2.3. Rozpočet obce

Každá obec musí na období jednoho kalendářního roku vytvářet rozpočet. Podle tohoto rozpočtu hospodáří. „*Tvorbu, postavení, obsah a funkce rozpočtů obcí upravuje zákon o rozpočtových pravidlech územních rozpočtů.*“ *Rozpočet obsahuje příjmy a výdaje obce a ostatní peněžní operace* (Svaz měst a obcí České republiky, 2010, str. 28).

2.3.1. Příjmy a výdaje

Provazníková (2007, str. 73) ve své knize definuje čtyři skupiny zdrojů příjmů územních rozpočtů, a to *příjmy daňové, nedaňové, transfery a dotace; a úvěry či půjčky*. První tři tvoří *nenávratné příjmy; úvěry a půjčky jsou příjmy návratné, obce mají povinnost je splatit*. V aplikaci MONITOR, která bude jedním z hlavních zdrojů sekundárních dat v této bakalářské práci, jsou příjmy a výdaje roztrženy z *druhového hlediska*. Příjmy jsou zde děleny na *daňové, nedaňové, kapitálové a přijaté transfery*. Výdaje rozdělují na *běžné a kapitálové*, čímž se shoduje s knihou Provazníkové, která toto hledisko rozdělení označuje jako *ekonomické*. *Běžné výdaje slouží k financování běžných, opakujících se potřeb v daném roce. Výdaje kapitálové „slouží na financování dlouhodobých investičních potřeb přesahujících období jednoho roku“* (Provazníková, 2007, str. 198); (Ministerstvo financí ČR, 2014).

Dále se příjmy a výdaje třídí z hlediska odvětvového. Zde MONITOR třídí pouze výdaje, a to na *výdaje vynaložené na bezpečnost státu a právní ochranu, průmyslová a ostatní odvětví hospodářství, služby pro obyvatelstvo, všeobecnou veřejnou správu a služby; a zemědělství, lesní hospodářství a rybářství* (Ministerstvo financí ČR, 2014).

Celkové příjmy a výdaje, které budou v této práci využívány v analytické části, jsou příjmy a výdaje konsolidované. Znamená to, že „*jsou tvořené pouze takovými peněžními plněními, které mají nenávratný charakter (...)*“. Jsou to tedy příjmy a výdaje

očištěné o „takové pohyby peněžních prostředků, kdy organizace převádí peněžní prostředky mezi svými bankovními účty a nejedná se tak o standardní příjem (výdaj)“. V těchto příjmech a výdajích dále „*nejdou zahrnuté operace z cizích nebo sdružených prostředků, ani příjmy (výdaje) z podnikatelské činnosti*“ (Ministerstvo financí ČR, nedatováno).

Rozdílem těchto příjmů a výdajů je saldo, které může mít podobu přebytku (kladné saldo) nebo schodku (záporné saldo).

2.3.2. Výsledek hospodaření

Výsledek hospodaření je rozdíl mezi výnosy a náklady. Může být kladný nebo záporný, tedy v podobě zisku nebo ztráty. *Protože obec je organizace, jejímž smyslem není vytvářet zisk, ale poskytovat veřejné statky a služby daňovým poplatníkům, je běžné, že výsledek jejího hospodaření má zápornou hodnotu. Je-li však výsledkem hospodaření zisk, „naznačuje to dobrou schopnost této organizace získávat a efektivně využívat zdroje nezbytné pro zajištění její činnosti“* (Ministerstvo financí ČR, nedatováno).

2.3.3. Cizí zdroje a zadluženost

K tomu, aby obec pokryla investiční výdaje související s jejím rozvojem, nebo překlenula nesoulad příjmů a výdajů v rozpočtu, je třeba v některých případech využít cizích zdrojů. Často se jedná o veřejnou zakázku, jejíž průběh upravuje Zákon o veřejných zakázkách (Svaz měst a obcí České republiky, 2010).

Cizí zdroje představují v aplikaci MONITOR „*celkový objem všech závazků organizace, včetně přijatých záloh, bez ohledu na to, do kdy je má organizace uhradit či jinak vypořádat, a to včetně těch závazků, jejichž výše se v budoucnu může změnit* (...)“ (Ministerstvo financí ČR, nedatováno).

Zadlužeností se v této bakalářské práci bude rozumět podíl cizích zdrojů k celkovým aktivům. Tento ukazatel volím z toho důvodu, že jej využívá také Ministerstvo financí ČR ve své metodice monitoringu hospodaření obcí. *Pokud tento podíl dosáhne hodnoty vyšší než 25 % (a hodnota celkové likvidity bude v intervalu $<0; 1>$), řadí se obec mezi obce s vyšší mírou rizika hospodaření* (Ministerstvo financí ČR, 2012).

2.4. Marketing

Marketing je Horákovou charakterizován jako „soubor metod, přístupů a činností umožňujících efektivně řešit problémy spojené s podnikatelskými aktivitami na trhu“ (Horáková, 2003, str. 15).

McDonald (2012) vysvětluje tento pojem podrobněji, nikoli jako soubor metod, nýbrž jako proces, kterým definujeme trhy. V průběhu tohoto procesu dochází ke kvalifikaci potřeb jednotlivých segmentů na trhu a určení hodnot, kterými tyto potřeby uspokojit. Tyto hodnoty se prostřednictvím marketingu předávají všem lidem v organizaci, kteří jsou zodpovědní za jejich naplnění, a díky tomu plní jednotlivci při jejich tvorbě své příslušné úlohy. Nakonec pomocí marketingu jsou monitorovány hodnoty, které byly zákazníkům předány.

Také Kotler citovaný v publikaci Barčíka (2013, str. 13 a 14) definuje marketing jako „společenský a manažerský proces, jehož prostřednictvím uspokojují jednotlivci a skupiny své potřeby a přání v procesu výroby a směny produktů a hodnot“. Ztotožňuji se rovněž s myšlenkou tohoto autora, který říká, že je třeba marketing chápat „v novém významu uspokojování potřeb zákazníka“, nikoli jako schopnost prodat. Dodává, že marketing začíná dávno předtím, než je produkt k dispozici zákazníkům a pokračuje po celou dobu života produktu.

V případě obcí je marketing využíván jako nástroj, který zvyšuje její konkurenceschopnost, ať už při snaze přilákat nové investory, obyvatele či návštěvníky. Důležité je v případě různých projektů také získat dostatečnou podporu místních obyvatel. To může zajistit právě použití nástrojů marketingu, díky nimž obec zjistí názory obyvatel, předá a vysvětlí potřebné informace (Janečková & Vašítková, 1999).

Využít lze tzv. „marketingu místa“, který se snaží „ovlivňovat názory a zavést směnu míst pobytu, průmyslových a obchodních zón, území, cestování a národní image“. Ten lze realizovat také na úrovni obce. Marketing místa se týká několika úrovní prostoru obce. Patří sem operace (restrukturalizace středu obce, operace zahrnující nové/renované prostory, úřady, obchody, bytové domy, společensko-kulturní zařízení), průmyslové zóny, celá obec a služby poskytované úřadem obce obyvatelům a dalším subjektům působícím na území obce (Janečková & Vašítková, 1999, str. 15 a 16).

Pro malé obce, kterými se tato bakalářská práce bude zabývat, se může použití marketingu zdát nevhodné nebo příliš nákladné. Avšak i omezené použití některých jeho nástrojů může pomoci při řešení některých problémů obce.

2.4.1. Strategický marketing

Strategií se rozumí „*určité schéma postupu, které naznačuje, jak za daných podmínek dosáhnout vytyčených cílů...*“ (Horáková, 2003, str. 11). Strategický marketing se tedy zaměřuje na dosažení marketingových cílů. V literatuře se lze setkat s tím, že strategický marketing je charakterizován různými způsoby. Za jednu z fází vývoje marketingu je považován Horákovou (2003) a také Tomkem. *Rozvoj marketingu tímto směrem souvisel „s narůstající intenzitou konkurenčního boje, jakož i s prosazující se suverenitou zákazníka“.* Význam marketingu byl posunut do centra managementu podniku, protože „*bez uskutečňování hlavních funkcí marketingu nelze v podniku rozhodnout žádnou z významných strategických rozhodovacích úloh...*“ (Tomek, 2001, str. 15).

Tomek (2001) poté charakterizuje strategický marketing dalším způsobem, a to jako *součást marketing managementu. Zahrnuje dlouhodobě orientované manažerské operace a aktivity. Využívány jsou jednak nástroje marketingového mixu, jednak specifické přístupy a metody.* Také Strnad & Dědková (2001) považují strategické marketingové plánování za *nedílnou součást strategického plánování podniku.*

Strnad & Dědková (2001, str. 6) říkají, že hlavním smyslem strategického marketingu je „*přispět k součinnosti podnikových složek při provádění budoucí činnosti (...) a k jejich optimální účinnosti v nekonstantním prostředí*“. Autoři se dále shodují s Horákovou, že *tyto činnosti jsou zaměřeny na trh a zákazníka.* Horáková dodává, že strategický marketing „*vede organizační jednotky ke studiu a k porozumění jeho potřeb a přání, učí je chápat zákaznické hodnoty a způsob myšlení zákazníka*“. Zajímavou myšlenkou je, že „*zákazník tu není proto, aby koupil, co podnik vyrobil, ale podnik existuje proto, aby sloužil potřebám zákazníka*“ (Horáková, 2003, str. 16). Tato myšlenka je právě na obce dobře aplikovatelná, protože nejsou vytvořeny za účelem tvorby zisku, ale primárně k uspokojování potřeb svých obyvatel.

2.4.2. Marketingový mix

Při zavádění marketingové strategie je využíváno nástrojů marketingového mixu, tj. *produkt, cena, místo a propagace.* Dle Janečkové & Vašítkové (1999, str. 56) „*obec představuje pro své zákazníky velmi složitý produkt, který je tvořen souborem hmotných*

i nehmotných prvků. “ Tvoří ho veřejné služby, nabídka prostor ve vlastnictví obce k užití soukromými vlastníky nebo k investování, akce a obec jako taková (Janečková & Vašítková, 1999).

Protože mnohé služby obcí jsou poskytovány bezplatně, ztrácejí některé součásti marketingového mixu, např. cena, pro obec význam. Do popředí se pak dostávají jiné prvky. *Vzhledem ke složitosti produktu obce jsou dále běžně používané nástroje rozšířeny ještě o další tři, tj. lidé, materiální prostředí a procesy.* Autorky dále uvádějí, že „*produkt obce vzniká a je poskytován společně všemi subjekty působícími v obci i mimo ni. Proto je vhodné zařadit jako osmý nástroj marketingového mixu partnerství, tj. spolupráci všech těchto subjektů na společné tvorbě produktu*“ (Janečková & Vašítková, 1999, stránky 56-58).

Protože se tato bakalářská práce bude věnovat informačnímu servisu obce, budu se dále zabývat pouze nástroji, které se týkají komunikace.

2.4.3. Marketingová komunikace

Každá firma či organizace komunikuje, a to vším, co dělá, ale i tím, co nedělá a měla by dělat. V případě obcí je tato myšlenka velmi výstižná. Především z pohledu obyvatel je pak více viditelné to, co obec nedělá (Jakubíková, 2008).

Podle Jakubíkové (2008) je pojem „*marketingová komunikace*“ *překladem anglického slova promotion, které je součástí marketingového mixu. Zahrnuje všechny typy komunikace, „kterými se firma snaží ovlivnit vědomosti, postoje a chování zákazníka týkající se produktů, které firma na trhu nabízí“* (Jakubíková, 2008, str. 266).

Zelenka (2010) uvádí, že marketingová komunikace je *nejen plánovitý kontinuální proces komunikace mezi firmou a potenciálním zákazníkem, na kterou je tento pojem zužován, ale i s vlastními zaměstnanci, zájmovými skupinami a veřejností.*

Jakubíková (2008, str. 266) dále vysvětluje, že cílem marketingové komunikace je „*poskytnout zákazníkům a veřejnosti informace, vytvořit a stimulovat poptávku po produktech, diferencovat produkty firmy od produktů konkurence, poukázat na užitek a hodnotu produktu, kterou přináší jeho vlastnictví, a stabilizovat obrát.*“ Aby byla tato komunikace úspěšná, je třeba ji uskutečňovat *v pravý čas a v odpovídajícím prostředí. Sdělení by měla být důvěryhodná, srozumitelná a také by měla odpovídat etickým požadavkům, vkusu a společenským hodnotám.*

2.4.3.1. Komunikační mix

„Marketingový komunikační mix je jednou ze složek marketingového mixu“. Jak již z názvu vyplývá, je zcela zaměřen na komunikaci. Cílem tohoto mixu je „seznámit cílovou skupinu s produktem firmy (výrobkem nebo službou) a přesvědčit ji o nákupu, vytvořit skupinu věrných zákazníků, zvýšit frekvenci a objem nákupu, seznámit se podrobněji s veřejností a cílovými zákazníky, komunikovat se zákazníky, regulovat fluktuaci prodeje“ (Jakubíková, 2008, str. 242).

Podle Jakubíkové (2008) do marketingového komunikačního mixu patří reklama, podpora prodeje, práce s veřejností, osobní prodej a přímý marketing. Někdy se lze setkat také s *prodejním personálem*. Pelsmacker, Geuens, & Bergh (2007) do komunikačního mixu zařazují také *sponzorování, komunikaci v prodejním/nákupním místě, výstavy a veletrhy či interaktivní marketing*.

U obcí se do popředí dostává především práce s veřejností tzv. Public Relations. Barčíkova (2013, str. 95) definice říká, že se jedná o „*záměrné, plánované a dlouhodobé úsilí vytvářet a podporovat vzájemné pochopení a soulad mezi firmou/organizací a veřejností*“. Autor označuje Public Relations za *sociálně-komunikační disciplínu*. Jejím účelem je *hledání témat k diskusi, vysvětlování a argumentování, dále usiluje o pochopení záměrů, cílů a aktivit. Cílem je „navázání a udržování vzájemného porozumění, důvěry, respektu a sociální odpovědnosti mezi firmou/organizací a veřejností“* (Barčík, 2013, str. 95).

Mezi přednosti PR lze zařadit *důvěryhodnost, protože snáze ovlivňují zákazníky, kteří se úmyslně vyhýbají vlivu reklamy. Z toho vyplývá, že tento nástroj může být i velmi účinný, zároveň je však ekonomicky přijatelný. Je třeba si ale uvědomit, že PR neslouží k prodeji nebo nabízení produktů zákazníkům, nýbrž k poskytnutí informací. „The objective of PR is to improve the image and strengthen the position of the organisation in the eyes of the public.“ Za cíl si tedy klade posílení image a postavení organizace v očích veřejnosti, na vnímání produktů organizace má PR nepřímý vliv* (Foret, Marketing Communication in Public Administration, 2013, str. 52).

Janečková & Vašítková (1999, str. 97) definují Public Relations jako „*proces vytváření vztahů a vzájemné komunikace mezi organizací (v našem případě městem či obcí) a veřejností*“. Tento nástroj dle zmíněných autorek „*představuje široké možnosti působení obecních úřadů na obyvatele, podnikatele, zaměstnance a návštěvníky*“. Kromě

toho, že obec komunikuje o tom, jak dosáhnout vytyčených cílů, jejichž prostřednictvím se snaží uspokojit potřebu veřejných služeb, slouží tento nástroj také k získávání zpětné vazby. Za jeho výhodu považují autorky to, že „při poměrně nízkých nákladech dokáže oslovit širokou veřejnost“ (Janečková & Vašítková, 1999, str. 94 a 97).

Podle Foreta (Státní správa a samospráva, 1998) je PR důležitá součást marketingové strategie obce. Za cíle se klade „budování image obce, posilovat identifikaci obyvatel s obcí (povzbuzování patriotismu), poskytovat přístup k informacím o obci a jejích správních a samosprávních institucích, vytvářet podmínky pro uplatnění nápadů a připomínek občanů a usilovat o optimální komunikaci s veřejností a o maximální informovanost občanů“. Definice tohoto autora je mému pohledu nejbližší. Výsledkem správného PR „by měly být sympatie, dobrá vůle u všech zúčastněných, porozumění, a pokud je to možné, co nejvyšší soulad zájmů“ (Janečková & Vašítková, 1999, str. 97).

Dalším nástrojem, který může obec uplatnit, jsou reklamy. Zaměřeny jsou především na externí zákazníky obce, kam patří například investoři, návštěvníci či potenciální noví obyvatelé obce. Jedná se o zviditelňování obcí pomocí propagačních materiálů. Jejich obsah a forma závisí na účelu propagace – mohou být všeobecné nebo speciální, např. při propagaci cestovního ruchu. Tyto materiály by měly podávat obraz o obci a jejích zajímavostech, měly by být stručné, přehledné a doplněné obrázky a fotografiemi. Může se jednat o pohlednice, brožury, publikace, plakáty, kalendáře, atd. Důležité je také vhodné umístění těchto materiálů nejen přímo v obci, ale i mimo ni. K propagaci obce je dále vhodné využít také internet, kde prostřednictvím svých webových stránek informují nejen o charakteristikách obce, ale také její historii, nabídce služeb či pořádaných akcích (Janečková & Vašítková, 1999).

S podporou prodeje se lze u obcí setkat v podobě různých cenových slev, kterými se snaží přilákat zákazníky. Tyto slevy mohou být například uplatňovány na nájemném bytových i nebytových prostor patřící obci a podobně. Osobní prodej je v případě obcí využíván spíše omezeně. „Jeho význam spočívá spíše v kladení důrazu na zodpovědný, profesionální přístup všech pracovníků městských a obecních úřadů (...)“ (Janečková & Vašítková, 1999, str. 94 a 95).

2.4.4. Marketingový výzkum

Marketingový výzkum je součástí marketingového informačního systému. Zahrnuje „*systematické určování, sběr, analýzu a vyhodnocování informací a závěrů odpovídajících určité marketingové situaci, před kterou společnost stojí*“. Používá se především tehdy, kdy „*je potřeba mimořádných informací pro specifická rozhodnutí*“ (Jakubíková, 2008, str. 96).

Zelenka (2010, str. 29) uvádí, že marketingový výzkum je „*systematické zkoumání a analýza různých aspektů trhu, marketingových aktivit vlastních i aktivit konkurence, chování spotřebitelů, distribučních kanálů apod.*“

Marketingový výzkum se dle Hannagana (1996, str. 59) obecně snaží poskytnout odpovědi na tyto otázky:

- *KDO chce a kupuje naše výrobky/služby?*
- *CO, jaké výrobky/služby lidé chtějí, a jaké výhody od nich očekávají?*
- *KDY budou lidé nakupovat tyto výrobky/služby?*
- *KDE je budou kupovat?*
- *JAK budou platit?*
- *PROČ budou lidé kupovat naše výrobky/služby, a ne výrobky/služby konkurentů?*

Tyto otázky se v případě výzkumu v obci mohou lišit. Zjišťováno bude spíše to, KDO jsou obyvatelé dané obce, CO od obce očekávají, KDY a KDE budou očekávané služby potřebovat, případně PROČ budou chtít lidé bydlet právě ve zkoumané obci. Otázka „*JAK budou platit?*“ v obcích nemá takový význam, a tedy pravděpodobně nebude předmětem výzkumu.

Janečková & Vašítková (1999, str. 28) uvádějí tyto etapy marketingového výzkumu:

1. *Zjištění problému a vstupní kontakt se zpracovateli*
2. *Vysvětlení problému a stanovení cílů výzkumu*
3. *Sběr údajů*
4. *Analýza údajů a jejich interpretace*
5. *Prezentace výzkumné zprávy a její využití v marketingovém informačním systému*

Marketingový výzkum je pojetím mezi obcí a jejími obyvateli, podnikateli a marketingovým prostředím. Cílem je „určení vlastností trhu, na kterém se bude obec ucházet

o své zákazníky (...), studie konkurence, odvození dlouhodobých i krátkodobých trendů, analýza silných a slabých stránek obce, jejich příležitostí a hrozeb“ (Janečková & Vašítková, 1999, str. 28).

Zelenka (2010) dále dělí marketingový výzkum podle metody získávání informací na primární a sekundární marketingový výzkum, podle zaměření a výstupů na kvalitativní, kvantitativní a teoretický výzkum, a podle časového hlediska je výzkum orientovaný na minulost, současnost a modelování a projekce do budoucna.

V této bakalářské práci bude zkombinován primární i sekundární výzkum. Pro primární výzkum je typické *„získávání informací a názorů od respondentů přímým kontaktem s nimi“, nebo kontaktem zprostředkovaným přenosem přes různá média, jako je telefon, e-mail či dotazník na webu, využít lze také pozorování v terénu.* Mezi výhody lze zařadit *možnost přesného zacílení výzkumu na požadované charakteristiky, časovou aktuálnost podkladů a to, že konkurence nemá tyto výsledky k dispozici.* Nevýhodou může být *vysoká cena a časová náročnost.* Z důvodu vyššího množství obcí lze předpokládat, že právě časová náročnost sběru dat bude také jednou z nevýhod výzkumu pro účely této bakalářské práce (Zelenka, 2010, str. 29 a 30).

Mezi způsoby získání primárních dat u obcí patří *osobní setkání, dotazníkové šetření, semináře a diskusní setkání.* Pro získání údajů do této bakalářské práce bude využito dotazníkové šetření prostřednictvím ústního dotazování přímo v obcích. Mezi výhody lze zařadit například osobní kontakt, možnost vysvětlení otázek dotazníku ale i některých odpovědí respondentů, především reakcí na otevřené otázky. Mezi předpokládané nevýhody tohoto způsobu sběru dat lze zařadit časovou náročnost, dále náklady na tisk dotazníků a dopravu do obcí (Janečková & Vašítková, 1999).

V sekundárním marketingovém výzkumu jsou analyzovány již publikované, bezplatné či placeně dostupné informace. *Lze čerpat např. ze statistických údajů, studií či odborných článků.* Zelenka řadí mezi výhody *nízkou cenu a rychlou dostupnost výsledků výzkumu, naproti tomu za nevýhodu považuje malou aktuálnost závěrů.* Právě aktuálnost dat může být problémem i v případě této bakalářské práce, protože některé údaje, které budou využívány v analytické části, jsou dostupné naposledy z roku 2011, kdy proběhlo poslední Sčítání lidu, domů a bytů. *Dalšími nevýhodami může být to, že nemusí být přesně známá metodika získávání a zpracování dat, a že „struktura těchto podkladů nemusí odpovídat potřebám výzkumu ve firmě“ (Zelenka, 2010, str. 34).*

3. Cíle a metody

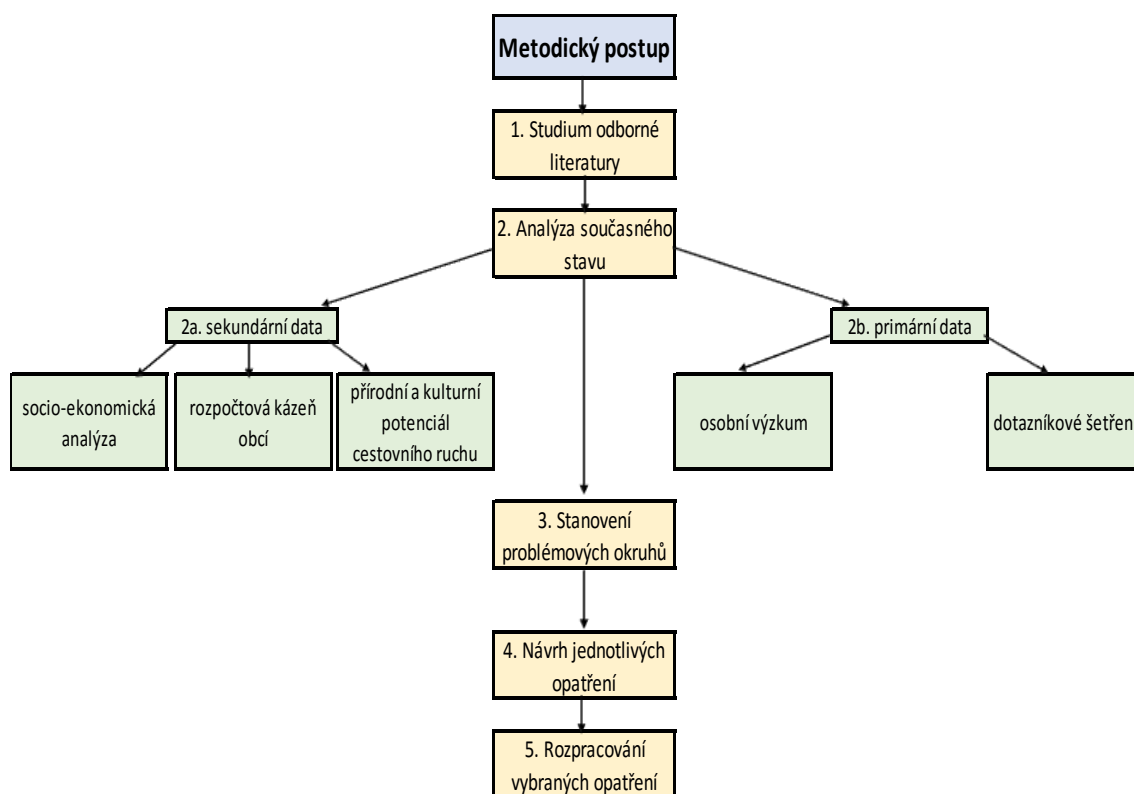
3.1. Cíle

Cílem této bakalářské práce je najít srozumitelné, jednoduché a přenositelné mechanismy pro zlepšení nabídky informačního servisu nejmenších obcí.

3.2. Metodický postup

Při zpracování této bakalářské práce bylo postupováno následujícím způsobem:

Obrázek 1: Metodický postup



Zdroj: Vlastní zpracování

Prvním krokem bylo zpracování literární rešerše, a to na základě studia odborné literatury. Ta byla získána především z Akademické knihovny Jihočeské univerzity v Českých Budějovicích, Městské knihovny Tábor a z internetových zdrojů. Tato část obsahuje pojmy, které souvisí s daným tématem práce.

Pro uskutečnění dalších kroků bylo nejprve vybráno deset obcí, které počtem obyvatel spadají do stanovené skupiny. Poté byla provedena analýza současného stavu. Prvním krokem bylo získání sekundárních dat, a to především z internetových zdrojů, na

základě kterých byla provedena socio-ekonomická analýza, zhodnocena rozpočtová kázeň, a také přírodní a kulturní potenciál cestovního ruchu jednotlivých obcí.

Následně byl v období od 24. 8. 2015 do 27. 10. 2015 proveden osobní výzkum přímo ve vybraných obcích, a to konkrétně na veřejných prostranstvích a v domácnostech. Data byla sbírána ve všední dny, a to především v odpoledních hodinách, protože v tuto dobu bývají již obyvatelé doma z práce a ze školy. O víkendu by navíc bylo pravděpodobné, že budou osloveni návštěvníci obce, a naopak, místní by mohly využít víkendu např. k návštěvě příbuzných či k výletům, a tedy by se nacházeli mimo obce. Při tomto výzkumu byla sesbírána primární data pomocí dotazníkového šetření, které proběhlo tvář v tvář, zhodnocen byl také celkový vzhled a občanská vybavenost jednotlivých obcí.

Základním souborem pro dotazníkové šetření byly obyvatelé sledovaných obcí, stanovený počet dotazníků byl 200 kusů. Na základě toho byla určena velikost nepravděpodobnostního vzorku, a to 8,96 % obyvatel z každé obce. Využita byla kvótní metoda výběru, respondenti byli zvoleni podle věkové skupiny, do které patří, na základě procentuálního zastoupení těchto skupin v jednotlivých obcích (viz tabulka č. 2).

Dotazník byl vytvořen ve dvou verzích – pro obyvatele spadající do věkové skupiny 15 a více let a pro děti navštěvující 2. stupeň základní školy. Dotazník určený pro starší skupinu obyvatel obsahoval 12 otázek, druhá verze dotazníku byla stručnější – zahrnovala 10 otázek. V obou dotaznících byly využity otevřené i uzavřené otázky. Využity byly také škály. Obě verze dotazníků lze nalézt v přílohách této práce.

Z 200 dotazníků bylo ve všech obcích 15 kusů vyplněno dětmi do 15 let, zbylých 185 obyvateli nad 15 let. Získané údaje byly nejprve zakódovány pomocí programu PSPP a nejdůležitější výsledky byly zpracovány graficky v programu MS Excel.

Následně bylo stanoveno pořadí obcí na základě analýzy sekundárních dat a pořadí na základě analýzy primárních dat, a to pomocí metody WSA. Poté bylo možné stanovit konečné pořadí obcí. Z výsledků analýz vyplynuly problémové okruhy – faktory úspěchu a neúspěchu obcí. Nakonec byla navržena a rozpracována jednotlivá opatření vedoucí ke zlepšení nabídky informačního servisu vybrané obce.

3.3. Hypotézy

Na základě výsledků provedených analýz jsou v této práci ověřovány následující hypotézy:

- Pořadí obcí na základě vyhodnocení primárních dat bude stejné, jako pořadí na základě vyhodnocení dat sekundárních.
- Na úspěch obce má vliv více faktorů, ne pouze jeden.

4. Analýza a syntéza poznatků z vlastního zkoumání

4.1. Analýza na základě sekundárních dat

4.1.1. Socioekonomická analýza

Pro účely této bakalářské práce bylo vybráno 10 obcí. Tyto obce byly vybrány z toho důvodu, že zde žije od 100 do 500 obyvatel. Dalším hlediskem byla také geografická poloha. Všechny obce se nachází v Jihočeském kraji v okrese Tábor, směrem na jih až jihovýchod od tohoto okresního města.

Tabulka 1: Obecné informace o sledovaných obcích (2014)

Obec	Počet obyvatel	Výměra (ha)	Vzdálenost od ORP (km)
Dobronice u Bechyně	110	832	25,2
Dražičky	145	513	8,1
Libějice	125	295	7,7
Radětice	230	1472	29,7
Radimovice u Želče	395	449	7,1
Rataje	203	1077	25,4
Řepeč	279	1278	15,1
Skrýchov u Malšic	134	702	15,1
Slapy	464	632	5,7
Zhoř u Tábora	164	462	10,7

Zdroje:

Český statistický úřad: *ČSÚ a Územně analytické podklady - Aktuální údaje za všechny obce ČR (2014)*;

Český statistický úřad: *Statistický průvodce obcemi Jihočeského kraje 2015: Charakteristika obcí a podnikatelská sféra - ORP Tábor (2014)*

Průměrný počet obyvatel sledovaných obcí je 224,9. Z tabulky č. 1 vyplývá, že nejbližší k tomuto průměru je obec Radětice, kde žije 230 obyvatel. Silně nadprůměrný je počet obyvatel ve Slapech a Radimovicích u Želče. Naopak podprůměrný počet obyvatel žije v Dobronicích u Bechyně, Libějicích a Skrýchově u Malšic.

Průměrná výměra vybraných obcí je 771,1 ha. Za průměrně rozlehlé obce lze tedy označit Dobronice u Bechyně a Skrýchov u Malšic. Nejmenší výměru mají Libějice, podprůměrné jsou také obce Zhoř u Tábora a Radimovice u Želče. Rozlohou větší než 1000 ha disponují obce Rataje, Řepeč a Radětice, kde je výměra nejvyšší.

Průměrná vzdálenost od obce s rozšířenou působností zvolených obcí je 15 km, nejbližší k tomuto průměru je Skrýchov u Malšic a Řepeč. Nejkratší vzdálenost k Táboru

mají Slapy, Radimovice u Želče a také Libějice. Naopak nejvzdálenější jsou Radětice, Rataje a Dobronice u Bechyně.

Tabulka 2: Struktura obyvatel podle věku a průměrný věk obyvatel (1. 1. 2015)

Obec	Podíl obyvatel ve věku na celkovém počtu (%)			Průměrný věk (roky)
	0-14 let	15-64 let	65 -> let	
Dobronice u Bechyně	5	67	28	53,90
Dražičky	23	63	14	35,70
Libějice	12	64	24	43,80
Radětice	11	70	19	44,00
Radimovice u Želče	14	70	15	40,40
Rataje	12	70	18	42,80
Řepeč	19	66	15	39,20
Skrýchov u Malšic	17	61	22	40,70
Slapy	17	65	19	40,50
Zhoř u Tábora	14	69	17	41,50

Zdroj: Výpočet na základě Český statistický úřad: *Statistický průvodce obcemi Jihočeského kraje 2015: Věková struktura obyvatelstva - ORP Tábor* (2014)

Tabulka č. 2 zobrazuje strukturu obyvatel podle věku a průměrný věk obyvatel sledovaných obcí. Nejvyšší podíl na obyvatelích má ve všech obcích obyvatelstvo ve věku 15-64 let. Ve většině obcí žije více obyvatel nad 65 let, než do 14 let. Výjimkou jsou obce Řepeč a Dražičky, kde počet obyvatel do 14 let převyšuje nejstarší věkovou skupinu nejvýrazněji.

Průměrný věk ve sledovaných obcích je 42,25 let. Průměry v jednotlivých obcích se většinou od tohoto čísla příliš neliší. V roce 2014, byl průměrný věk v České republice 41,7 let, v Jihočeském kraji 41,9 a v okrese Tábor 42,5, lze tedy říci, že ukazatel za sledované obce se od uvedených průměrů příliš neliší (Český statistický úřad: *Vybrané ukazatele za okres Tábor*, 2014); (Český statistický úřad: *Věkové složení obyvatel podle krajů - obě pohlaví*, 2014).

Vysoký průměrný věk je v Dobronicích u Bechyně, kde rozdíl oproti ostatním obcím dosáhl u některých i více než 10 let. Podíl obyvatel do 14 let je zde velmi výrazně podprůměrný. Naopak nejnižší průměrný věk vykazuje obec Dražičky, pod 40 lety se pohybuje také v Řepči.

Tabulka 3: Struktura obyvatel 15 -> let podle nejvyššího dosaženého vzdělání (%), (26. 3. 2011)

Obec	Bez vzdělání	Základní	Střední bez maturity	Úplné stř. s maturitou	Nástavbové	Vyšší odborné	Vysokoškolské	Vzdělanost
Dobronice u Bechyně	1	24	40	22	4	3	2	204
Dražičky	1	21	23	39	1	3	12	259
Libějice	0	22	33	26	2	1	15	251
Radětice	1	25	38	26	3	0	6	218
Radimovice u Želče	0	17	36	28	3	2	13	255
Rataje	0,6	25	41	19	4	0,6	6	208,4
Řepeč	0	21	38	25	2	1	8	222
Skrýchov u Malšic	0	25	47	15	0	0	9	209
Slapy	0,3	20	36	26	2	1	13	245
Zhoř u Tábora	0	18	51	18	2	1	5	209

Zdroj: Výpočet na základě: Český statistický úřad: *Tab. 112 Obyvatelstvo podle pohlaví a podle věku, rodinného stavu a nejvyššího ukončeného vzdělání v obci* (2011)

Na základě údajů z tabulky č. 3 lze říci, že nejvyšší dosažené vzdělání u největší části obyvatel všech obcí je střední vzdělání bez maturity. Výjimkou jsou Dražičky, kde nejvyšší zastoupení mají obyvatelé s úplným středním vzděláním s maturitou. Tito obyvatelé mají i v ostatních obcích významný podíl stejně jako lidé se vzděláním základním. Svůj podíl zde mají také vysokoškolsky vzdělaní obyvatelé, avšak výrazně méně jich tohoto stupně dosáhlo v Dobronicích u Bechyně. Nejméně obyvatel ve všech obcích je bez vzdělání, popřípadě dokončilo nástavbové nebo vyšší odborné studium.

Jednotlivé stupně vzdělání byly obodovány následujícím způsobem:

Bez vzdělání = 0, Základní = 1, Střední bez maturity = 2, Úplné střední s maturitou a Nástavbové = 3, Vyšší odborné = 4 a Vysokoškolské = 5.

Procenta obyvatel, kteří dosáhli daného stupně vzdělání, byla vynásobena přiřazeným počtem bodů. Výsledné hodnoty byly sečteny a jsou uvedeny v tabulce č. 3 ve sloupci Vzđelanost. Nejvyšší hodnoty tohoto ukazatele dosáhly Dražičky, Radimovice u Želče a Libějice, naopak nejnižší je v Dobronicích u Bechyně. Za průměrně vzdělanou obec lze označit Řepeč.

Tabulka 4: Počet podnikatelských subjektů a jejich struktura podle právní formy (31. 12. 2014)

Obec	Podnikatelské subjekty	Podnikatelské subjekty na obyvatele	Fyzické osoby (%)				Právnícké osoby (%)		
			dle živnostenského zákona	zemědělských podnikatelů	dle jiného zákona	celkem	obchodní společnosti	akciové společnosti	celkem
Dobronice u Bechyně	25	0,23	76	0	0	76	8	0	24
Dražičky	40	0,28	60	5	20	85	3	0	15
Libějice	26	0,21	69	12	8	88	0	0	12
Radětice	50	0,22	76	2	4	84	8	0	16
Radimovice u Želče	99	0,25	77	2	8	87	2	0	13
Rataje	45	0,22	80	4	7	91	2	0	9
Řepeč	50	0,18	70	4	6	80	6	0	20
Skrýchov u Malšic	33	0,25	76	6	6	88	3	0	12
Slapy	126	0,27	63	2	8	75	18	3	25
Zhoř u Tábora	33	0,20	79	3	3	85	0	0	15

Zdroj: Výpočet na základě: Český statistický úřad: *Vybrané statistické údaje za obec – okres Tábor* (2014)

Informace o podnikatelských subjektech a jejich formách podnikání podává tabulka č. 4. Průměrný počet podnikatelských subjektů ve sledovaných obcích je 53. Nejvíce je jich ve Slapech, naopak nejméně jich je v Libějicích a Dobronicích u Bechyně.

Při přepočítání počtu podnikatelských subjektů na obyvatele lze zjistit, že průměrně na jednoho obyvatele připadá 0,231 podnikatelského subjektu. Nejvyšší počet podnikatelských subjektů připadá na obyvatele Dražiček, vysoké je toto číslo také ve Slapech. Naopak nejméně podnikatelských subjektů na obyvatele lze najít v Řepči.

Z tabulky č. 4 dále vyplývá, že většina podnikatelských subjektů v těchto obcích jsou fyzické osoby, z nichž nejvíce jich podniká na základě živnostenského zákona. Nejvyšší podíl fyzických osob podniká v Ratajích, naopak nejméně ve Slapech. V případě právnických osob je situace opačná. Obchodní společnosti lze najít ve všech obcích kromě Libějic. Ve Slapech, kde právnických osob podniká nejvíce, lze najít také společnosti akciové.

Tabulka 5: Zaměstnaní a podnikatelské subjekty podle sektoru ekonomické činnosti (%)

Obec	Zaměstnaní (26. 3. 2011)			Podnikatelské subjekty (31. 12. 2014)		
	primární sektor	sekundární sektor	terciární sektor	primární sektor	sekundární sektor	terciární sektor
Dobronice u Bechyně	10	39	39	8	36	56
Dražičky	12	31	45	8	30	45
Libějice	8	54	36	27	23	50
Radětice	10	33	43	10	32	56
Radimovice u Želče	5	35	51	6	22	68
Rataje	12	29	41	7	40	44
Řepeč	21	30	40	18	36	44
Skrýchov u Malšic	19	17	46	24	30	42
Slapy	13	34	42	6	38	52
Zhoř u Tábora	3	45	36	9	46	42

Zdroje:

Výpočet na základě: Český statistický úřad: *Tab. 114 Zaměstnaní podle pohlaví a podle odvětví ekonomické činnosti a podle nejvyššího ukončeného vzdělání v obci* (2011); Český statistický úřad: *Vybrané statistické údaje za obec – okres Tábor* (2014)

Z tabulky č. 5 vyplývá, že obyvatelé sledovaných obcí jsou zaměstnaní převážně v sekundárním nebo terciárním sektoru, primární je zde ale také významně zastoupen. Za pozornost stojí Skrýchov u Malšic, kde je více zaměstnanců v primárním sektoru než v sekundárním. Vysoké procento zaměstnaných v primárním sektoru je také v Řepči. Z toho důvodu lze říci, že v těchto obcích je vyšší riziko z hlediska zaměstnanosti, protože lidé jsou v tomto ohledu méně flexibilní.

Nejvyšší podíl podnikatelských subjektů působících v primárním sektoru je v Libějicích a Skrýchově u Malšic. Ve Skrýchově může existovat souvislost mezi podnikáním a vzděláním obyvatelstva, o kterém informuje tabulka č. 3. Lidé se vzděláním základním nebo středním bez maturity tvoří asi 72 % obyvatelstva. Je pravděpodobné, že lidé s tímto vzděláním, pokud se rozhodnou podnikat, zvolí pro svou činnost např. oblast zemědělství, tedy primární sektor. O Libějicích nelze říci totéž, počet obyvatel, kteří úspěšně složili maturitní zkoušku, je lehce nadprůměrný, a vysokou školu dokončilo 15 % místních, což je nejvyšší podíl ze všech sledovaných obcí. Odpovídá tomu i to, že počet zaměstnaných v primárním sektoru je podprůměrný, zatímco v sekundárním silně nadprůměrný.

Nejnižší podíl podnikatelských subjektů primárního sektoru je v Radimovicích a Slapech. Úroveň vzdělanosti je v těchto obcích srovnatelná, obyvatel dosahujících nižšího než středního vzdělání s maturitou je podprůměrně. Kromě maturitního vzdělání, které se pohybuje okolo průměru, jsou zde také obyvatelé s nástavbovým a vyšším odborným vzděláním, vysokoškolské vzdělání získal nadprůměrný počet obyvatel. Lze tedy říci, že zde existuje souvislost mezi podnikatelskou činností a vzděláním místního obyvatelstva.

Tabulka 6: Vyjíždějící do zaměstnání (%), (26. 3. 2011)

Obec	V rámci obce	V rámci okresu	V rámci kraje	Do jiného kraje	Do zahraničí
Dobronice u Bechyně	0	87	0	7	7
Dražičky	0	88	6	6	0
Libějice	0	81	4	8	8
Radětice	18	44	24	6	9
Radimovice u Želče	2	86	4	8	0
Rataje	6	66	16	9	3
Řepeč	2	83	6	6	2
Skrýchov u Malšic	5	81	10	5	0
Slapy	13	72	4	9	1
Zhoř u Tábora	3	91	0	6	0

Zdroj: Výpočet na základě: Český statistický úřad: *Tab. 115 Vyjíždějící do zaměstnání a škol v obci* (2011)

Tabulka č. 6 zobrazuje údaje o obyvatelích vyjíždějících do zaměstnání. Nejvyšší podíl vyjíždějících v rámci obce je v Raděticích a Slapech. I v dalších obcích se vyskytuje určité procento těchto zaměstnaných. Výjimkou jsou Dobronice, Dražičky a Libějice, které v tomto ohledu nejsou soběstačné. Ve všech sledovaných obcích nejvíce zaměstnaných vyjíždí do zaměstnání v rámci okresu, kdy se nejčastěji jako místo dojíždění vyskytuje Tábor a Bechyně, v závislosti na vzdálenosti od těchto obcí, v menší míře dojíždějí lidé do Plané nad Lužnicí, Opařan nebo Malšic (Český statistický úřad: *Tab. 714 Vyjíždějící do zaměstnání a do školy podle pohlaví, věku a podle obce vyjížděky a obce dojížděky*, 2011).

Silné zastoupení má v některých obcích i vyjíždění v rámci kraje, nejsilnější v Raděticích a Ratajích, což jsou obce ležící nedaleko hranic s okresem Písek a České

Budějovice. Lze tedy přepokládat, že dojíždí právě tam (Český statistický úřad: *Tab. 115 Vyjíždějící do zaměstnání a škol v obci*, 2011).

Ze všech sledovaných obcí určité procento zaměstnaných vyjíždí i do jiného kraje. Lze předpokládat, že se jedná o kraje Středočeský a Vysočina, protože jejich hranice jsou vybraným obcím nejbližší. Své zastoupení dále mají i vyjíždějící do zahraničí, kam vyjíždějí obyvatelé dvou třetin sledovaných obcí (Český statistický úřad: *Tab. 714 Vyjíždějící do zaměstnání a do školy podle pohlaví, věku a podle obce vyjížděky a obce dojížděky*, 2011).

Tabulka 7: Nezaměstnaní (31. 12. 2014)

Obec	Podíl nezaměstnaných osob dosažitelných (%)	Počet uchazečů		
		dosažitelní	absolventi	celkem
Dobronice u Bechyně	9,5	7	0	7
Dražičky	4,3	4	0	4
Libějice	3,8	3	1	3
Radětice	9,3	15	0	15
Radimovice u Želče	5,0	14	1	14
Rataje	7,1	10	0	10
Řepeč	3,2	6	0	7
Skrýchov u Malšic	9,8	8	1	8
Slapy	5,3	16	2	16
Zhoř u Tábora	10,6	12	2	12

Zdroj: Český statistický úřad: *ČSÚ a Územně analytické podklady - Aktuální údaje za všechny obce ČR za rok 2014* (2014)

Podíl nezaměstnaných osob dosažitelných k 31. 12. 2014 zobrazuje tabulka č. 7. Nejnížší hodnotu měl tento ukazatel v Řepči a Libějicích, naopak nejvyšší ve Zhoři u Tábora, kde přesáhla 10 %. Více než 9% nezaměstnanost vykázaly Dobronice u Bechyně, Radětice a Skrýchov u Malšic. Průměrný podíl nezaměstnaných osob za sledované obce byl 6,79 %.

K 31. 12. 2014 činil podíl nezaměstnaných osob v České republice 7,4 %, v Jihočeském kraji byl tento podíl 6,1 % (Český statistický úřad: *ČSÚ a územně analytické podklady - Aktuální údaje za kraje za rok 2014*, 2015), a v okrese Tábor činil 7,47 % (Český statistický úřad: *Vybrané ukazatele za okres Tábor*, 2014). V průměru byla tedy ve sledovaných obcích nezaměstnanost nižší než v celé České republice i v okrese Tábor.

V porovnání s Jihočeským krajem dosáhla nižší nezaměstnanosti polovina sledovaných obcí.

4.1.1.1. Vyhodnocení socioekonomické analýzy

Na základě zmíněných informací lze za průměrnou obec označit Rataje a Radětice. V porovnání s ostatními obcemi mají obě tyto obce průměrnou skladbu obyvatelstva z pohledu věkové struktury. Výrazně se nevymykají ani v údajích týkajících se podnikatelských subjektů, sektorů zaměstnání či podnikání, v Ratajích i vyjížděk do zaměstnání. Zde je průměrná také nezaměstnanost. Jedinou odchylkou od průměru je v této obci vzdělanost, která je v porovnání s jinými obcemi podprůměrná, v Raděticích je však v průměru. Naopak nadprůměrná je výměra obou obcí a jejich vzdálenost od ORP, v případě Radětic ale také nezaměstnanost.

Za negativní příklad obce lze označit Dobronice u Bechyně, a to především z důvodu věkové struktury obyvatelstva. Je zde výrazně podprůměrný podíl osob do 14 let, což se dále promítá do velmi vysokého průměrného věku. Vysoká je zde také nezaměstnanost a nejnižší vzdělanost. V Dobronicích, ale také v Dražickách a Libějicích patří mezi negativa to, že všichni obyvatelé vyjíždí za prací mimo obec.

Za pozitivní příklad obce z hlediska věkové struktury lze uvést Radimovice u Želče a Slapy, kde je podíl obyvatel do 14 let a podíl obyvatel nad 65 let vcelku vyrovnaný. Nejnižší průměrný věk je v Dražickách, pod 40 lety se drží také v Řepči. Vzdělanostně jsou na tom nejlépe opět Dražicky a také Libějice. V těchto obcích je také struktura vzdělanosti poměrně bohatá, stejně jako ve Slapech, Řepči či Ratajích. Rozličné právní formy podnikatelských subjektů provozují svou činnost ve Slapech, Radimovicích a Raděticích. Pracovní příležitosti pro své obyvatele nejprůběžněji poskytují Radětice a Slapy, a proto procento vyjíždějících je zde nižší než v ostatních obcích. V oblasti nezaměstnanosti lze pozitivně ohodnotit Řepeč a Libějice.

4.1.2. Analýza hospodaření

Tabulka 8: Hospodaření obcí (tis. Kč), (2012-2014)

Obec	Přebytek/deficit				Výsledek hospodaření 2014	Kapitálové výdaje (%) 2014
	2014		2013	2012		
	celkem	na obyv. (Kč)				
Dobronice u Bechyně	+555	+4 867	-846	+652	+900	32
Dražičky	+1 041	+7 230	-199	+58	+215	4
Libějice	+6 040	+49 510	-5 872	+339	+72	0
Radětice	+2 444	+10 538	-2 208	+1 501	+2 008	6
Radimovice u Želče	-37	-94	-934	-678	+1 179	32
Rataje	-3 387	-16 849	+1 096	-425	+8 220	76
Řepeč	+546	+2 007	+1 351	+1 124	+1 608	25
Skrýchov u Malšic	+313	+2 371	+545	+69	+522	22
Slapy	+456	+1 005	+658	-1 192	+1 773	31
Zhoř u Tábora	-87	-533	+162	+2	+868	45

Zdroj: Výpočet na základě: Ministerstvo financí ČR (2014)

Z tabulky č. 8 lze vyčíst, že obcemi, které ve výsledcích svého hospodaření vykazují po všechna sledovaná období přebytek, jsou Řepeč a Skřýchov u Malšic. Naopak deficit ve všech sledovaných letech vykazovala obec Radimovice u Želče.

Průměrně na jednoho obyvatele sledovaných obcí připadá 6 005,2 Kč přebytku, nejbližší tomuto údaji jsou Dražičky. Nejvyšší přebytek vykazuje obec Libějice, mimo jiné proto, že ve struktuře výdajů se nevyskytují žádné kapitálové. Deficit vykazovala v roce 2014 asi jedna třetina obcí.

Nejvyšší deficit celkový i v přepočtu na obyvatele byl v Ratajích. Kromě toho asi tři čtvrtiny výdajů tvořily výdaje kapitálové. Jednalo se o investici do stavby vodovodu, kdy náklady činily asi 12 milionů Kč, bez DPH. Na tuto investici obec obdržela dotaci z Ministerstva zemědělství ČR, jejíž výše činila 70 % z uznatelných výdajů, a dále příspěvek ve výši 10 % na kofinancování z Jihočeského kraje. K financování této investice dále využila bezúročnou půjčku od Jihočeského vodárenského svazu ve výši 3 miliony Kč. Zbývající část pak obec uhradila z vlastních prostředků (Šafránek, 2015).

Vysoký deficit oproti ostatním letům vykazovala také obec Libějice v roce 2013. Důvodem byla investiční akce „ČOV a kanalizace v obci Libějice“ ve výši asi 7,8 milionů Kč. Pro realizaci této akce bylo nutné zajistit předfinancování. Na základě

výběrového řízení byl zvolen úvěr od Komerční Banky, a. s. ve výši cca 6,5 milionu Kč. Na tuto investici byla poskytnuta dotace ze Státního zemědělského intervenčního fondu v rámci Programu rozvoje venkova, a to ve výši 5,8 milionu Kč. Tato částka byla použita ke splacení úvěru (Drtina, 2015).

Tabulka 9: Cizí zdroje a zadluženost obcí (2012-2014)

Obec	Cizí zdroje		Zadluženost (%)			Bezpečná výše úvěru	
	celkem (tis. Kč)	na obyva- tele (Kč)	2014	2013	2012	celkem (tis. Kč)	na obyva- tele (Kč)
Dobronice u Bechyně	125	1 098	1,0	1,5	0,7	3 170	27 811
Dražičky	38	267	0,4	0,3	0,3	2 587	17 967
Libějice	106	866	0,7	28,7	0,7	3 968	32 527
Radětice	121	522	0,3	0,4	0,4	11 226	48 386
Radimovice u Želče	742	1 873	2,1	8,7	3,8	8 762	22 127
Rataje	3 367	16 749	3,6	0,4	0,4	23 418	116 507
Řepeč	221	813	0,9	0,6	0,8	6 333	23 286
Skrýchov u Malšic	88	667	0,1	0,1	0,2	16 737	126 798
Slapy	1 826	4 021	3,0	4,6	4,4	15 287	33 672
Zhoř u Tábora	368	2 242	2,7	1,3	1,2	3 461	21 104

Zdroj: Výpočet na základě: Ministerstvo financí ČR (2014)

Tabulka č. 9 zobrazuje výši cizích zdrojů celkově a v přepočtu na obyvatele. Průměrně na jednoho občana připadá 2 911,8 Kč závazku. K tomuto údaji se nejvíce blíží obec Zhoř u Tábora. Tento průměr zvyšuje především obec Rataje, kde je ukazatel nejvyšší. Důvodem je již zmiňovaná investice do stavby vodovodu. Naopak nejnižší výše závazku na obyvatele je v Dražickách. V polovině obcí je závazek na obyvatele nižší než 1 000 Kč.

Nejvyšší zadluženost vykazuje opět obec Rataje. Minimální hodnoty tohoto ukazatele dosáhla obec Skrýchov u Malšic, která si v porovnání s minulými léty udržuje celkem stabilní hodnotu. Kromě Skrýchova u Malšic si nejnižší zadluženost udržují také Dražičky, Radětice a Řepeč. Průměrná zadluženost ve sledovaných obcích je 1,48 %. O Dobronicích u Bechyně tedy lze hovořit jako o průměrně zadlužené obci. Za zmínku stojí také to, že v Libějicích v roce 2013 nastal výrazný nárůst zadluženosti, a to z důvodu výše zmíněné investiční akce.

Pouze dvě ze sledovaných obcí zřizují příspěvkové organizace. Radimovice u Želče spravují Mateřskou školu, Slapy Základní a Mateřskou školu.

Tabulka 10: Průměry vybraných ukazatelů obcí v okrese Tábor (Kč), (2014)

Obce	Přebytek	Přebytek/obyv.	Zadluženost (%)	Cizí zdroj/obyv.
Celkem	- 190 248	1 811	3,30	4 664
Do 500 obyvatel	547 155	2 283	2,51	3 783
500-1 000 obyvatel	237 567	361	5,13	6 874
Průměr vybraných obcí	788 400	6 005	1,48	2 912

Zdroj: Výpočet na základě: Ministerstvo financí ČR (2014)

Z tabulky č. 10 lze vyčíst, že všechny sledované obce dosáhly vyššího přebytku, než je průměr všech obcí v okrese Tábor. Vliv na toto číslo má především deficit okresního města ve výši více než 80 milionů Kč. V přepočtu přebytku na obyvatele byly silně nadprůměrné Libějice a Radětice, kromě těchto obcí byl přebytek na obyvatele vyšší ještě ve čtyřech obcích.

Stejně obce, kromě Řepče, byly úspěšné i v porovnání s průměrným přebytkem na obyvatele u obcí do 500 obyvatel. V porovnání s touto skupinou obcí dále vychází nadprůměrný celkový přebytek u téměř poloviny obcí. Pokud dále porovnáme vybrané obce s obcemi, které mají mezi 500 a 1000 obyvateli, lze zjistit, že vyšší přebytek na obyvatele měly dvě třetiny sledovaných obcí.

Vyšší zadluženost i cizí zdroje na obyvatelstvo, než je průměr obcí v okrese, mají pouze Rataje. Mezi obcemi do 500 obyvatel mají vyšší zadluženost ještě Slapy a Zhoř u Tábora. Ve Zhoři je však ukazatel cizích zdrojů na obyvatelstvo, na rozdíl od dvou zmíněných výše, stále pod průměrem. Při porovnání sledovaných obcí s průměry obcí od 500 do 1000 obyvatel lze zjistit, že všechny sledované obce vykazují nižší zadluženost než tato skupina obcí. Avšak vyšší cizí zdroje na obyvatelstvo má obec Rataje.

4.1.2.1. Vyhodnocení analýzy hospodaření

Z výše zmíněných údajů vyplývá, že ve sledovaných obcích je ekonomika velice zdravá, a vykazují výrazně bezpečnou zadluženost. Znamená to tedy, že se nemusí bát investovat i do kapitálově větších projektů. Podíl cizích zdrojů k celkovým aktivům by měl být nižší než 25 %, vykáže-li hodnotu vyšší, zařadí se mezi obce s vyšší mírou rizika hospodaření. Bereme-li tedy v úvahu tuto hranici bezpečné výše úvěru, mohou všechny

obce využít úvěr vyšší než 1 milion Kč, téměř jedna polovina obcí i více než 10 milionů Kč (viz tabulka č. 9).

4.1.3. Historie, kulturní a přírodní atraktivita

Tabulka 11: Potenciál cestovního ruchu (body), (2002)

Obec	První písemná zmínka (roky)	Potenciál přírodního subsystému	Potenciál kulturního subsystému	Celkový potenciál cestovního ruchu
Dobronice u Bechyně	1220	40	10	50
Dražičky	1379	45	0	45
Libějice	1379	47	0	47
Radětice	1291	31	0	31
Radimovice u Želče	1307	36	0	36
Rataje	1352	31	10	41
Řepeč	1283	33	0	33
Skrýchov u Malšic	1558	27	0	27
Slapy	1379	65	0	65
Zhoř u Tábora	1390	36	0	36

Zdroj: MMR – Ústav územního rozvoje Brno (2002)

Jak lze vyčíst z tabulky č. 11, první písemná zmínka o sledovaných obcích pochází ze 13. nebo 14. století. Výjimkou je Skrýchov u Malšic, který byl poprvé zmíněn až v 16. století. Nejstarší zmínka byla zaznamenána o obci Dobronice u Bechyně.

Celkový potenciál cestovního ruchu je ve většině sledovaných obcí tvořen pouze potenciálem přírodního subsystému. Výjimkou jsou Dobronice u Bechyně a Rataje, kde se na celkovém potenciálu podílí i potenciál kulturního subsystému. V Dobronicích patří mezi kulturní atraktivita zřícenina hradu, Kostel Panny Marie, kaplička sv. Jana Nepomuckého a dále zemědělské usedlosti. V Ratajích se nachází Kostel Nejsvětější trojice. Ve zbylých obcích lze mezi architektonické a urbanistické hodnoty zařadit pouze zachovalá charakteristická venkovská stavení, návsi, popřípadě kapličky, pomníky a podobné objekty. V obcích se také nacházejí území s výskytem archeologických nálezů. Na území Řepeč najdeme zříceninu hradu Příběničky (Město Tábor, *Územní plány obcí*).

Na území všech obcí se nachází přírodně cenné prostory, jako jsou lesy, rybníky, menší vodní toky a podobně. Obcemi ležícími v blízkosti Lužnice, tj. Dobronice u Bechyně, Dražičky, Řepeč a Slapy, prochází evropsky významná lokalita Lužnice-Nežárka. Na území několika obcí jsou také přírodní parky, např. v Dobronicích u Bechyně park

Kukle, v Raděticích Plziny, a do Dudova, části Skrýchova u Malšic zasahuje Černická obora. Ve sledovaných obcích jsou tedy dobré podmínky pro pěší turistiku, cykloturistiku, venkovskou turistiku, nebo například sportovní myslivost (Město Tábor, *Územní plány obcí*).

Průměrný potenciál cestovního ruchu má ve sledovaných obcích hodnotu 41,1 bodů. V tomto ohledu lze na průměrnou obec označit Rataje, nedaleko od tohoto průměru jsou také Radimovice u Želče, Zhoř u Tábora a Dražičky. Nejvyšší hodnota potenciálu cestovního ruchu je ve Slapech, naopak nejnižší je ve Skrýchově u Malšic.

4.1.4. Pořadí obcí na základě vyhodnocení sekundárních dat

Tabulka 12: Pořadí obcí dle vybraných kritérií a celkově

	Konečné pořadí	Počet obyvatel	Průměrný věk	Vzdělanost	Podnik/obyv.	Nezaměstnanost	Přebytek/obyv.	Cizí zdroje/obyv.	Zadluženost	Potenciál CR
Obec		0,154	0,154	0,115	0,154	0,154	0,154			0,115
Slapy	1.	1.	4.	4.	2.	5.	7.	9.	9.	1.
Dražičky	2.	7.	1.	1.	1.	3.	3.	1.	3.	4.
Radimovice u Želče	3.	2.	3.	2.	3.	4.	8.	7.	7.	6.
Libějice	4.	9.	8.	3.	8.	2.	1.	5.	4.	3.
Řepeč	5.	3.	2.	5.	10.	1.	6.	4.	5.	8.
Radětice	6.	4.	9.	6.	6.	7.	2.	2.	2.	9.
Skrýchov u Malšic	7.	8.	5.	7.	3.	9.	5.	3.	1.	10.
Rataje	8.	5.	7.	9.	6.	6.	10.	10.	10.	5.
Dobronice u Bechyně	9.	10.	10.	10.	5.	8.	4.	6.	6.	2.
Zhoř u Tábora	10.	6.	6.	7.	9.	10.	9.	8.	8.	6.

Zdroj: Vlastní zpracování

V tabulce č. 12 je zachyceno celkové pořadí sledovaných obcí i podle vybraných kritérií. Konečné pořadí bylo stanoveno metodou WSA, váhy kritérií byly určeny pomocí bodovací metody. Nižší váhu mají ta kritéria, jejichž údaje jsou staršího data než z roku

2014. Jako první se umístily Slapy, které dosáhly nejhoršího umístění v kritériích týkajících se hospodaření obce. Následují Dražičky, které se ve většině hodnocení umístily na předních místech. Za průměrné obce lze označit Libějice, Řepeč a Radětice.

Poslední příčku obsadila obec Zhoř u Tábora, která se v žádném z kritérií neumís-tila lépe než na šestém místě. O něco lépe jsou na tom Dobronice u Bechyně, jejichž hodnocení zvyšuje především potenciál cestovního ruchu a také hospodaření obce. Uka-zatelé hospodaření spolu se vzdělaností přispěly k umístění Ratají až na osmém místě.

4.2. Analýza na základě primárních dat

4.2.1. Osobní výzkum

Pro zjištění toho, jak jsou obyvatelé spokojeni se životem ve sledovaných obcích, a co jim zde případně chybí, byl proveden osobní výzkum. Informace o výzkumu v jed-notlivých obcích lze najít v příloze č. 4. V rámci osobního výzkumu byl také hodnocen vzhled a vybavenost obce. Výsledky zobrazuje tabulka č. 13.

Tabulka 13: Vzhled a vybavenost obcí

Obec/oblast hodnocení	Vzhled				Vybavenost								
	veřejná prostranství	obytné objekty	podnikové objekty	průměr	pošta	obchod	veřejná knihovna	škola/škola	pohostinské zařízení	kulturní zařízení	hřiště/sportovní zařízení	SDH	dopravní spojení
Dobronice u Bechyně	2	2	2	2	-	A	A	-	A	-	A	A	L
Dražičky	1	1	-	1	-	-	-	-	A	-	A	A	M
Libějice	2	2	-	2	-	-	-	-	-	-	A	A	V
Radětice	1	1	1	1	-	A	A	-	A	A	A	A	L
Radimovice u Želče	2	1	2	1,7	-	-	A	A	A	A	A	A	M, L
Rataje	1	1	1	1	-	A	A	-	A	A	A	A	L
Řepeč	1	1	1	1	-	A	A	-	A	A	A	A	L
Skrýchov u Malšic	1	2	2	1,7	-	-	-	-	A	-	A	A	L
Slapy	1	1	2	1,3	A	A	A	A	A	-	A	A	M, L, V
Zhoř u Tábora	2	2	1	1,7	-	-	A	-	A	-	A	A	L

Pozn.: M = MHD, L = linková doprava, V = vlak, A = ano

Zdroj: Vlastní zpracování na základě osobního výzkumu

Vzhled obce byl hodnocen na stupnici:

- 1 = velmi dobrý, 2 = spíše dobrý, 3 = spíše špatný, 4 = velmi špatný

Z toho vyplývá, že čím nižší je hodnota ve sloupci průměr, tím lepší je celkový vzhled obce. Vybavenost obce byla ohodnocena tak, že za každé vybavení, které obec svým obyvatelům nabízí, byl přidělen vždy 1 bod. Obec s nejvyšším počtem bodů je tedy nejlépe vybavená.

Nejlépe hodnocené obce:

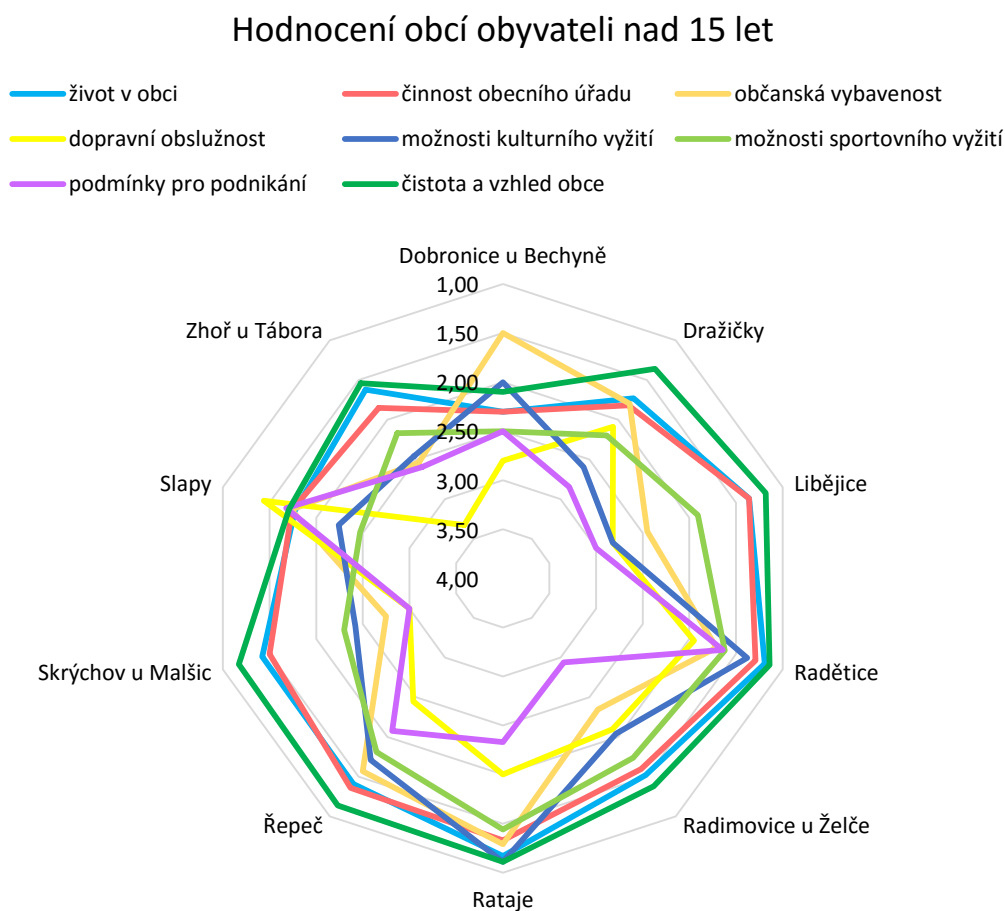
- Vzhled: Dražičky, Radětice, Rataje, Řepeč
- Vybavenost: Slapy, Radimovice u Želče

Nejhůře hodnocené obce:

- Vzhled: Dobronice u Bechyně, Libějice
- Vybavenost: Libějice, Dražičky, Skrýchov u Malšic

4.2.2. Dotazníkové šetření

Graf 1: Hodnocení obcí obyvateli nad 15 let



Zdroj: Vlastní zpracování

V rámci osobního výzkumu dále proběhlo dotazníkové šetření mezi obyvateli navštívených obcí. Dotazník byl vytvořen ve dvou verzích, první pro děti navštěvující 2. stupeň ZŠ, druhý pro obyvatele ve věku 15 a více let. Respondenti v rámci dotazníku odpovídali na otevřené otázky, jejichž vyhodnocení lze najít v příloze č. 5, i na otázky uzavřené, ve kterých hodnotili jednotlivé oblasti na stupnici:

- 1 = velmi dobrý, 2 = spíše dobrý, 3 = spíše špatný, 4 = velmi špatný

Vyhodnocení odpovědí obyvatel ve věku 15 a více let lze najít v tabulce č. 14, graficky jsou znázorněné také v grafu č. 1.

Tabulka 14: Hodnocení obcí obyvateli nad 15 let

Obec	život v obci	činnost obecního úřadu	občanská vybavenost	dopravní obslužnost	možnosti kulturního využití	možnosti sportovního využití	podmínky pro podnikání	čistota a vzhled obce	průměrné hodnocení obce
Dobronice u Bechyně	2,30	2,30	1,50	2,80	2,00	2,50	2,50	2,10	2,25
nedokázali posoudit (%)	-	-	-	-	-	-	-	-	
Dražičky	1,73	1,82	1,80	2,09	2,60	2,20	2,85	1,36	2,06
nedokázali posoudit (%)	-	-	9,09	-	9,09	9,09	36,36	-	
Libějice	1,36	1,36	2,45	2,82	2,82	1,91	3,00	1,18	2,11
nedokázali posoudit (%)	-	-	-	-	-	-	27,27	-	
Radětice	1,19	1,29	1,71	1,95	1,38	1,62	1,64	1,14	1,49
nedokázali posoudit (%)	-	-	-	4,76	-	-	47,62	-	
Radimovice u Želče	1,52	1,60	2,35	2,10	2,04	1,74	2,94	1,38	1,96
nedokázali posoudit (%)	3,13	6,25	3,13	6,25	12,50	15,63	46,88	-	
Rataje	1,17	1,33	1,29	2,00	1,11	1,44	2,33	1,11	1,47
nedokázali posoudit (%)	-	5,56	5,56	-	-	11,11	50,00	11,11	
Řepeč	1,41	1,36	1,57	2,45	1,71	1,81	2,08	1,14	1,69
nedokázali posoudit (%)	-	-	4,55	4,55	4,55	4,55	40,91	-	
Skrýchov u Malšic	1,42	1,50	2,75	3,00	2,42	2,30	3,00	1,17	2,20
nedokázali posoudit (%)	-	-	-	-	-	16,67	25,00	-	
Slapy	1,77	1,74	1,73	1,44	2,24	2,47	1,68	1,71	1,85
nedokázali posoudit (%)	-	11,43	5,71	5,71	2,86	14,29	20,00	-	
Zhoř u Tábora	1,62	1,85	2,54	3,33	2,46	2,17	2,60	1,54	2,26
nedokázali posoudit (%)	-	-	-	7,69	-	7,69	23,08	-	

Zdroj: Vlastní zpracování

Nejlépe hodnocené obce:

- Rataje, Radětice

Nejhůře hodnocené obce:

- Dobronice u Bechyně, Skrýchov u Malšic, Zhoř u Tábora

Tabulka 15: Hodnocení obce dětmi navštěvující 2. stupeň ZŠ

Obec	Život v obci	Možnosti trávení volného času	Dopravní spojení	Pořádání akcí	Vzhled a čistota obce	Průměr
Dražičky	2,00	2,50	2,50	1,50	1,00	1,90
Radimovice u Želče	1,00	1,00	1,00	1,33	1,33	1,13
Řepeč	1,00	2,00	2,50	2,00	1,50	1,80
Slapy	1,17	1,83	1,83	1,33	1,83	1,60
Zhoř u Tábora	1,50	2,00	2,00	2,50	2,00	2,00

Zdroj: Vlastní zpracování

Tabulka č. 15 zobrazuje hodnocení obcí dětmi, které navštěvují 2. stupeň základní školy. Děti v této věkové skupině byly zastiženy pouze v polovině ze sledovaných obcí. Jednotlivé oblasti byly opět hodnoceny na této stupnici:

- 1 = velmi dobrý, 2 = spíše dobrý, 3 = spíše špatný, 4 = velmi špatný

Nejlepších výsledků dosáhly v tomto případě Radimovice u Želče, nejhorších Zhoř u Tábora.

4.2.2.1. Vyhodnocení dotazníkového šetření

Z hodnocení obou věkových skupin rezidentů bylo následně určeno celkové hodnocení obcí. Pro hodnocení dětmi navštěvujícími 2. stupeň ZŠ byla stanovena váha 0,17, protože děti do 14 let tvoří v obcích, ze kterých se tyto dotazníky podařilo získat, průměrně 17 % obyvatel.

Celkové hodnocení obyvatel zobrazuje tabulka č. 16. Nejlépe byly rezidenty hodnoceny Rataje a Radětice, kde bylo průměrné hodnocení nižší než 1,50. Vyššího průměru než 2,00 dosáhla polovina obcí, nejhůře byly hodnoceny obce Skřýchov u Malšic, Dobronice u Bechyně a Zhoř u Tábora.

Tabulka 16: Hodnocení obcí na základě dotazníků

Obec	Celkové pořadí	Hodnocení obyvateli nad 15 let	Hodnocení dětmi navštěvující 2. stupeň ZŠ	Celkové hodnocení
		$w_k = 0,83$	$w_k = 0,17$	
Rataje	1.	1,47	-	1,47
Radětice	2.	1,49	-	1,49
Řepeč	3.	1,69	1,80	1,71
Slapy	4.	1,85	1,60	1,81
Radimovice u Želče	5.	1,96	1,13	1,82
Dražičky	6.	2,06	1,90	2,03
Libějice	7.	2,11	-	2,11
Skrýchov u Malšic	9.	2,20	-	2,20
Zhoř u Tábora	8.	2,26	2,00	2,22
Dobronice u Bechyně	10.	2,25	-	2,25

Zdroj: Vlastní zpracování

4.2.3. Pořadí obcí na základě vyhodnocení primárních dat**Tabulka 17: Pořadí obcí na základě vyhodnocení primárních dat**

Obec	Konečné pořadí	Vzhled	Vybavenost	Hodnocení obyvatel
		$w_k = 0,3$	$w_k = 0,3$	$w_k = 0,4$
Rataje	1.	1.	3.	1.
Radětice	2.	1.	3.	2.
Řepeč	3.	1.	3.	3.
Slapy	4.	5.	1.	5.
Radimovice u Želče	5.	6.	2.	4.
Dražičky	6.	1.	8.	6.
Zhoř u Tábora	7.	6.	6.	8.
Skrýchov u Malšic	8.	6.	8.	9.
Dobronice u Bechyně	9.	9.	6.	10.
Libějice	10.	9.	10.	7.

Zdroj: Vlastní zpracování

V tabulce č. 17 je zachyceno pořadí obcí na základě primárních dat získaných při osobním výzkumu. Za nejlépe hodnocené obce lze označit Rataje, Radětice a Řepeč.

Dobře hodnocené jsou také obce Slapy a Radimovice u Želče. Obce, které byly v některém z kritérií hodnoceny i na horším než osmém místě, jsou Dražičky, Zhoř u Tábora, Skrýchov u Malšic, Dobronice u Bechyně a Libějice které se v konečném hodnocení umístily nejhůře.

4.3. Celkové vyhodnocení výsledků

Tabulka 18: Celkové pořadí obcí

Obec	Pořadí na základě primárních dat	Pořadí na základě sekundárních dat	Rozdíl v umístění	Celkové pořadí obcí
	$w_k = 0,6$	$w_k = 0,4$		
Slapy	4.	1.	3	1.
Radětice	2.	6.	4	2.
Řepeč	3.	5.	2	3.
Rataje	1.	8.	7	4.
Radimovice u Želče	5.	3.	2	5.
Dražičky	6.	2.	4	6.
Libějice	10.	4.	6	7.
Skrýchov u Malšic	8.	7.	1	8.
Zhoř u Tábora	7.	10.	3	9.
Dobronice u Bechyně	9.	9.	0	10.

Zdroj: Vlastní zpracování

Tabulka č. 18 zachycuje celkové pořadí obcí. Kromě toho také zobrazuje porovnání pořadí obcí na základě primárních dat s pořadím na základě sekundárních dat. Na prvním místě se umístily Slapy, které se v obou hodnoceních umístily na předních místech. Jako druhé jsou Radětice, které byly v rámci osobního výzkumu hodnoceny nadprůměrně a na základě sekundárních dat průměrně. Podobně je na tom také třetí Řepeč. Za nimi následují Rataje, kde je možné vidět nejvýraznější rozdíl v pořadí – na základě sekundárních dat se umístily až na osmém místě, ale v hodnocení vyplývajícího z osobního výzkumu zvítězily.

Naopak nejméně úspěšné byly v hodnocení obce Skrýchov u Malšic, Zhoř u Tábora a Dobronice u Bechyně. Všechny tyto obce se v ani jednom ze dvou hodnocení neumístily na lepším než sedmém místě.

Na základě tohoto porovnání lze říci, že hypotéza „Pořadí obcí na základě vyhodnocení primárních dat bude stejné, jako pořadí na základě vyhodnocení dat sekundárních“ nebyla potvrzena.

4.3.1. Faktory úspěchu a neúspěchu obcí

Tabulka 19: Faktory úspěchu a neúspěchu obcí

Obce	Faktory úspěchu	Přilepšující faktory
1. Slapy	• celková spokojenost obyvatel	• dostatečná občanská vybavenost
2. Radětice	• dopravní obslužnost odpovídající potřebám obyvatel	• možnosti kulturního vyžití
3. Řepeč	• vyšší počet obyvatel	• podmínky vhodné pro podnikání
Obce	Faktory neúspěchu	Přihoršující faktory
8. Skrýchov u Malšic	• nižší spokojenost obyvatel	• nižší občanská vybavenost
9. Zhoř u Tábora	• nedostatečná dopravní obslužnost	• nedostatek možností pro kulturní vyžití
10. Dobronice u Bechyně	• nižší počet obyvatel	• horší podmínky pro podnikání

Zdroj: Vlastní zpracování

Faktory, které vykazují úspěšné a neúspěšné obce, jsou zobrazeny v tabulce č. 19. K dobrému umístění prvních tří obcí, ale i čtvrtých Ratají, přispělo nadprůměrné hodnocení obyvatel. Naopak poslední tři obce byly v dotaznících zhodnoceny nejhůře.

Dopravní obslužnost, která odpovídá potřebám obyvatel, je také jedním z faktorů, který může obci pomoci k lepšímu hodnocení. V prvních dvou obcích byla obslužnost hodnocena velmi kladně, i přesto, že v porovnání se Slapy nejezdí do Radetic takové množství spojů, u třetí Řepeč pak byla ohodnocena průměrně. Naopak v obcích, které se umístily na posledních třech příčkách, byla dopravní obslužnost hodnocena jako nedostatečná.

Obce umístěné na prvních 4 příčkách mají rovněž více než 200 obyvatel v porovnání s obcemi na konci pořadí, kde je počet obyvatel podprůměrný. Vyšší počet obyvatel lze tedy označit za další faktor, který pomohl úspěšným obcím k dobrému umístění.

Mezi faktory, které také mohou určitou měrou pomoci obci k úspěchu, lze zařadit dostatečnou občanskou vybavenost. Ale i přesto, že Dobronice u Bechyně disponují průměrnou občanskou vybaveností a místní obyvatelé ji hodnotí dokonce nadprůměrně, umístila se tato obec na posledním místě. Zbylým dvěma obcím, které se umístily mezi nejhoršími, chybí především obchod s potravinami. Ten nabízí právě úspěšnější obce.

K přilepšujícím faktorům lze dále zařadit také nabídku možností kulturního vyžití, a to i přesto, že v nejúspěšnější obci je právě tento faktor hodnocen spíše podprůměrně. V nejvýše umístěných obcích byly dále obyvateli nadprůměrně hodnoceny podmínky pro podnikání, zatímco v těch neúspěšných průměrně až podprůměrně. Kromě toho také v posledních třech obcích funguje nejméně podnikatelských subjektů.

Na základě tohoto shrnutí lze potvrdit hypotézu, že na úspěch obce má vliv více faktorů, ne pouze jeden.

5. Návrhová část

5.1. Faktory úspěchu/neúspěchu

5.1.1. Celková spokojenost obyvatel

Celková spokojenost obyvatel vyplývá z průměrného hodnocení obce obyvateli. Byla určena na základě vyhodnocení uzavřených otázek dotazníků, kde předmětem hodnocení byly různé oblasti, viz dotazník.

Schéma 1: Celková spokojenost obyvatel - brzdné a hybné síly

-5 ←	brzdné síly	hybné síly →	5
-3	střety zájmů	vzájemná dohoda	3
-3	nereálné požadavky občanů	přiměřené požadavky občanů	3
-5	rozhodování obce bez poskytnutí občanům možnosti vyjádřit se	získávání zpětné vazby od občanů, poskytnutí prostoru pro vyjádření	4
-5	neefektivní komunikace mezi obcí a občany	podpora informovanosti obyvatel	4
-4	neochota a lhostejnost obyvatel	ochota zapojení se do činností a rozhodování ze strany občanů	4
		posílení hrdosti obyvatel na to, že bydlí v dané obci	3
		zlepšení mezilidských vztahů	5
-20			26

Zdroj: Vlastní zpracování

Ukázkou působení hybných sil mohou být Radětice. V průběhu výzkumu bylo možné například shledat, že místní obyvatelé mají na obec přiměřené požadavky, projevovali spokojenost s tím, co obec nabízí, protože, jak sami říkali, další požadavky by byly pro obec pravděpodobně nereálné.

5.1.2. Dopravní obslužnost odpovídající potřebám obyvatel

Dopravní obslužnost lze charakterizovat počtem dopravních spojů a jejich četností. Pokud je v obci zajištěn dostatečný počet dopravních spojů a to v době, kdy je nejvyšší potřeba se dopravit do města a z města, je to pro obec a její obyvatele velká výhoda.

Schéma 2: Dopravní obslužnost odpovídající potřebám obyvatel - brzdné a hybné síly

-5 ←	brzdné síly	hybné síly	→ 5
-4	nízký počet obyvatel	vyšší počet obyvatel, snaha o přilákání nových obyvatel	3
-5	vysoká finanční náročnost	možnost financování z dotací	4
-1	dostatečná občanská vybavenost	nízká občanská vybavenost	2
-4	chybějící infrastruktura	existující infrastruktura	2
		děti, senioři, lidé bez auta	4
		podnik zaměstnávající i obyvatele z jiných obcí	3
-2	vyšší vytíženost životního prostředí		
-16			18

Zdroj: Vlastní zpracování

Dopravní obslužnost je často hodnocena jako nedostatečná v obcích, kde je v porovnání s ostatními obcemi podprůměrný počet obyvatel. Ve všech třech obcích, které v konečném hodnocení obsadily poslední příčky, se právě potřeba více dopravních spojení objevovala mezi odpověďmi v dotazníku. Hybnou silou ke zlepšení může být např. ve Skrýchově u Malšic nadprůměrný podíl dětí do 14 let i seniorů na celkovém počtu obyvatel, protože právě tyto skupiny obyvatel bývají v tomto ohledu jinak závislé na příbuzných. V té samé obci byla navíc nejhůře hodnocena také občanská vybavenost, hlavně chybějící obchod. To může být další důvod, proč zlepšit dopravní obslužnost a zabezpečit tak obyvatelům např. lepší možnost nákupu v nedalekých Malšicích.

5.1.3. Vyšší počet obyvatel

Schéma 3: Vyšší počet obyvatel - brzdné a hybné síly

-5 ←	brzdné síly	hybné síly	→ 5
-4	nedostatečná občanská vybavenost	dobrá občanská vybavenost obce	4
-3	zapadlost obce, větší vzdálenost od města, horší dostupnost	malá vzdálenost obce od města, dobrá dostupnost	4
-2	možný vznik sporů mezi starousedlíky a novými obyvateli	oživení obce, nové nápady	3

		stavební parcely, prázdné byty k pronájmu	5
		snaha o omlazení obce (mladé rodiny s dětmi)	4
-2	možné vzájemné „oddálení“ obyvatel obce		
-11			20

Zdroj: Vlastní zpracování

Podprůměrný počet obyvatel je problémem všech tří posledních obcí. Přesto však lze najít hybné síly, které mohou pomoci tento faktor úspěchu zlepšit. Například v Dobronicích u Bechyně to může být obyvateli dobře hodnocená občanská vybavenost, jejíž součástí je i obchod. Konkrétně této obci může přilákání nových obyvatel pomoci také k omlazení obce, protože průměrný věk je zde ze všech sledovaných obcí nejvyšší. Pro Zhoř u Tábora může být hybnou silou krátká vzdálenost od Plané nad Lužnicí. Naopak příliv nových obyvatel může brzdit v případě Skrýchova a Dobronic „zapadlost“ obce.

5.2. Přilepšující/přihoršující faktory

5.2.1. Dostatečná občanská vybavenost

Schéma 4: Dostatečná občanská vybavenost - brzdné a hybné síly

-5	←	brzdné síly	hybné síly	→	5
-3		nízký počet obyvatel	vyšší počet obyvatel, snaha o přilákání nových obyvatel		3
-4		dobré dopravní spojení do obce s vyšší občanskou vybaveností	uspokojení potřeb místních obyvatel bez nutnosti dojíždění do jiné obce		4
-3		rozdílné potřeby obyvatel dle jejich věku, pohlaví, atd.	vzájemná dohoda		3
			podpora společenského kontaktu/informovanosti/efektivního trávení volného času		3
-5		finanční náročnost vybudování a údržby objektů			
-15					13

Zdroj: Vlastní zpracování

Stejně jako v případě dopravní obslužnosti, bývá nedostatečná občanská vybavenost spojena s nižším počtem obyvatel, kdy příkladem může být opět Skrýchov u Malšic. Jak vyplynulo z průzkumu, nejdůležitější součástí občanské vybavenosti je obchod. Právě chybějící obchod byl nejcitelnějším nedostatkem ve Skrýchově u Malšic i Zhoří u Tábora. Ve Skrýchově dále byla požadována hospoda, protože zde funguje pouze klubovna. V Dobronicích u Bechyně však byla občanská vybavenost hodnocena nadprůměrně i přes horší celkové hodnocení. To by mohlo obci pomoci např. v přilákání nových obyvatel.

5.2.2. Možnosti kulturního vyžití

Schéma 5: Možnosti kulturního vyžití - brzdné a hybné síly

-5	←	brzdné síly	hybné síly	→	5
-4		organizační náročnost	ochota obyvatel zapojit se do organizace		3
-5		chybějící prostory pro pořádání kulturních akcí	existence kulturního či prostorného pohostinského zařízení		3
-5		finanční náročnost vybudování a údržby zařízení	možnost financování z grantů		4
-3		rozdílné představy o kultuře (děti x mladí lidé x senioři...)	vzájemná dohoda		3
-4		dobré dopravní spojení do obce nabízející více možností kulturního vyžití	nutnost cestovat za vyžitím do jiné obce (která by se tímto odstranila)		4
			děti, senioři (velké množství volného času), mladí lidé		4
			přilákání návštěvníků na tradiční akce		3
			činnost SDH a dalších spolků		3
-21					27

Zdroj: Vlastní zpracování

Obce Radětice a Rataje byly v oblasti kulturního vyžití hodnoceny nejlépe. V Radeticích například funguje divadelní spolek, který spolu s pořádanými akcemi, jak vyplývá z dotazníků, patří mezi faktory, které se místním v obci nejvíce líbí.

Důvodem ke zlepšení nabídky kulturních aktivit mohou být děti či senioři, kteří mají velké množství volného času. Jako příklad lze uvést opět Skrýchov u Malšic, kde by

se měla obec postarat o to, aby tyto skupiny obyvatel mohly efektivně využít volný čas bez nutnosti dojíždění do jiné obce. Dále například ve Zhoří u Tábora, jak vyplynulo z průzkumu, je kladně hodnocena činnost místního SDH. Právě sbor dobrovolných hasičů, děti a mladí lidé (průměrný věk místních obyvatel patří k nižším) mohou být v této obci hybnými silami ke zlepšení možností kulturního využití.

5.2.3. Podmínky vhodné pro podnikání

Schéma 6: Podmínky vhodné pro podnikání - brzdné a hybné síly

-5 ← ————— brzdné síly		hybné síly ————— → 5	
4	vzdálenost obce od města, „zapadlost obce“	dobrá dopravní dostupnost obce	3
2	neochota obyvatel vstoupit do rizika podnikání	podnikaví obyvatelé	2
		nabídka zaměstnání místním obyvatelům, snížení nezaměstnanosti	4
		využití nevyužívaných budov a prostor	3
		vzájemná podpora mezi obcí a podnikateli	2
		existence kulturní či přírodní zajímavosti (cestovní ruch)	3
4	negativní dopad na životní prostředí		
3	narušení venkovského vzhledu obce		
-13			17

Zdroj: Vlastní zpracování

Podmínky pro podnikání jsou dle hodnocení obyvatel nejlepší v Raděticích a Slapech, kde je rovněž registrováno nejvíce podnikatelských subjektů ze všech sledovaných obcí. V těchto dvou obcích je také v porovnání s ostatními nejvyšší procento obyvatel, kteří pracují přímo v obci, což může přispět ke snížení míry nezaměstnanosti.

Brzdnou silou pro obce, kde podmínky pro podnikání nejsou tak dobré, může být nevýhodná poloha obce či její vzdálenost od města. To může být případ Skřýchova u Malšic nebo Libějic, které byly v této oblasti obyvateli ohodnoceny nejhůře. Další nevýhodou může být i to, že v obci ani jejím okolí není žádná kulturní či přírodní zajímavost.

Právě jejich existence je hybnou silou především pro Dobronice u Bechyně, kde více než polovina podnikatelských subjektů podniká v oblasti služeb, nachází se zde ubytovací a rekreační zařízení.

5.3. Ideální stav

Tabulka č. 20 zobrazuje ideální stav jednotlivých oblastí faktorů úspěchu. Tento stav byl sestaven na základě situace v obcích, ve kterých byly uvedené faktory hodnoceny nejlépe. Tyto obce jsou vždy uvedeny u konkrétního faktoru v tabulce. K sestavení tabulky byly rovněž využity odpovědi z dotazníkových šetření ve všech obcích. Požadavky obyvatel a vlastní návrhy jsou pak uvedeny v tabulce se znaménkem +.

Tabulka 20: Ideální stav

Faktor	Oblast	Ideální stav
Spokojenost obyvatel <i>Rataje</i> <i>Radětice</i> <i>Řepeč</i>	ústní komunikace	- veřejné schůze - rozhlasová sdělení
	písemná komunikace	- úřední deska obce - vydávání obecních novin + dotazníková šetření
Počet obyvatel <i>Slapy</i> <i>Radětice</i>	využití internetu	- webové stránky obce + další možnosti (např. sociální sítě)
	pronájem obecních bytů, prodej stavebních pozemků	- inzerce na internetu - webové stránky obce + inzertní noviny, regionální tisk
Dopravní obslužnost <i>Slapy</i>	pravidelná doprava	- doprava do/z práce a školy - další spoje v časech potřeby (dopolední, odpolední, večerní)
	nepravidelná doprava	+ na zastávce/informační tabuli: - tel. číslo na TAXI + služba „Doprava k lékaři“
Občanská vybavenost	pošta	- ano
	obchod	- obchod se základním sortimentem - pojízdná prodejna

<i>Slapy</i> <i>Rataje, Radětice,</i> <i>Řepeč</i>		+ tel. číslo pečovatelská služba, služba typu „nákup až domů“
	veřejná knihovna	- možnost meziknihovní výpůjčky - veřejný internet - otevřena min. 1x za 14 dní
	škola/školka	- školka, případně 1. stupeň ZŠ
	pohostinské zařízení	- klubovna/hospoda/restaurace
	kulturní zařízení	- samostatné - nebo k tomuto účelu využívané pohostinské zařízení
	sportovní zařízení	- dětské hřiště - sportovní hřiště (fotbal, volejbal) - příp. tělocvična
	SDH	- funkční - sportovní vyžití dětí a mládeže
Možnosti kulturního vyžití <i>Radětice</i> <i>Rataje</i>	kulturní akce	- udržování tradičních akcí: (např. setkání rodáků, masopust, stavění Májky, pout', Mikulášská nadílka...) - pořádání dalších akcí: (např. hudební vystoupení, divadelní představení, plesy, výstavy, besedy) - činnost místních spolků, sdružení, SDH
Podmínky pro podnikání <i>Slapy</i> <i>Radětice</i>	informace o místních podnikatelích na webu obce	
	+ informování o možnostech dalšího vzdělávání v oblasti podnikání	
	+ výhodné nájemné pro podnikatele	

Zdroj: Vlastní zpracování

5.4. Návrhy pro zlepšení informačního servisu obce Skrýchov u Malšic

Konkrétní návrhy se v této bakalářské práci budou věnovat již pouze tomu, jak zlepšit informační servis obce a tím pomoci k dosažení ideálního stavu.

Následující doporučení jsou určena primárně obci Skrýchov u Malšic. Lze se však domnívat, že je pravděpodobně mohou použít i další obce. Obec byla vybrána z toho důvodu, že se umístila mezi třemi nejhůře hodnocenými obcemi. V hodnocení obyvatel dosáhla na předposlední místo, přičemž občanská vybavenost a dopravní obslužnost byly hodnoceny v porovnání s ostatními obcemi nejhůře, možnosti kulturního vyžití podprůměrně. Kromě toho, že jsou velmi záporně hodnoceny také podmínky pro podnikání, je ve Skrýchově také jedna z nejvyšších nezaměstnaností. Pokud by se tedy obci podařilo zlepšit podmínky pro podnikání, mohlo by to vést k tomu, že místní obyvatelé začnou podnikat, nebo pomohou přilákat malý podnik, který by místním obyvatelům nabídl zaměstnání.

Dalším důvodem této volby je také to, že hned po Ratajích (které však již úvěr využily) má tato obec nejvyšší bezpečnou výši případného úvěru celkem (16 737 tis. Kč) a na obyvatele (126 798 Kč). Jsou zde tedy dostatečné zdroje pro rozvoj a v případě úspěchu může vést k vyšší spokojenosti obyvatel, jako je tomu právě v Ratajích.

5.4.1. Ústní komunikace

Tabulka 21: Ústní komunikace

Veřejné schůze	
komunikační mix	- public relations
dopad na faktory	- spokojenost obyvatel
očekávaný přínos	- zvýšení informovanosti obyvatel, zapojení obyvatel do rozhodování o budoucnosti obce, získávání návrhů, zpětné vazby, vzájemné pochopení
místo, čas, frekvence	- klubovna (v případě zájmu obyvatel vybudovaná hospoda/restaurace) - min. 1x ročně - v podvečerních hodinách (od 16 či 17 hodin), ve všední den
požadavky	- náležitá příprava

	- distribuce pozvánek do schránek domů/přes webové stránky obce - tisk pozvánek, dotazníků, jiných materiálů - dobrá organizace celého setkání - dostatek míst na sezení - drobné občerstvení
rozpočtové dopady	<u>- náklady na drobné občerstvení:</u> - cca 700 Kč <u>- náklady na tisk:</u> - cca 200 Kč
obsah	<u>Informování a diskuze o:</u> - možnostech zlepšení dopravní obslužnosti obce - možnostech zlepšení občanské vybavenosti - obchod, pohostinské/kulturní zařízení, knihovna apod. - rozpočtových dopadech těchto možností - plánovaných kulturních akcí <u>Oznámení:</u> - chystané dotazníkové šetření
Rozhlasová sdělení	
komunikační mix	- reklama
dopad na faktory	- spokojenost obyvatel, kulturní vyžití
očekávaný přínos	- zvýšení informovanosti obyvatel, zvýšení účasti obyvatel na události
čas, frekvence	- o víkendu/v pracovní den odpoledne či navečer - v týdnu před událostí, akcí, životním jubileem, apod.
požadavky	- kvalitní ozvučení - vhodná znělka - srozumitelný a spisovný hlasový projev - řádná příprava oznámení, které má být sděleno
obsah	<u>Informování obyvatel o:</u> - konání veřejné schůze + pozvání - zahájení dotazníkového šetření - blížícím se konečném termínu pro odevzdávání dotazníků

	- vyhodnocení dotazníkového šetření a možnosti zhlédnutí výsledků - vyjednaném posílení dopravního spojení - zahájení prací na zlepšení občanské vybavenosti a případných omezeních (v závislosti na výsledcích šetření) - chystaných událostech + pozvání
--	---

Zdroj: Vlastní zpracování

5.4.2. Písemná komunikace

Obce Radětice, Rataje a Řepeč, které v hodnocení obyvatel obsadily první tři příčky, komunikují se svými obyvateli mimo jiné tím, že vydávají své obecní noviny. Těmito obcemi se může inspirovat i Skřýchov, zlepšit tak komunikaci s občany a tím přispět i k jejich vyšší spokojenosti.

Tabulka 22: Písemná komunikace

Úřední deska	
- dle § 26 Zákon č. 500/2004 Sb., správní řád	
Obecní noviny	
komunikační mix	- reklama
dopad na faktory	- spokojenost obyvatel, podmínky pro podnikání, kulturní vyžití
očekávaný přínos	- zvýšení informovanosti obyvatel, zvýšení účasti obyvatel na události, vzdělávání obyvatel, pobídka k ekonomické aktivitě obyvatel (snížení nezaměstnanosti)
frekvence	- pravidelně čtvrtletně - v tištěné a elektronické formě
požadavky	- formát A5 - úvodní strana + 3 – 5 stránek - tisk černobílý, v elektronické formě barevné - zajímavé grafické zpracování, které čtenáře zaujme - čtivý písemný projev, bez gramatických chyb
distribuce	- v tištěné podobě do schránek domů, stojanu u obecního úřadu apod. - v elektronické podobě na e-maily zájemců o odběr

	- možnost stažení na webových stránkách obce
rozpočtové dopady	- <u>náklady na tisk:</u> - 150 Kč/vydání
spoluúčast	- <u>obyvatelé:</u> - na obsahu (fotografie, náměty na články) - na grafickém zpracování novin
obsah	- informace z jednání zastupitelstva - nejdůležitější výsledky dotazníkového šetření - informování o plánovaných aktivitách - vyjednané posílení dopravního spojení - zahájení prací na zlepšení občanské vybavenosti a případných omezeních (v závislosti na výsledcích šetření) - pozvánky na pořádané akce, veřejné schůze apod. - reportáže z proběhlých akcí - rozhovory - možnosti rekvalifikace, dalšího vzdělávání - aktuální nabídka pracovních příležitostí
Informační letáčky, pozvánky	
komunikační mix	- reklama
dopad na faktory	- kulturní vyžití
očekávaný přínos	- zvýšení účasti místních obyvatel, ale i obyvatel jiných obcí na událostí
distribuce	- do schránek domů - vyvěšené na informační tabuli v obci - v tiskovinách (např. týdeník Tábořsko)
rozpočtové dopady	- <u>náklady na tisk pozvámek:</u> - 30 Kč/akci
obsah	- název akce - čas a místo - účastníci - občerstvení - další potřebné informace

Zdroj: Vlastní zpracování

5.4.3. Využití internetu

Internet je v současné době oblíbený a rozšířený zdroj informací. Toho by měly obce využít a snažit se nejen s místními obyvateli, ale i potenciálními novými obyvateli, návštěvníky či dalšími subjekty komunikovat právě prostřednictvím internetu. Webové stránky provozují všechny sledované obce, přesto jsou mezi nimi po obsahové stránce rozdíly. Porovnání webových stránek Skrýchova u Malšic a Radětic lze vidět v následující tabulce. Pro obec může být vhodné také využití sociálních sítí a odlišit se tím od obcí, které své profily na těchto sítích neprovozují.

Tabulka 23: Porovnání obsahu webových stránek Skrýchova u Malšic a Radětic

Skrýchov u Malšic	Radětice
- základní informace a historie obce - zastupitelstvo a jeho činnost - úřední deska, vyhlášky, povinné informace, výroční zprávy - e-podatelna - fotogalerie - kniha návštěv - kontakt - spolky a sdružení (prázdná stránka) - firmy (prázdná stránka)	- představení obce, historie, symboly - zastupitelstvo a jeho činnost - úřední deska, vyhlášky, povinné informace, výroční zprávy - e-podatelna - fotogalerie - kniha návštěv - kontakt - spolky - podnikatelé - zpravodaj (obecní noviny) - sport - kultura - zajímavosti v obci a okolí - virtuální prohlídka - program obnovy venkova - ankety
Přestože byly stránky spuštěny v roce 2011, nejsou dosud vyplněny některé oddíly, chybí příspěvky z aktuálního dění v obci.	Ze stránek Radětic lze zjistit mnoho informací o životě v obci - rozsáhlá fotogalerie, aktuální informace, obecní noviny...

Zdroj: Vlastní zpracování

Tabulka 24: Využití internetu

Webové stránky	
komunikační mix	- reklama
dopad na faktory	- spokojenost obyvatel, počet obyvatel, podmínky pro podnikání, kulturní vyžití, dopravní obslužnost
očekávaný přínos	- zvýšení informovanosti obyvatel, zvýšení účasti místních obyvatel i obyvatel jiných obcí na událostech, přilákání nových obyvatel, zvýšení poptávky místních podnikatelů
požadavky	- udržování aktuálnosti webu - možnost stažení obecních novin - možnost přihlášení k odebírání novinek na e-mail
obsah	- doplnění stránky Spolky a sdružení - doplnění stránky Firmy - název podnikatelského subjektu - předmět podnikání - otevírací doba - kontakt (telefon, e-mail, webové stránky) - výběrová řízení - doplnění fotogalerie, příp. videí - kulturní a přírodní zajímavosti v obci a okolí - turistické stezky, mapka - možnosti trávení volného času (kultura, sport) - informace o dopravním spojení - akce (pozvánky, reportáže) - virtuální prohlídka obce - nabídka ubytování a stravování
E-mail	
komunikační mix	- přímý marketing
dopad na faktor	- spokojenost obyvatel, kulturní vyžití
očekávaný přínos	- zvýšení informovanosti obyvatel, zvýšení účasti obyvatel na události
přihlášení k odběru novinek	- přes webové stránky obce

obsah	- informace z jednání zastupitelstva - rozeslání dotazníku v elektronické podobě - informování o plánovaných aktivitách - nejdůležitější výsledky dotazníkového šetření - vyjednané posílení dopravního spojení - zahájení prací na zlepšení občanské vybavenosti a případných omezeních (v závislosti na výsledcích šetření) - pozvánky na akce - obecní noviny v elektronické podobě
Další možnosti	
komunikační mix	- reklama, public relations
dopad na faktory	- spokojenost obyvatel, počet obyvatel, kulturní vyžití
očekávaný přínos	- zvýšení informovanosti obyvatel, zvýšení účasti místních obyvatel i obyvatel jiných obcí na událostech, přilákání nových obyvatel
Facebookový profil	- aktuality - krátké příhody z dění v obci - fotografie a videa - události - komunikace s občany pomocí chatu, zpráv...
Youtube	- představení obce prostřednictvím videa - publikování videí z akcí
spoluúčast	- <u>obyvatelé</u>: - správce stránky může být z řad obyvatel - obsah (příspěvky, komentáře, fotografie, videa) - <u>místní spolky a sdružení</u>: - obsah (pozvánky, aktivity)
inzerční servery	- nabídka bytů k pronájmu - prodej stavebních parcel

Zdroj: Vlastní zpracování

5.4.4. Dotazníkové šetření

Jak vyplynulo z průzkumu, dopravní obslužnost a občanská vybavenost byly ve Skřýchově hodnoceny jako jedny z nejhorších. Více dopravních spojů, obchod či větší hospoda patřily rovněž požadavkům, které místní obyvatelé uvedli v dotazníku. Jelikož bylo v obci osloveno pouze 12 obyvatel (tj. necelých 9 %), bylo by vhodné provést podrobnější dotazníkové šetření mezi všemi obyvateli a tím dosáhnout co nejvyšší relevance výsledků. Na základě těchto výsledků by pak obec mohla rozhodnout o případném posílení dopravních spojů do obce a z obce, zlepšení občanské vybavenosti apod.

Tabulka 25: Dotazníkové šetření

komunikační mix	- public relations
dopad na faktory	- spokojenost obyvatel, dopravní obslužnost, občanská vybavenost, kulturní vyžití, podmínky pro podnikání
očekávaný přínos	- získání povědomí o potřebách a požadavcích občanů, návrhů na zlepšení, zjištění ochoty obyvatel podílet se na fungování objektů občanské vybavenosti
realizace	- dotazníky rozdané na veřejných schůzích/distribuované do schránek - odevzdávané do určitého data do schránky obecního úřadu - možnost vyplnění elektronického dotazníku na webu obce/odkaz na dotazník v e-mailu
rozpočtové dopady	- <u>náklady na tisk:</u> - cca 400 Kč

Zdroj: Vlastní zpracování

5.4.4.1. Doporučené otázky dotazníku

Pro dotazníkové šetření si dovoluji navrhnout následující otázky. Dotazník bude však pravděpodobně poupraven či doplněn na základě diskuze obecního úřadu s obyvateli Skřýchova na veřejné schůzi.

1. Dopravní spojení do/z obce hodnotíte jako:

- všední dny

- velmi dostačující
- dostačující
- nedostačující
- velmi nedostačující

- soboty

- velmi dostačující
- dostačující
- nedostačující
- velmi nedostačující

- neděle/svátky

- velmi dostačující
- dostačující
- nedostačující
- velmi nedostačující

- v případě, že jste zvolil/a odpověď nedostačující/velmi nedostačující, pokuste se prosím doplnit následující tabulku, kde navrhnete:

	Obec odjezdu	Cílová obec	Navrhované časy odjezdu
Všední dny			
Soboty			
Neděle/svátky			

Využíval/a byste služby „Doprava k lékaři“?

- ano
- ne

2. Obchod:

Kolikrát týdně nakupujete základní zboží (např. pečivo)?

Kolikrát týdně provádíte „velké nákupy“ např. v Táboře?

Nákupy:

- provádím sám/a (nebo člen domácnosti)
- provádí někdo jiný

Uvítal/a byste možnost nakoupit si přímo v obci?

- ano
- ne

Pokud ano, k jaké z následujících možností se přikloníte?

- zavedení kamenné prodejny
- zajištění pojízdné prodejny
- služba „Nákup až do domu“
- jiné

V případě odpovědi a, nebo b, uveďte:

- otevírací dobu/dobu zajištění - dny:
- čas:
- požadované zboží:

3. Pohostinské zařízení (klubovna):

Prosím, ohodnoťte:

- velikost klubovny:

- dostačující
- nedostačující

- otevírací doba:

- dostačující
- nedostačující

- nabídka občerstvení:

- dostačující
- nedostačující

Výstavbu větší hospody/restaurace bych:

- uvítal/a
- neuvítal/a
- je mi to jedno

Pokud je Vaše odpověď uvítal/a, zvolte Vaše požadavky (lze více možností):

- nabídka:

- nápoje
- drobné občerstvení
- teplá jídla

- otevírací doba (OB = obědy, OD = odpoledne, V = večer)

- | | | | |
|-------------|----|----|---|
| • pátek | OB | OD | V |
| • sobota | OB | OD | V |
| • neděle | OB | OD | V |
| • jiné..... | OB | OD | V |

Přihlásil/a byste se do výběrového řízení na provozovatele hospody/restaurace?

- ano
- ne

Uvítal/a byste, kdyby součástí byl malý sálek pro pořádání různých akcí (veřejné schůze, kulturní akce, soukromé oslavy)?

- ano
- ne

Pokud ano, spoluúčastnil/a byste se na pořádání kulturních akcí?

- ano
- ne

Napadají vás konkrétní kulturní akce (vystoupení, výstavy, přednášky apod.), které byste rád/a ve své obci zažil/a?

.....

4. Veřejná knihovna:

Pokud by v obci fungovala veřejná knihovna, jejích služeb byste:

- využíval/a
- nevyžíval/a

Jestliže byste služeb knihovny využíval/a, navrhněte prosím:

- otevírací dobu a četnost otevření (např. 1x týdně...)
- umístění knihovny

V případě otevření knihovny byste:

- do jejího knihovního fondu svými nevyžívanými knihami:

- přispěl/a
- nepřispěl/a

- nevyžívaný nábytek či jiné věci:

- poskytl/a
- neposkytl/a

Měl/a byste zájem provozovat veřejnou knihovnu?

- ano
- ne

Účastnil/a byste se besed/přednášek apod. pokud by se v knihovně pořádaly?

- ano
- ne

Měl/a byste zájem zdokonalit se v práci s internetem, počítačem, programy MS Office?

- ano
- ne

5.4.4.2. Oblasti řešení v dotazníku

Tabulka 26: Oblasti řešení v dotazníku

Obchod		
kamenná prodejna	spoluúčast	- <u>dotace</u> : - financování výstavby/přestavby - <u>podnikatelský subjekt provozující prodejnu</u> (zvolený na základě výběrového řízení)
	rozpočtové dopady	- dle vítězné zakázky
	provozní doba	- zjištěna na základě dotazníkového šetření
pojízdná prodejna	spoluúčast	- <u>okolní obce</u> , kam by prodejna rovněž zajížděla
	frekvence	- zjištěna na základě dotazníkového šetření
	místo	- náves - naproti kapličky
služba „Nákup až do domu“	spoluúčast	- <u>podnikatel poskytující tuto službu</u> (zvolený na základě výběrového řízení)
	kontakt	- přes telefonní číslo uvedené na informační tabuli/webových stránkách - nebo přijímání objednávek předem na obecní úřad, poté přímo se službou komunikuje obec
Veřejná knihovna		
spoluúčast	- <u>obyvatelé</u> : - knihovník z řad obyvatel - vytvoření stálého knižního fondu - příp. další vybavení knihovny (nábytek, dekorace...)	
rezervace knih	- internetový katalog + rezervační systém - registrace pomocí e-mailu - SMS/telefonát - dostupnost knihy následně potvrzena SMS - žádost o zajištění meziknihovní výpůjčky (z Tábora)	
další služby	- upozornění na konec výpůjční doby e-mailem/SMS - informování o nových knihách e-mailem	

	- počítač s přístupem k internetu - veřejná wi-fi - heslo u knihovníka
další možnosti využití knihovny	- pořádání besed, výstavek, kurzů práce s internetem apod. - soutěž pro děti „O nejlepšího čtenáře“
Pohostinské zařízení	
spoluúčast	- <u>obyvatelé</u>: - provozní hospody může být z řad obyvatel (zvolený na základě výběrového řízení) - nepoužívané vybavení/dekorace apod. - <u>dotace</u>: - spoluúčast při financování
Kulturní vyžití	
kulturní zařízení	- jako součást pohostinského zařízení - příp. venkovní prostory
spoluúčast	- <u>obyvatelé</u>: - organizování akce - <u>spolky a sdružení, příp. podnikatelé</u>: - organizování akce, tombola apod.

Zdroj: Vlastní zpracování

5.4.5. Informační tabule v obci

Na vhodně umístěných a udržovaných informačních cedulích či tabulích mohou mít občané k dispozici 24 hodin denně přístupné informace týkající se např. dopravních spojení. V případě Skřýchova u Malšic by se tato tabule měla vyskytovat i v části obce Dudov.

Tabulka 27: Informační tabule v obci

komunikační mix	- reklama
dopad na faktory	- dopravní obslužnost, občanská vybavenost, kulturní vyžití, podmínky pro podnikání
očekávaný přínos	- zvýšení povědomí obyvatel i návštěvníků obce o dalších možnostech dopravy, nákupu (v případě zájmu zjištěného z dotazníkového šetření) a uplatnění se na trhu práce/podnikání

Jízdní řády	
místo	- zastávka v obci
požadavky	- udržení čitelnosti a nepoškozeného stavu po celou dobu jejich platnosti -> zamezení poškození vlivem počasí i člověka - v případě webových stránek obce udržování jejich aktuálnosti
TAXI	
místo	- zastávka - klubovna
obsah	- telefonní číslo
Služba „Doprava k lékaři“, „Nákup až do domu“ (v případě zájmu obyvatel)	
místo	- zastávka - informační tabule ve Skrýchově i Dudově - příp. webové stránky obce
obsah	- telefonní číslo - informace o objednávkách (jak dlouho předem apod.) - ceník
způsob objednání	- přijímání objednávek předem na obecní úřad, poté přímo se službou komunikuje obec
Informace pro podnikatele a nezaměstnané	
místo	- informační tabule ve Skrýchově i Dudově
obsah	- možnosti rekvalifikace - možnosti dalšího vzdělávání v oblasti podnikání - výběrová řízení pořádaná obcí + volná pracovní místa v okolí

Zdroj: Vlastní zpracování

5.5. Náklady na realizaci návrhů

Realizace uvedených návrhů na sebe váže finanční náklady a lidské zdroje. Nejen samotné realizaci, ale i přípravě je třeba věnovat určité množství času, aby přinesla požadovaný výsledek. Přibližné odhadované náklady pro Skrýchov u Malšic jsou uvedeny v tabulce 28.

Tabulka 28: Nároky na návrhy

Návrh	Finance	Čas	Lidé
veřejná schůze	do 1.000 Kč /schůzi - opakovaný výdaj	příprava 2 hodiny konání 2,5 hodiny	starosta, zastupitelstvo
rozhlasové sdělení	-	příprava 12 hodin/rok hlášení 4 hodiny/rok	hlasatel
obecní noviny	600 Kč/rok - opakovaný výdaj	vytvoření designu 1 hodina zpracování obsahu 8 hodin/rok distribuce 4 hodiny/rok	tvůrce vzhledu pisatel fotograf distribuce
pozvánky	500 Kč/rok - opakovaný výdaj	vytvoření 10 hodin/rok distribuce 10 hodin/rok	tvůrce pozvánky distribuce
webové stránky	- webové stránky jsou již v provozu	udržování aktuálnosti webu 24 hodin/rok	správce webových stránek
e-mail	-	napsání e-mailů	rozesílatel
další možnosti využití internetu	natočení videa o obci 8.000 Kč - jednorázový výdaj	vkládání příspěvků, odpovídání na zprávy, komentáře, nahrávání fotografií, videí 52 hodin/rok natočení videa o obci 5 hodin	správce profilů podnikatelský subjekt na natočení a postprodukci videa

dotazníkové šetření	400 Kč/šetření - jednorázový vý- daj - opakovaný v pří- padě potřeby	vytvoření dotazníku 2 hodiny distribuce 1 hodina vyhodnocení 5 hodin	tvůrce dotazníku distribuce zpracovatel výsledků
informační tabule v obci	120 Kč/rok - tisk oznámení 7.000 Kč - nákup informač- ních tabulí/vitríny	vyhledávání a zpraco- vání oznámení/infor- mací 30 hodin/rok	zpracovatel informací
celkem	17.620 Kč	172,5 hodin	starosta, zastupitelstvo 1 brigádník - distri- buce tiskovin 1 správce webových stránek a dalších in- ternetových profilů 1 podnikatelský sub- jekt na natočení a po- stprodukci videa + spoluúčast obyvatel

Zdroj: Vlastní zpracování

Na základě výsledků tabulky č. 28 lze říci, že pokud by Skrýchov u Malšic dosáhl pouze cca 3,5 % zisku roku 2014, nebylo by třeba pro úhradu nákladů spojených s návrhy využít úvěru. Kromě starosty a obecního zastupitelstva, kteří by určité činnosti vykonávali v rámci své pracovní doby, a spoluúčasti obyvatel obce, by k realizaci určitých činností byl pravděpodobně využit brigádník (např. na distribuci), a dále také správce webových stránek a dalších profilů např. na sociálních sítích. O natočení propagačního videa o obci by se za určitou částku postaral podnikatelský subjekt.

6. Závěr

Cílem této bakalářské práce bylo najít srozumitelné, jednoduché a přenositelné mechanismy pro zlepšení nabídky informačního servisu nejmenších obcí. Pro účely této práce bylo vybráno 10 obcí v okrese Tábor.

Prvním krokem bylo studium odborné literatury, která přispěla k orientaci v terminologii související s touto bakalářskou prací. Následně byla provedena analýza současného stavu deseti vybraných obcí. Ta byla realizována v rozdělení na sekundární data a primární data. V analýze sekundárních dat byla věnována pozornost socioekonomickým ukazatelům, hospodaření obcí a jejich kulturnímu a přírodnímu potenciálu. Primární data byla získána z osobního výzkumu v jednotlivých obcích.

Na základě analýz bylo stanoveno pořadí obcí podle sekundárních dat, primárních dat a také celkem. Díky tomuto porovnání se nepodařilo potvrdit hypotézu „Pořadí obcí na základě vyhodnocení primárních dat bude stejné, jako pořadí na základě vyhodnocení dat sekundárních“.

Ze sestaveného žebříčku pořadí obcí a porovnání nejlepších s nejhoršími vyplynuly faktory úspěchu či neúspěchu, kterými se nejlepší a naopak nejhorší obce vyznačují. Byly jimi celková spokojenost obyvatel, dopravní obslužnost odpovídající potřebám obyvatel a vyšší počet obyvatel. Za přilepšující faktory lze označit dostatečnou občanskou vybavenost, možnosti kulturního vyžití a podmínky vhodné pro podnikání. Vzhledem k tomu, že těchto faktorů bylo více, bylo možné potvrdit hypotézu, že na úspěch obce má vliv více faktorů, ne pouze jeden.

Na závěr byl shrnut ideální stav nejlepší obce. Na tomto základě byly poté vytvořeny konkrétní návrhy zacílené na informační servis obce, které mohou pomoci tohoto ideálního stavu obce dosáhnout. Návrhy byly přizpůsobeny Skřýchovu u Malšic, který se umístil mezi nejhůře hodnocenými obcemi. Byla navržena podoba a obsah veřejných schůzí či rozhlasových sdělení nebo informace zveřejňované na informačních tabulích v obci. Zajímavou možností komunikace s občany je také vydávání obecních novin, které se osvědčilo u obcí, které byly obyvateli hodnoceny nejlépe. Dále bylo doporučeno provedení dotazníkového šetření, které by mohlo obci pomoci zjistit, jakým způsobem by bylo vhodné, a pro obyvatele dostatečné, zlepšit občanskou vybavenost či dopravní obslužnost do obce. Doporučeno bylo také doplnění webových stránek obce či využívání dalších možností internetu, jako jsou sociální sítě či e-mailová komunikace.

Tyto návrhy mohou obci pomoci k lepší komunikaci se současnými či potenciálními obyvateli, což může vést k jejich vyšší spokojenosti či navýšení počtu obyvatel. Poskytují také možnost vyjádřit se k tomu, kam by obec měla směřovat či jaké služby by měla zajistit, a zapojit se do dění v obci. Přestože doporučení byla určena primárně pro Skřýchov u Malšic, mohou se jimi inspirovat rovněž další obce, které se potýkají s podobnými problémy.

7. Summary

The aim of this bachelor thesis was to find clear, simple and transferable mechanisms, how to improve the offer of information services of the smallest villages. For the purpose of the study there was chosen 10 villages in the Tábor district.

The first step was studying of literature, which helped with the orientation in terminology. After that, there was performed the analysis of the current state of chosen villages. The analysis was based on secondary data and primary data. In the analysis of secondary data, there was paid heed to socio-economic indicators, budgets and cultural and natural potential of the villages. The primary data were gained in a marketing research, which was implemented face to face in the villages.

According to the analysis, there was determined the order of the chosen villages based on primary data, based on secondary data and also the overall order. After this comparison there wasn't confirmed the hypothesis, that the order based on primary data and the order based on secondary data will be the same.

Then factors of success were emerged from the comparison of the best villages and the worst villages. The factors of success included the satisfaction of residents, transportation services and higher population. There were also other factors: amenities, opportunities for cultural activities and good conditions for business. It was possible to confirm the hypothesis, that there is not only one factor of success.

In conclusion there was summarised the ideal state of the villages. According to this state there were made concrete proposals targeted on the information services, which could help to achieve the ideal state of the village. The proposals were adapted for Skřýchov u Malšic, one of the worst-ranked villages. There was proposed the form and the content of the public meetings and the radio broadcast, and also information published on the information boards in the village. The interesting option, how to communicate with the residents, may be the publishing of village newspapers, which works in the best rated villages (by residents). The realisation of research, which could help the village to find out how to improve for example the amenities and transportation services to make residents satisfied, was also recommended. Skřýchov was also advised to complement the website and to use other internet opportunities, for example social networking and e-mail communications.

These proposals may help to better communication with current and also potential resident, so it could contribute to higher satisfaction of residents or increasing the population of the village. It also offer the opportunity for residents to comment the plans about the future of the village. Although the proposals were adapted primarily for Skřýchov u Malšic, other villages with similar problem may probably be inspired by it.

KEYWORDS:

Village, development plan of the village, information service

8. Seznam použitých zdrojů

- Barčík, T. (2013). *Strategický marketing*. Praha: Ústav práva a právní vědy.
- Bernard, J., Kostecký, T., Illner, M., & Vobecká, J. (2011). *Samospráva venkovských obcí a místní rozvoj*. Praha: Sociologické nakladatelství (SLON).
- Český statistický úřad. (26. březen 2011). *Tab. 112 Obyvatelstvo podle pohlaví a podle věku, rodinného stavu a nejvyššího ukončeného vzdělání v obci*. Načteno z Sčítání lidu, domů a bytů 2011: <http://vdb.czso.cz/sldbvo/#!stranka=podle-tematu&tu=30712&th=&v=&v>
- Český statistický úřad. (26. březen 2011). *Tab. 114 Zaměstnaní podle pohlaví a podle odvětví ekonomické činnosti a podle nejvyššího ukončeného vzdělání v obci*. Načteno z Sčítání lidu, domů a bytů 2011: <http://vdb.czso.cz/sldbvo/#!stranka=podle-tematu&tu=3071>
- Český statistický úřad. (26. březen 2011). *Tab. 115 Vyjíždějící do zaměstnání a škol v obci*. Načteno z Načteno ze Sčítání lidu, domů a bytů 2011: <http://vdb.czso.cz/sldbvo/#!stranka=podle-tematu&tu=30782&th=&v=&vo=null&vseuzemi=null&void=>
- Český statistický úřad. (26. březen 2011). *Tab. 714 Vyjíždějící do zaměstnání a do školy podle pohlaví, věku a podle obce vyjížděky a obce dojížděky*. Načteno z ČSÚ: https://www.czso.cz/documents/10180/20533974/dvok714_40347_tabor.pdf/2d7f79de-1eb1-43c9-9746-17227a20cce6?version=1.0
- Český statistický úřad. (31. prosinec 2014). *Statistický průvodce obcemi Jihočeského kraje 2015: Charakteristika obcí a podnikatelská sféra - ORP Tábor*. Načteno z ČSÚ: <https://www.czso.cz/documents/10180/20551867/33010715512.pdf/e96f40fb-dae6-4c81-88df-016ae61ca3f8?version=1.1>
- Český statistický úřad. (31. prosinec 2014). *Statistický průvodce obcemi Jihočeského kraje 2015: Věková struktura obyvatelstva - ORP Tábor*. Načteno z ČSÚ: <https://www.czso.cz/documents/10180/20551867/33010715412.pdf/930ce4f2-d9db-45e0-b234-f3d1ae1f14c9?version=1.1>
- Český statistický úřad. (31. prosinec 2014). *Věkové složení obyvatel podle krajů - obě pohlaví*. Načteno z Český statistický úřad: <https://www.czso.cz/documents/10180/20555203/13006715ri03.pdf/aca2ac23-16f4-45bb-bf75-87744bae5b99?version=1.0>
- Český statistický úřad. (31. prosinec 2014). *Vybrané statistické údaje za obec – okres Tábor*. Načteno z MOS - Městská a obecní statistika: <http://vdb.czso.cz/mos/okres.jsp?k=CZ0317>
- Český statistický úřad. (31. prosinec 2014). *Vybrané ukazatele za okres Tábor*. Načteno z Krajská správa ČSÚ v Českých Budějovicích: <https://www.czso.cz/documents/11256/34995529/CZ0317.pdf/3dbc4eaa-eacf-4ee7-8718-2887991762cb?version=1.7>

- Český statistický úřad. (30. červen 2015). *ČSÚ a územně analytické podklady - Aktuální údaje za kraje za rok 2014*. Načteno z Český statistický úřad: https://www.czso.cz/csu/czso/csu_a_uzemne_analyticke_podklady
- Český statistický úřad. (30. červen 2015). *ČSÚ a územně analytické podklady - Aktuální údaje za všechny obce ČR za rok 2014*. Načteno z ČSÚ: https://www.czso.cz/csu/czso/csu_a_uzemne_analyticke_podklady
- Drtina, F. (10. březen 2015). E-mailová korespondence - starosta obce Libějice. (M. Blafková, Tazatel)
- Foret, M. (1998). Státní správa a samospráva. V L. Janečková, & M. Vašítková, *Marketing měst a obcí* (str. 97). Praha: GRADA.
- Foret, M. (2013). *Marketing Communication in Public Administration*. Brno: Mendel University in Brno, Faculty of Regional Development and International Studies.
- Hannagan, T. J. (1996). *Marketing pro neziskový sektor*. (J. Novotná, Překl.) Praha: Management Press.
- Horáková, H. (2003). *Strategický marketing*. Praha: GRADA.
- Jakubíková, D. (2008). *Strategický marketing*. Praha: GRADA.
- Janečková, L., & Vašítková, M. (1999). *Marketing měst a obcí*. Praha: GRADA.
- Káňa, P. (2004). *Základy veřejné správy*. Ostrava: Montanex.
- Kašparová, L., Půček, M., & kolektiv. (2009). *Kohezní politika: Osídlení v České republice*. Ministerstvo pro místní rozvoj, Ústav územního rozvoje.
- Kotler, P. (2013). Moderní marketing: 4. evropské vydání. V T. Barčík, *Strategický marketing* (str. 13 a 14). Praha: Ústav práva a právní vědy.
- Koudelka, Z. (2006). *Obecní samospráva*. Brno: Občanské sdružení pro region.
- McDonald, M. (2012). Marketingový plán: příprava a úspěšná realizace. V T. Barčík, *Strategický marketing* (str. 13). Praha: Ústav práva a právní vědy.
- Město Tábor. (nedatováno). *Územní plány obcí*. Získáno 2015, z Tábor - oficiální web města: http://www.taborcz.eu/dp/id_ktg=1037&p1=1151
- Ministerstvo financí ČR. (6. listopad 2012). *Monitoring hospodaření obcí*. Načteno z MF ČR: <http://www.mfcr.cz/cs/verejny-sektor/uzemni-rozpocety/monitoring-hospodareni-obci>
- Ministerstvo financí ČR. (2014). *Územní monitor, Jihočeský kraj, okres Tábor*. Načteno z Informační portál MONITOR: <http://monitor.statnipokladna.cz/2014/>
- Ministerstvo financí ČR. (nedatováno). *Metodika*. Získáno 2015, z MONITOR: <http://monitor.statnipokladna.cz/2015/metodika/>
- MMR – Ústav územního rozvoje Brno. (2002). *Potenciál cestovního ruchu: Tabulková příloha: Obce*. Načteno z Databáze výzkumů a analýz agentury CzechTourism: http://vyzkumy.czechtourism.cz/0530_/potencial-cestovniho-ruchu

- Peková, J. (2004). *Hospodaření a finance územní samosprávy*. Praha: MANAGEMENT PRESS.
- Peková, J., & Pilný, J. (2002). *Veřejná správa a finance veřejného sektoru*. Praha: ASPI.
- Pelsmacker, P. D., Geuens, M., & Bergh, J. V. (2007). *Marketingová komunikace*. (V. Šafaříková, Překl.) Praha: GRADA.
- Provazníková, R. (2007). *Financování měst, obcí a regionů*. Praha: GRADA.
- Strnad, P., & Dědková, J. (2001). *Strategický marketing*. Liberec: Technická univerzita v Liberci.
- Svaz měst a obcí České republiky. (2010). *Příručka pro člena zastupitelstva obce po volbách v roce 2010*. Praha: SMO ČR.
- Šafránek, R. (9. březen 2015). E-mailová korespondence - starosta obce Rataje. (M. Blafková, Tazatel)
- Tomek, J. (2001). *Základy strategického marketingu*. Plzeň: Západočeská univerzita v Plzni.
- Zákon č. 128/2000 Sb. o obcích (2000).
- Zelenka, J. (2010). *Marketing cestovního ruchu*. Praha: Univerzita Jana Amose Komenského Praha.

9. Seznam tabulek, schémat, grafů a obrázků

9.1. Seznam tabulek

Tabulka 1: Obecné informace o sledovaných obcích (2014)	20
Tabulka 2: Struktura obyvatel podle věku a průměrný věk obyvatel (1. 1. 2015).....	21
Tabulka 3: Struktura obyvatel 15 -> let podle nejvyššího dosaženého vzdělání (%), (26. 3. 2011).....	22
Tabulka 4: Počet podnikatelských subjektů a jejich struktura podle právní formy (31. 12. 2014).....	23
Tabulka 5: Zaměstnaní a podnikatelské subjekty podle sektoru ekonomické činnosti (%)	24
Tabulka 6: Vyjíždějící do zaměstnání (%), (26. 3. 2011)	25
Tabulka 7: Nezaměstnaní (31. 12. 2014)	26
Tabulka 8: Hospodaření obcí (tis. Kč), (2012-2014)	28
Tabulka 9: Cizí zdroje a zadluženost obcí (2012-2014)	29
Tabulka 10: Průměry vybraných ukazatelů obcí v okrese Tábor (Kč), (2014).....	30
Tabulka 11: Potenciál cestovního ruchu (body), (2002)	31
Tabulka 12: Pořadí obcí dle vybraných kritérií a celkově	32
Tabulka 13: Vzhled a vybavenost obcí	33
Tabulka 14: Hodnocení obcí obyvateli nad 15 let.....	36
Tabulka 15: Hodnocení obce dětmi navštěvující 2. stupeň ZŠ	37
Tabulka 16: Hodnocení obcí na základě dotazníků	38
Tabulka 17: Pořadí obcí na základě vyhodnocení primárních dat	38
Tabulka 18: Celkové pořadí obcí	39
Tabulka 19: Faktory úspěchu a neúspěchu obcí.....	40
Tabulka 20: Ideální stav	47
Tabulka 21: Ústní komunikace	49
Tabulka 22: Písemná komunikace.....	51
Tabulka 23: Porovnání obsahu webových stránek Skrýchova u Malšic a Radětic	53
Tabulka 24: Využití internetu	54
Tabulka 25: Dotazníkové šetření.....	56
Tabulka 26: Oblasti řešené v dotazníku	60
Tabulka 27: Informační tabule v obci	61
Tabulka 28: Nároky na návrhy.....	63

9.2. Seznam schémat

Schéma 1: Celková spokojenost obyvatel - brzdné a hybné síly	42
Schéma 2: Dopravní obslužnost odpovídající potřebám obyvatel - brzdné a hybné síly	43
Schéma 3: Vyšší počet obyvatel - brzdné a hybné síly.....	43
Schéma 4: Dostatečná občanská vybavenost - brzdné a hybné síly	44
Schéma 5: Možnosti kulturního vyžití - brzdné a hybné síly	45
Schéma 6: Podmínky vhodné pro podnikání - brzdné a hybné síly.....	46

9.3. Seznam grafů

Graf 1: Hodnocení obcí obyvateli nad 15 let.....	35
--	----

9.4. Seznam obrázků

Obrázek 1: Metodický postup.....	17
----------------------------------	----

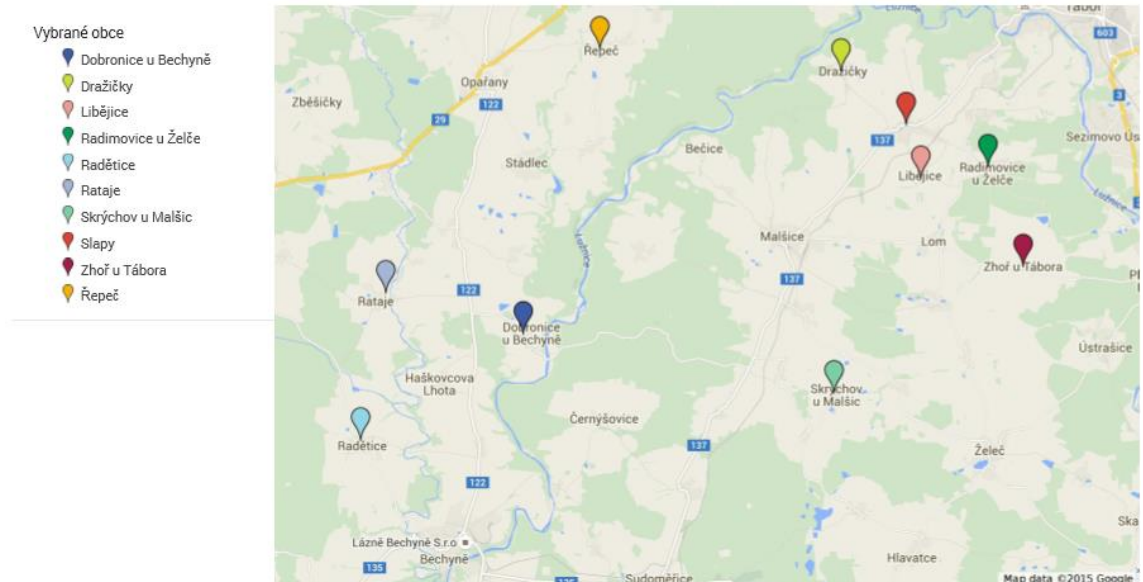
10. Seznam příloh

Příloha 1: Vybrané obce - mapa	75
Příloha 2: Dotazník.....	76
Příloha 3: Dotazník - 2. stupeň ZŠ	78
Příloha 4: Informace o výzkumu v jednotlivých obcích	80
Příloha 5: Vyhodnocení odpovědí na otevřené otázky dotazníku.....	81

11. Přílohy

Příloha 1: Vybrané obce - mapa

Vybrané obce



Zdroj: Google Maps (2015)

Příloha 2: Dotazník

DOTAZNÍK

Dobrý den,

jmenuji se Monika Blafková a jsem studentkou JČU v Českých Budějovicích. Dovoluji si Vás požádat o vyplnění krátkého dotazníku týkajícího se hodnocení obce, ve které žijete. Vaše odpovědi jsou zcela **anonymní**, získané údaje budou použity pro zpracování mé bakalářské práce na téma „Plán rozvoje obce (do 500 obyvatel)“.

U každé otázky, prosím, zakroužkujte vždy jen jednu odpověď. Jestliže u otázky **číslo 4** ohodnotíte některý podbod jako „velmi špatný“, uveďte prosím napravo od škály důvod této odpovědi. U otevřených otázek napište Vaši odpověď do rámce pod otázkou.

Děkuji Vám za vyplnění dotazníku a Váš čas.

1. Ve které obci žijete?

- | | |
|-----------------------|---------------------|
| • Dobronice u Bechyně | • Rataje |
| • Dražičky | • Řepeč |
| • Libějice | • Skrýchov u Malšic |
| • Radětice | • Slapy |
| • Radimovice u Želče | • Zhoř u Tábora |

2. Jak dlouho zde žijete?

- méně než 5 let • 5-20 let • více než 20 let

3. Dojíždíte do zaměstnání/školy? Pokud ano, uveďte kam:

4. Jak hodnotíte:

- celkově život v obci

0	0	0	0	0	
velmi dobrý	spíše dobrý	spíše špatný	velmi špatný	nedokážu posoudit	

- činnost obecního úřadu

0	0	0	0	0	
velmi dobrý	spíše dobrý	spíše špatný	velmi špatný	nedokážu posoudit	

- občanskou vybavenost

0	0	0	0	0	
velmi dobrý	spíše dobrý	spíše špatný	velmi špatný	nedokážu posoudit	

- dopravní obslužnost

0	0	0	0	0	
velmi dobrý	spíše dobrý	spíše špatný	velmi špatný	nedokážu posoudit	

- možnosti kulturního vyžití

0	0	0	0	0	
velmi dobrý	spíše dobrý	spíše špatný	velmi špatný	nedokážu posoudit	

Kód dotazníku:

Datum sběru:

- možnosti sportovního vyžití

0	0	0	0	0
velmi dobrý	spíše dobrý	spíše špatný	velmi špatný	nedokážu posoudit

.....

- podmínky pro podnikání

0	0	0	0	0
velmi dobrý	spíše dobrý	spíše špatný	velmi špatný	nedokážu posoudit

.....

- čistotu a celkový vzhled obce

0	0	0	0	0
velmi dobrý	spíše dobrý	spíše špatný	velmi špatný	nedokážu posoudit

.....

5. Uveďte prosím, co konkrétně se Vám v obci nejvíce líbí:

--

6. Co se Vám naopak nelíbí?

--

7. Na návštěvu k Vám přijedou Vaši přátelé/spolužáci/příbuzní. Co jim v obci, nebo jejím okolí ukážete?

--

8. Co jim naopak rozhodně neukážete?

--

9. Co Vám v obci chybí a co byste uvítali?

--

10. Vaše pohlaví?

• Muž

• Žena

11. Do jaké věkové skupiny se zařadíte?

• 15-64 let

• 65 -> let

12. Jste:

• žák/student

• na rodičovské dovolené

• zaměstnaný/á

• důchodce

• nezaměstnaný/á

• podnikatel

• v domácnosti

Příloha 3: Dotazník - 2. stupeň ZŠ**DOTAZNÍK – 2. stupeň ZŠ**

Dobrý den,

jmenuji se Monika Blažková a jsem studentkou JČU v Českých Budějovicích. Dovoluji si Tě požádat o vyplnění krátkého dotazníku týkajícího se hodnocení obce, ve které žiješ. Tvé odpovědi jsou zcela **anonymní**, získané údaje budou použity pro zpracování mé bakalářské práce na téma „Plán rozvoje obce (do 500 obyvatel)“.

U každé otázky, prosím, zakroužkuj vždy jen jednu odpověď. Jestliže u otázky **číslo 4** ohodnotíš některý podbod jako „velmi špatný“, uveď prosím napravo od škály důvod této odpovědi. U otevřených otázek napiš svou odpověď do rámečků pod otázkou.

Děkuji za vyplnění dotazníku a Tvůj čas.

13. Ve které obci žiješ?

- | | |
|-----------------------|---------------------|
| • Dobronice u Bechyně | • Rataje |
| • Dražičky | • Řepeč |
| • Libějice | • Skrýchov u Malšic |
| • Radětice | • Slapy |
| • Radimovice u Želče | • Zhoř u Tábora |

14. Jak dlouho zde žiješ?

- méně než 2 roky • 3-10 let • více než 10 let

15. Kam dojíždíš do školy?**16. Ohodnot' prosím:**

- celkově život v obci

0	0	0	0	
velmi dobrý	spíše dobrý	spíše špatný	velmi špatný	

- možnosti pro trávení volného času

0	0	0	0	
velmi dobrý	spíše dobrý	spíše špatný	velmi špatný	

- dopravní spojení do tvé obce

0	0	0	0	
velmi dobrý	spíše dobrý	spíše špatný	velmi špatný	

- pořádání zábavních/kulturních/sportovních akcí

0	0	0	0	
velmi dobrý	spíše dobrý	spíše špatný	velmi špatný	

- celkový vzhled a čistotu obce

0	0	0	0	
velmi dobrý	spíše dobrý	spíše špatný	velmi špatný	

17. Co se Ti v Tvé obci nejvíce líbí?

Kód dotazníku:

Datum sběru:

18. Co se Ti naopak nelíbí?

19. Na návštěvu přijedou Tví kamarádi/spolužáci? Co jim ukážeš, kam je vezmeš, a naopak, co bys jim rozhodně neukázal?

20. Co Ti v obci chybí a co bys zde uvítal?

21. Jsi:

• Muž

• Žena

22. Jaký ročník navštěvuješ?

• 6.

• 7.

• 8.

• 9

Příloha 4: Informace o výzkumu v jednotlivých obcích

Obec	Datum sběru	Počet hodin	Počasí	Počet dotazníků (skutečnost/plán)				Počet oslovených	Počet odmítnutí	Úspěšnost (%)
				0-14 let	15-64 let	65 - > let	celkem			
Dobronice u Bechyně	22. 10. 2015	2	10 °C/O	0/0	6/7	4/3	10	12	2	83,3
Dražičky	24. 8. 2015 3. 9. 2015	3	24 °C/P, V 18 °C/Z	2/3	8/8	3/2	13	15	2	86,7
Libějice	13. 10. 2015	2	6°C/Z	0/1	9/7	2/3	11	17	6	64,7
Radětice	26. 8. 2015	3,5	25 °C/J	0/2	16/15	5/4	21	25	4	84
Radimovice u Želče	24. 8. 2015 15. 10. 2015	4,5	24 °C/J, V	3/5	25/25	7/5	35	40	5	87,5
Rataje	26. 10. 2015 27. 10. 2015	3	13 °C/Z	0/2	12/13	6/3	18	21	3	85,7
Řepeč	23. 10. 2015 26. 10. 2015	3,5	13 °C/P 13 °C/Z	2/4	18/16	4/4	24	28	4	85,7
Skrýchov u Malšic	22. 10. 2015	2	10 °C/Z	0/2	9/8	3/2	12	15	3	80
Slapy	12. 10. 2015	4,5	5 °C/J	6/6	29/28	6/7	41	43	2	95,3
Zhoř u Tábora	19. 10. 2015	2	10 °C/Z	2/2	10/10	3/3	15	16	1	93,8

Pozn.: J = jasno, O = oblačno, P = polojasno, V = větrno, Z = zataženo

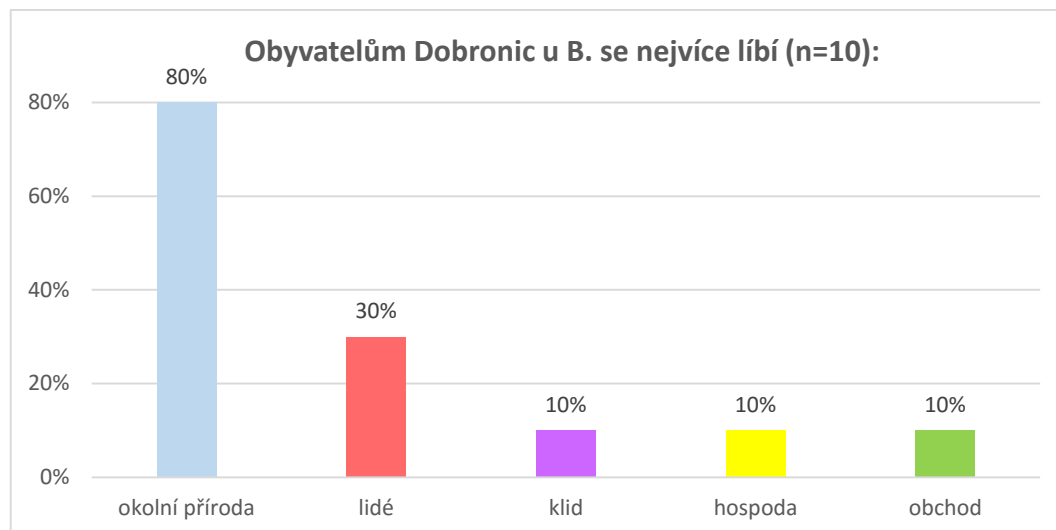
Zdroj: vlastní zpracování

Příloha 5: Vyhodnocení odpovědí na otevřené otázky dotazníku

1. Dobronice u Bechyně

1.1. Obyvatelům se nejvíce líbí:

Graf 1: Obyvatelům Dobronic u Bechyně se nejvíce líbí:



Zdroj: vlastní zpracování

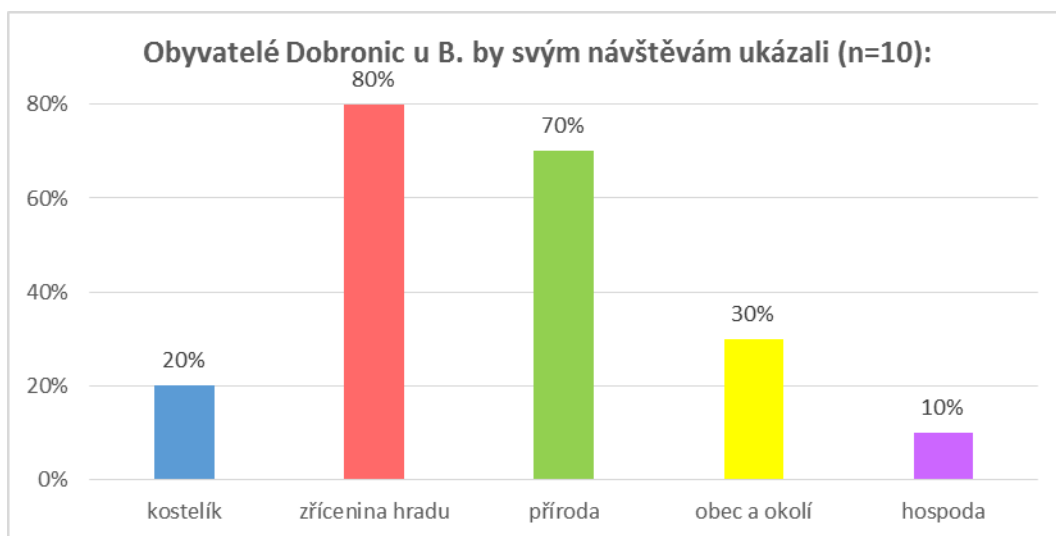
- funguje zde hospoda a obchod

1.2. Obyvatelům se nelíbí:

- některá neudržovaná zákoutí obce, obydlí a jejich zahrady (chalupáři mají své chalupy v mnohem lepším stavu než místní)
- zřícenina hradu není přístupná veřejnosti
- zapadlost obce
- „mrtvo“ mimo turistickou sezónu

1.3.Obyvatelé by ukázali:

Graf 2: Obyvatelé Dobronic u Bechyně by svým návštěvám ukázali:



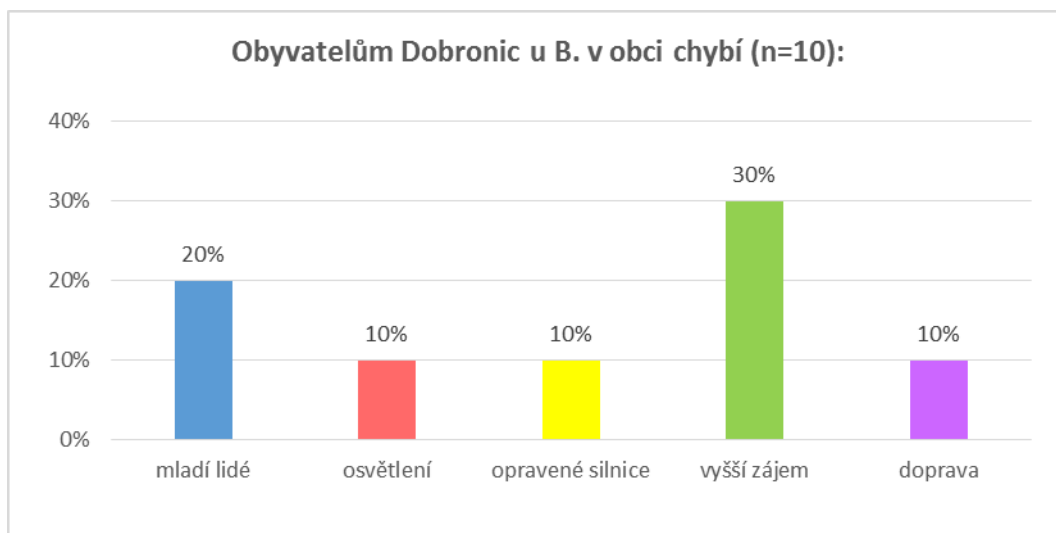
Zdroj: vlastní zpracování

1.4.Obyvatelé by neukázali:

- některé hůře udržované domy a jejich zahrady
- kravín

1.5.Obyvatelům chybí:

Graf 3: Obyvatelům Dobronic u Bechyně v obci chybí:



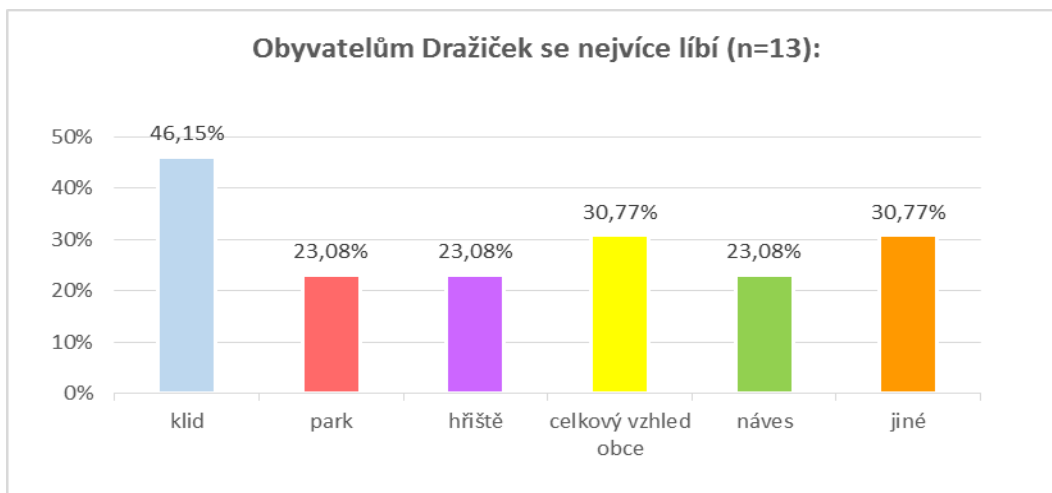
Zdroj: vlastní zpracování

- zájem = vyšší zájem místních o vzhled a údržbu obce
- osvětlení = delší doba svícení pouličního osvětlení

2. Dražičky

2.1. Obyvatelům se nejvíce líbí:

Graf 4: Obyvatelům Dražiček se nejvíce líbí:



Zdroj: Vlastní zpracování

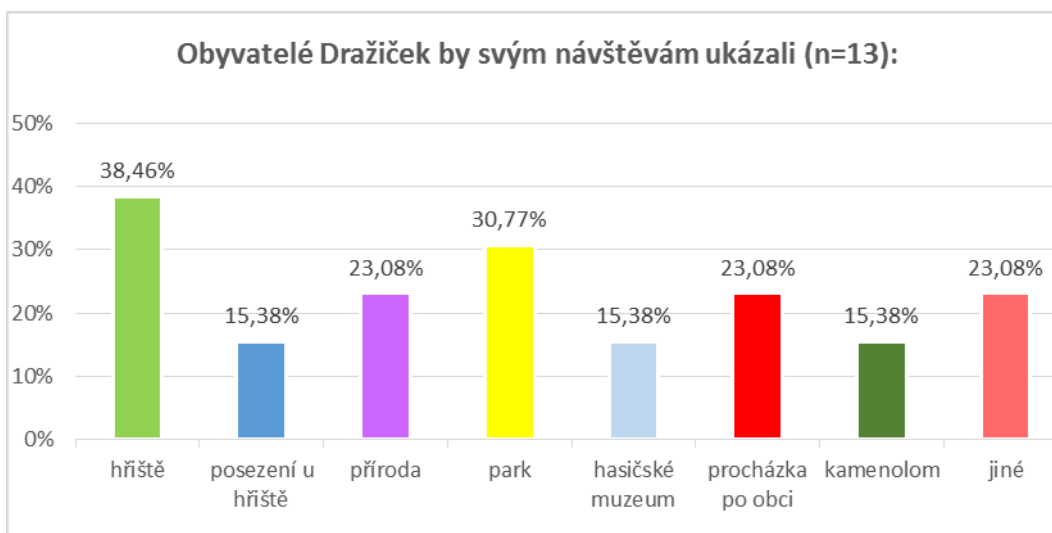
- jiné = dobré sousedské vztahy, okolní příroda, ovocné aleje, hasičské muzeum

2.2. Obyvatelům se nelíbí:

- hluk z nedalekého kamenolomu
- rozcházející se názory starousedlíků a novějších obyvatel

2.3. Obyvatelé by ukázali:

Graf 5: Obyvatelé Dražiček by svým návštěvám ukázali:



Zdroj: vlastní zpracování

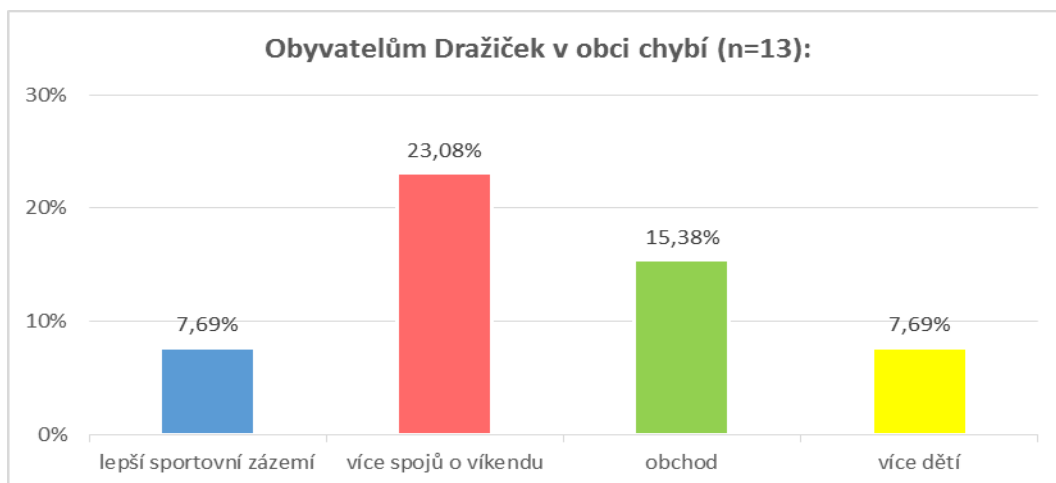
- jiné = okolní příroda, naučná stezka, místní architektura

2.4.Obyvatelé by neukázali:

- kamenolom

2.5.Obyvatelům chybí:

Graf 6: Obyvatelům Dražiček v obci chybí:

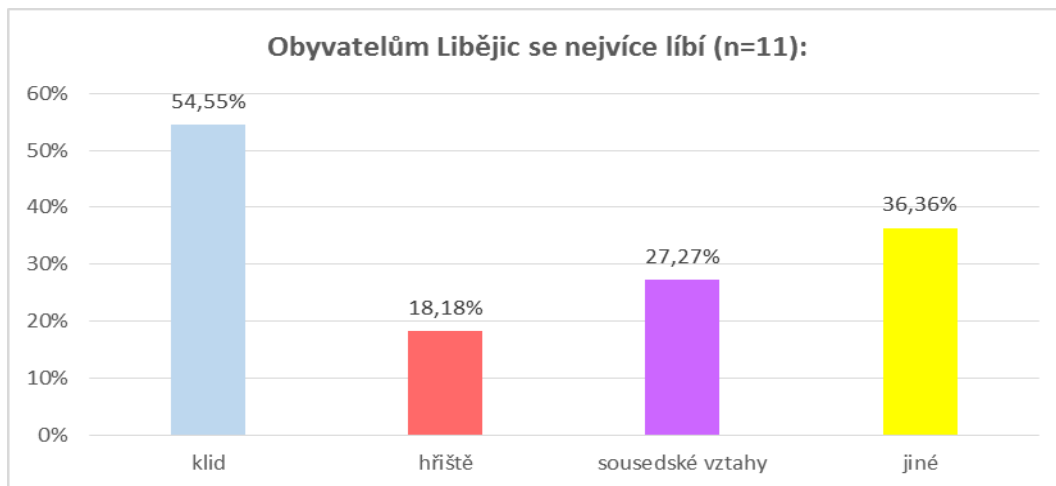


Zdroj: vlastní zpracování

3. Libějice

3.1.Obyvatelům se nejvíce líbí:

Graf 7: Obyvatelům Libějic se nejvíce líbí:



Zdroj: vlastní zpracování

- jiné = činnost starosty, čistota obce, blízkost k Táboru

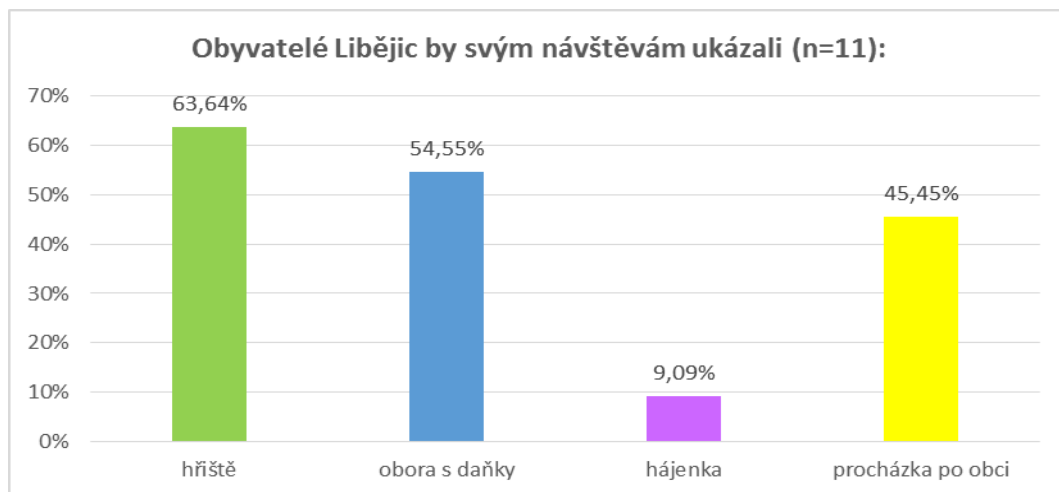
3.2.Obyvatelům se nelíbí:

- špatné dopravní spojení (vlak 1 km za obcí, autobusy ve Slapech)
- izolace obce od kultury, zájmových činností pro děti apod.

- neotevřenost starousedlíků novým věcem
- složení obecního zastupitelstva
- kvalita ovzduší v topné sezóně
- sousedské vztahy

3.3.Obyvatelé by ukázali:

Graf 8: Obyvatelé Libějic by svým návštěvám ukázali:



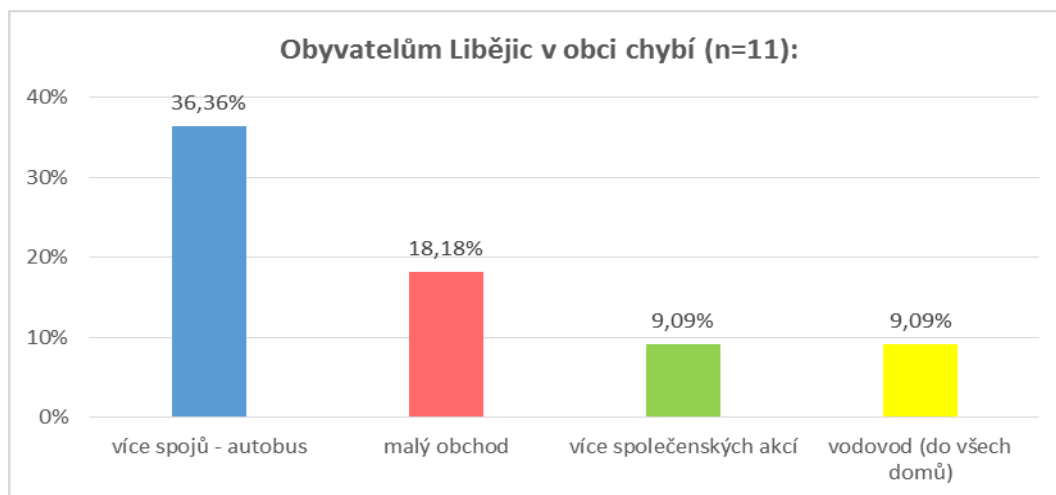
Zdroj: vlastní zpracování

3.4.Obyvatelé by neukázali:

- kravín
- některé neudržované domy, nepořádek na některých zahradách

3.5.Obyvatelům chybí:

Graf 9: Obyvatelům Libějic v obci chybí:

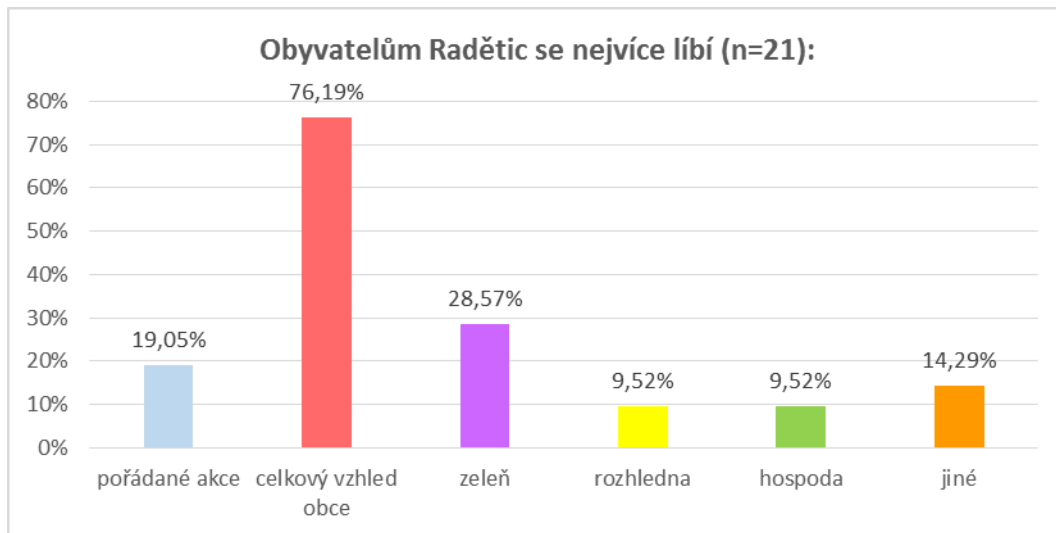


Zdroj: vlastní zpracování

4. Radětice

4.1. Obyvatelům se nejvíce líbí:

Graf 10: Obyvatelům Radětic se nejvíce líbí:



Zdroj: vlastní zpracování

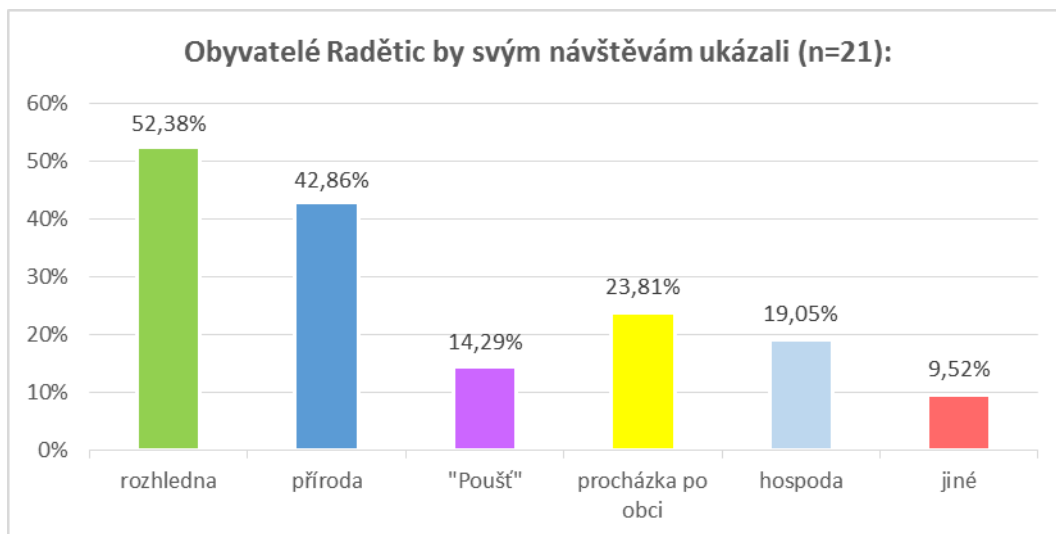
- jiné = náves, dobré sousedské vztahy, divadelní spolek

4.2. Obyvatelům se nelíbí:

- fotbalové hřiště
- sousedské vztahy
- ubývání zeleně

4.3. Obyvatelé by ukázali:

Graf 11: Obyvatelé Radětic by svým návštěvám ukázali:



Zdroj: vlastní zpracování

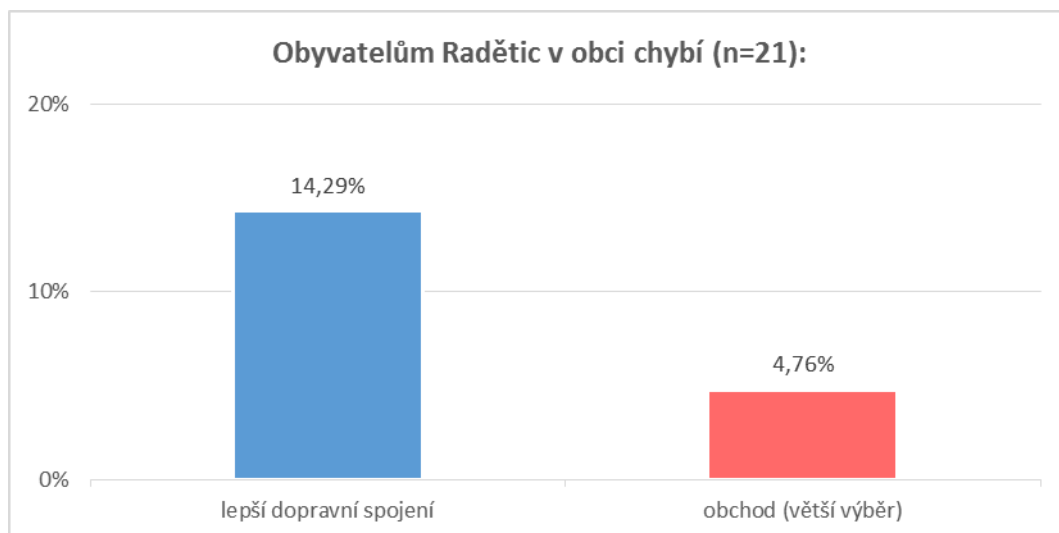
- jiné = náves, sluneční hodiny

4.4. Obyvatelé by neukázali:

- fotbalové hřiště (1 respondent)

4.5. Obyvatelům chybí:

Graf 12: Obyvatelům Radětic v obci chybí:

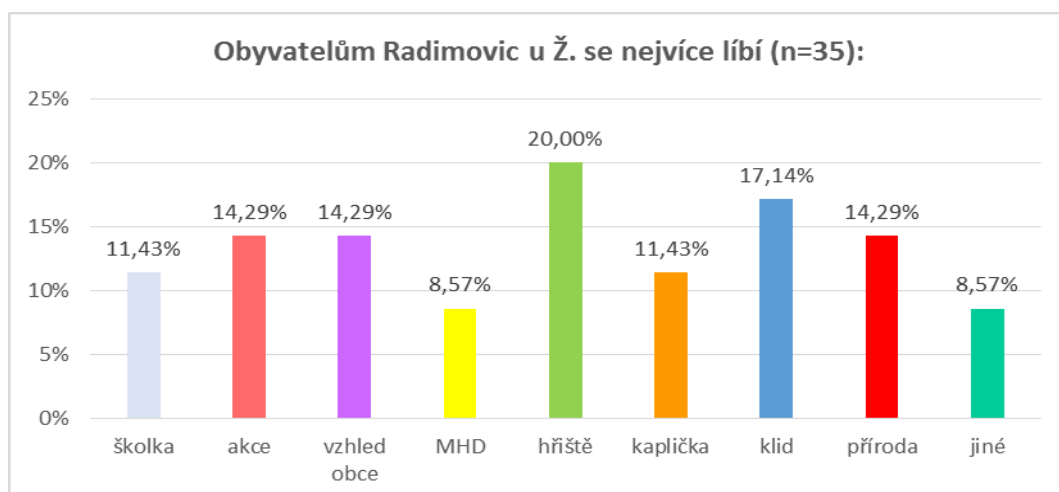


Zdroj: vlastní zpracování

5. Radimovice u Želče

5.1. Obyvatelům se nejvíce líbí:

Graf 13: Obyvatelům Radimovic u Želče se nejvíce líbí:



Zdroj: vlastní zpracování

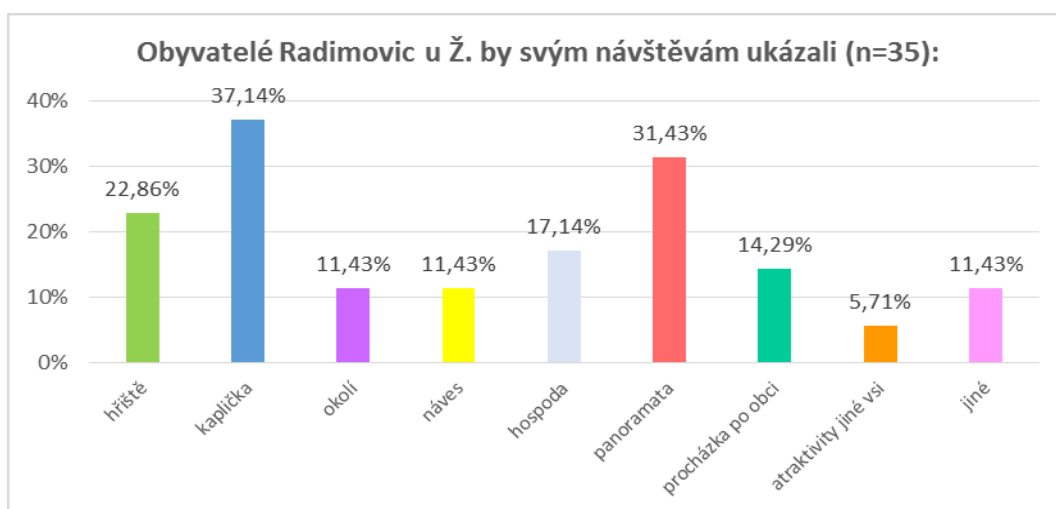
- jiné = náves, dostupnost kontejnerů na tříděný odpad, blízkost Tábora

5.2.Obyvatelům se nelíbí:

- zanedbané koupaliště
- málo dopravních spojů o víkendech
- sousedské vztahy
- zápach z místního zemědělského družstva

5.3.Obyvatelé by ukázali:

Graf 14: Obyvatelé Radimovic u Želče by svým návštěvám ukázali:



Zdroj: vlastní zpracování

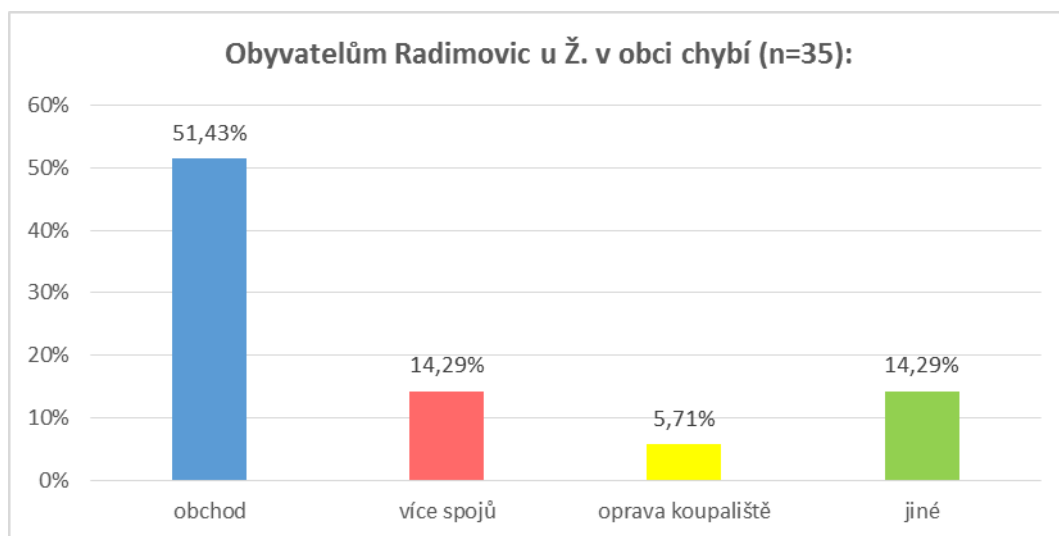
- atraktivita jiné vsi = Větrovy – ZOO, rozhledna Hýlačka
- jiné = koupaliště, školka, kostelík

5.4.Obyvatelé by neukázali:

- koupaliště
- rybník
- některá neudržovaná obydlí a nepořádek na některých zahradách

5.5.Obyvatelům chybí:

Graf 15: Obyvatelům Radimovic u Želče v obci chybí:



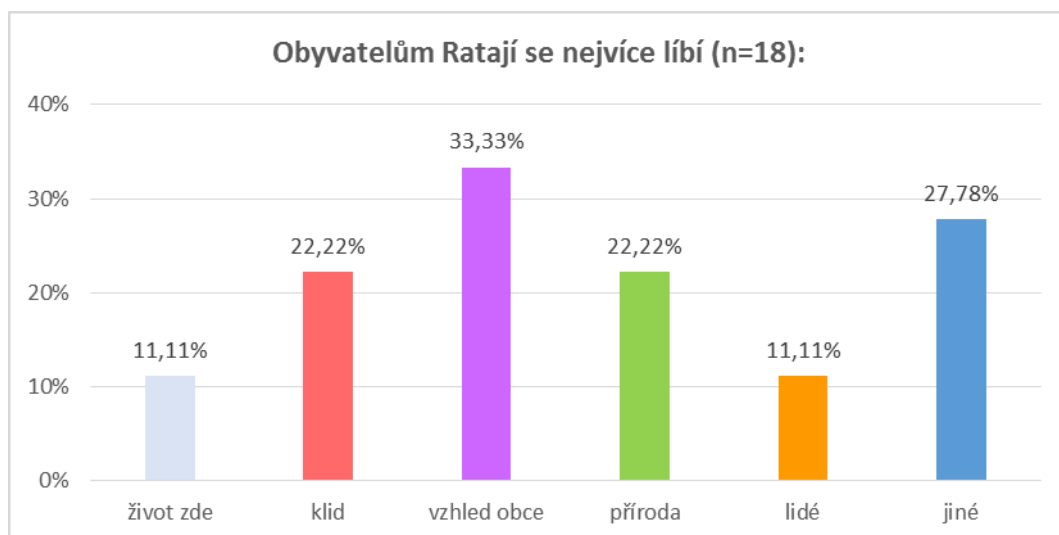
Zdroj: vlastní zpracování

- více spojů = hlavně o víkendu
- jiné = více aktivit pro důchodce, větší podpora sportu

6. Rataje

6.1.Obyvatelům se nejvíce líbí:

Graf 16: Obyvatelům Ratají se nejvíce líbí:



Zdroj: vlastní zpracování

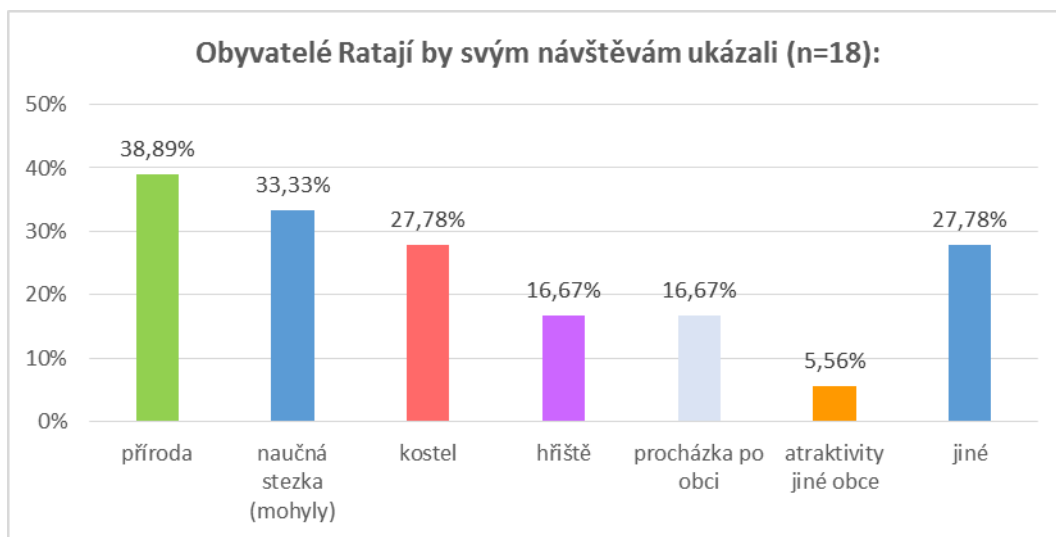
- jiné = hospoda, možnosti kulturního a sportovního vyžití, starost obce o děti

6.2.Obyvatelům se nelíbí:

- sousedské vztahy (1 respondent)

6.3.Obyvatelé by ukázali:

Graf 17: Obyvatelé Ratají by svým návštěvám ukázali:



Zdroj: vlastní zpracování

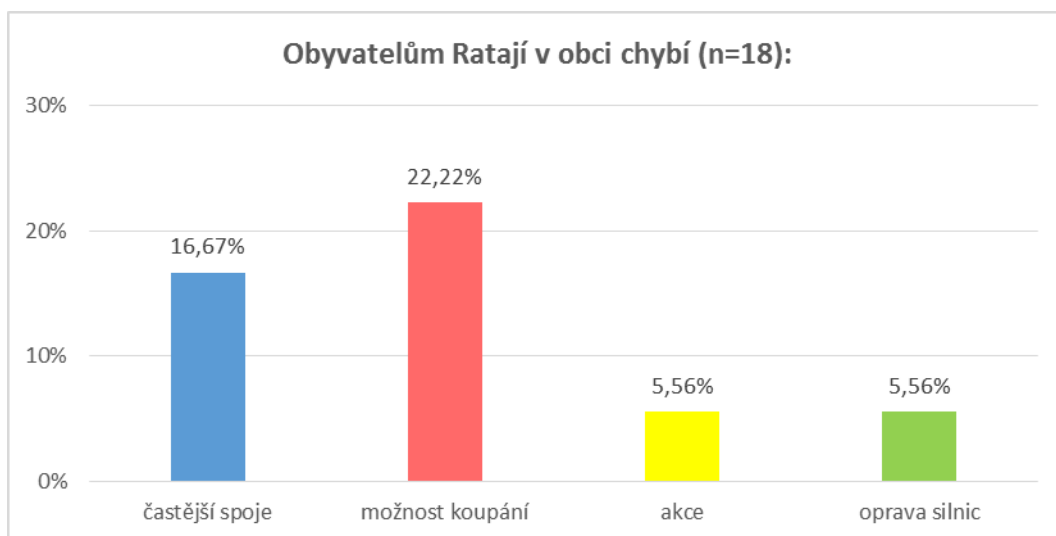
- atraktivita jiné obce = Stádlecký most
- jiné = výlet po cyklostezkách, hřbitov, hospoda

6.4.Obyvatelé by neukázali:

- zemědělské družstvo

6.5.Obyvatelům chybí:

Graf 18: Obyvatelům Ratají v obci chybí:

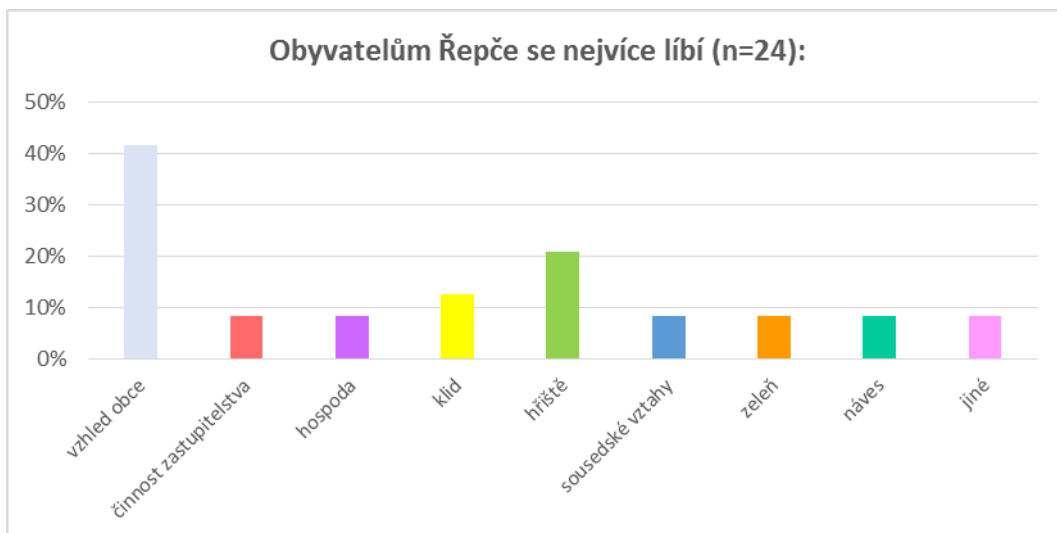


Zdroj: vlastní zpracování

7. Řepeč

7.1. Obyvatelům se nejvíce líbí:

Graf 19: Obyvatelům Řepče se nejvíce líbí:



Zdroj: vlastní zpracování

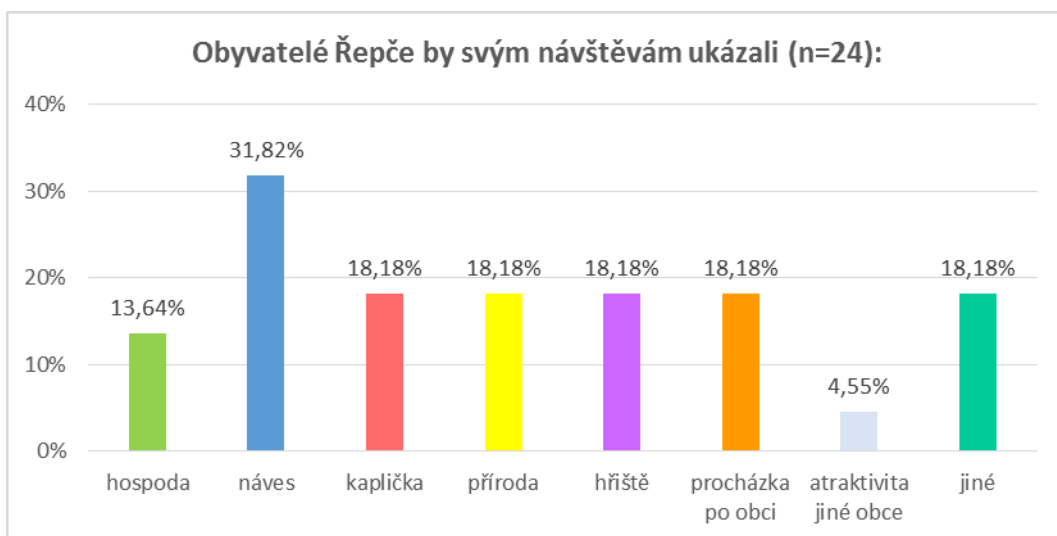
- jiné = okolní příroda, novostavby

7.2. Obyvatelům se nelíbí:

- sousedské vztahy

7.3. Obyvatelé by ukázali:

Graf 20: Obyvatelé Řepče by svým návštěvám ukázali:

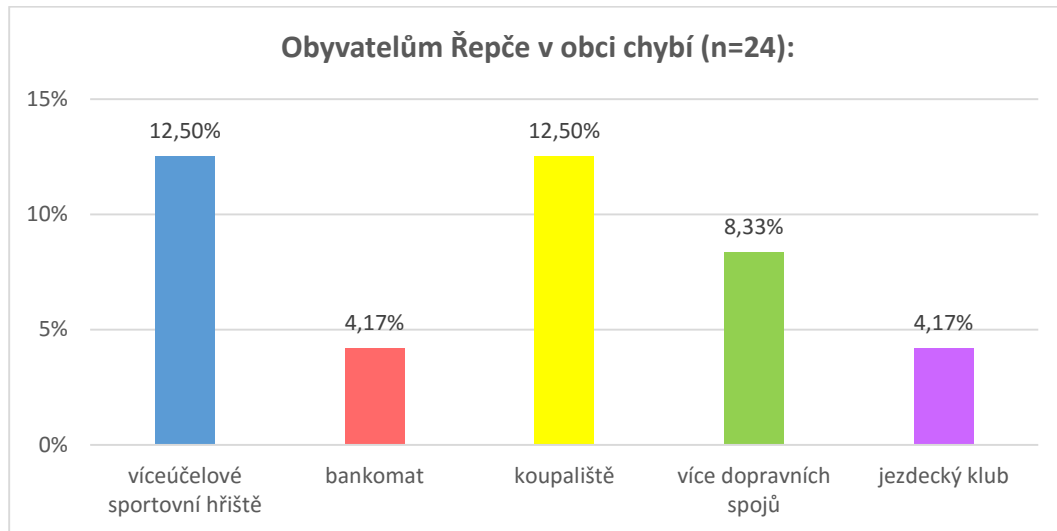


Zdroj: vlastní zpracování

- atraktivita jiné obce = Stádlecký most
- jiné = park, vyhlídka na obec, mohyly

7.4.Obyvatelům chybí:

Graf 21: Obyvatelům Řepče v obci chybí:

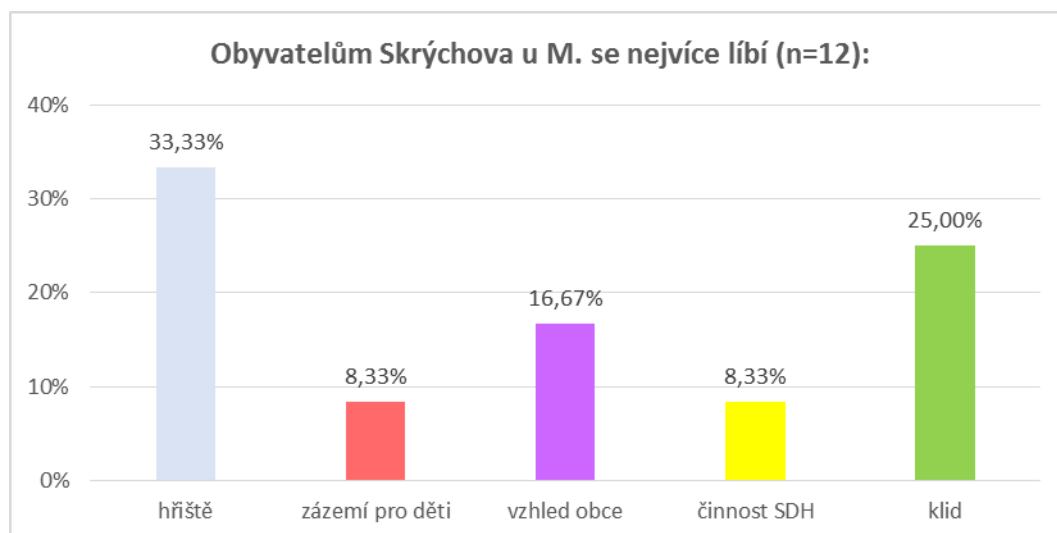


Zdroj: vlastní zpracování

8. Skrýchov u Malšic

8.1.Obyvatelům se nejvíce líbí:

Graf 22: Obyvatelům Skrýchova u Malšic se nejvíce líbí:



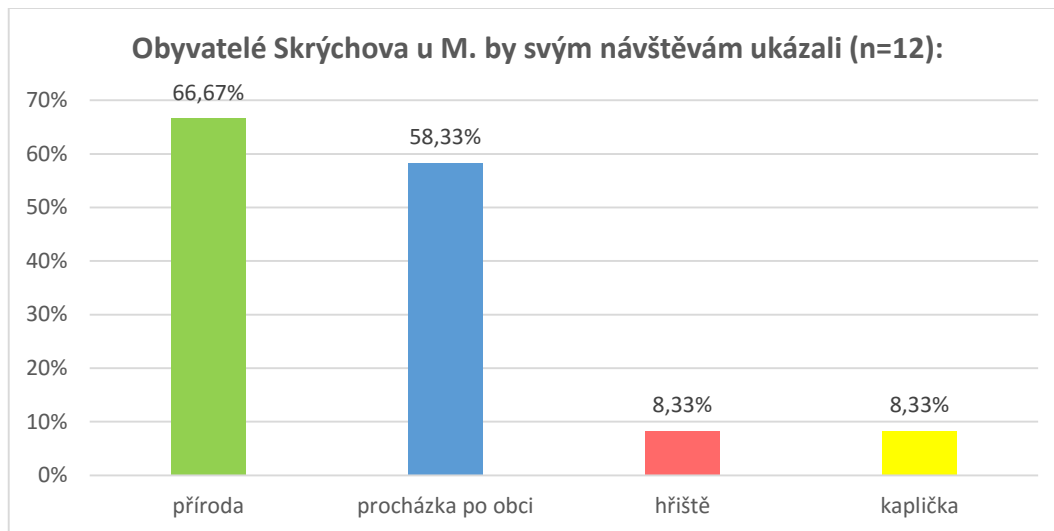
Zdroj: vlastní zpracování

8.2.Obyvatelům se nelíbí:

- sousedské vztahy
- přístup místních ke změnám a vylepšením

8.3.Obyvatelé by ukázali:

Graf 23: Obyvatelé Skrýchova u Malšic by svým návštěvám ukázali:



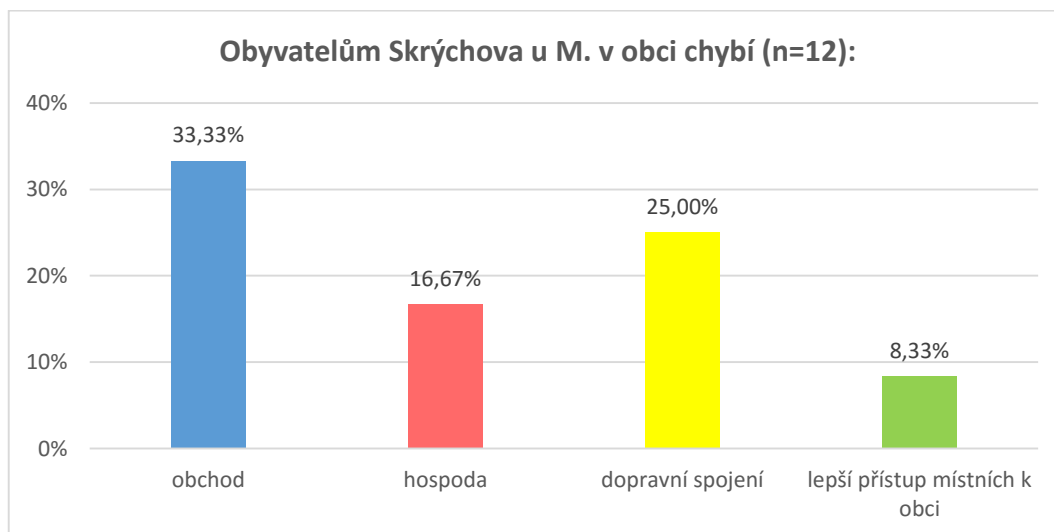
Zdroj: vlastní zpracování

8.4.Obyvatelé by neukázali:

- některé neudržované domy a nepořádek na některých zahradách
- celou obec (1 respondent)

8.5.Obyvatelům chybí:

Graf 24: Obyvatelům Skrýchova u Malšic v obci chybí:

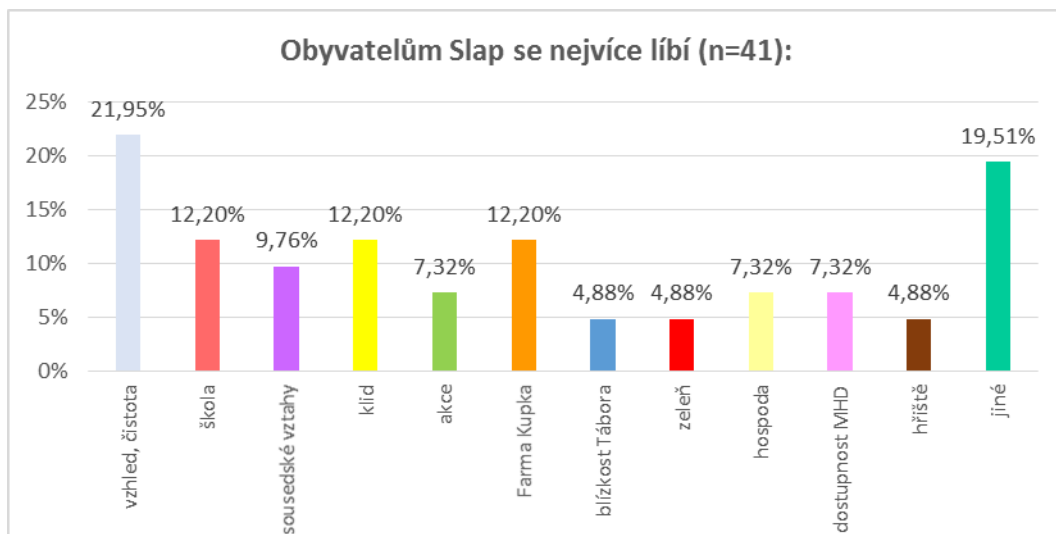


Zdroj: vlastní zpracování

9. Slapy

9.1. Obyvatelům se nejvíce líbí:

Graf 25: Obyvatelům Slap se nejvíce líbí:



Zdroj: vlastní zpracování

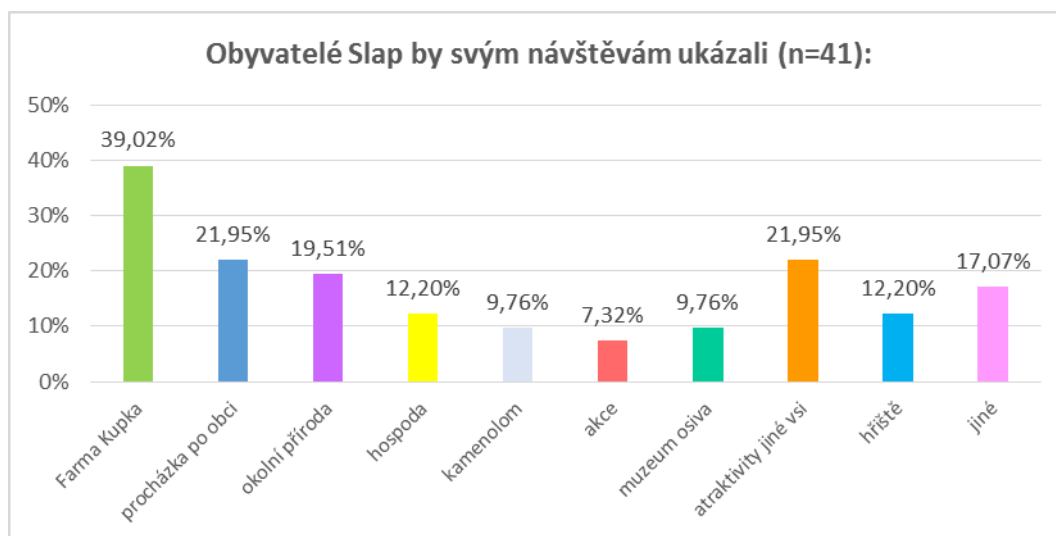
jiné = růst vsi, vinotéka, pošta, kaplička

9.2. Obyvatelům se nelíbí:

- hustá nákladní doprava (hluk, znečištění, nedodržování předepsané rychlosti)
- nečistoty na chodnících (od psů)
- krátká otevírací doba dvora s kontejnery na tříděný odpad
- rybník
- složení zastupitelstva obce
- budovy firmy Sempra

9.3.Obyvatelé by ukázali:

Graf 26: Obyvatelé Slap by svým návštěvám ukázali:



Zdroj: vlastní zpracování

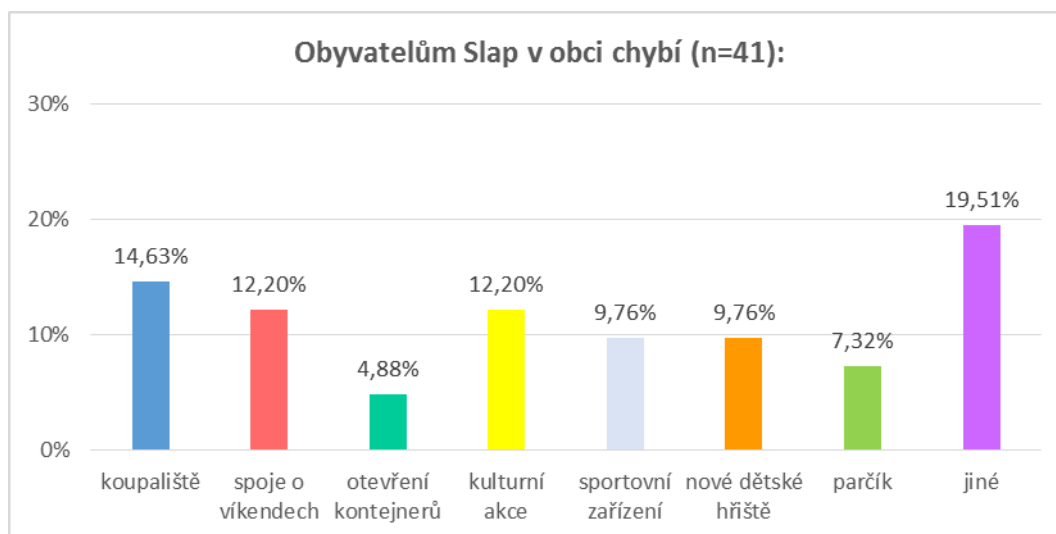
- atraktivita jiné vsi = Větrovy – ZOO, rozhledna Hýlačka
- jiné = Hnojná Lhotka, škola, lahůdkářská výroba, nová zástavba

9.4.Obyvatelé by neukázali:

- žumpa za hospodou
- rybník
- kamenolom

9.5.Obyvatelům chybí:

Graf 27: Obyvatelům Slap v obci chybí:



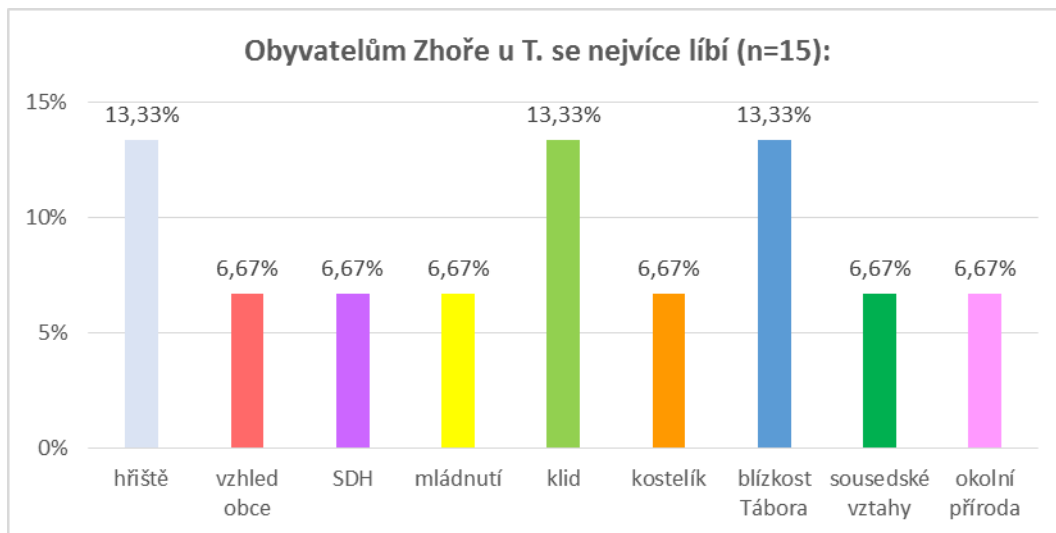
Zdroj: vlastní zpracování

- otevření kontejnerů = delší otevírací doba dvora s kontejnery na tříděný odpad
- jiné = lavičky, turistická stezka, obchvat sloužící nákladní dopravě, větší knihovna

10. Zhoř u Tábora

10.1. Obyvatelům se nejvíce líbí:

Graf 28: Obyvatelům Zhoře u Tábora se nejvíce líbí:



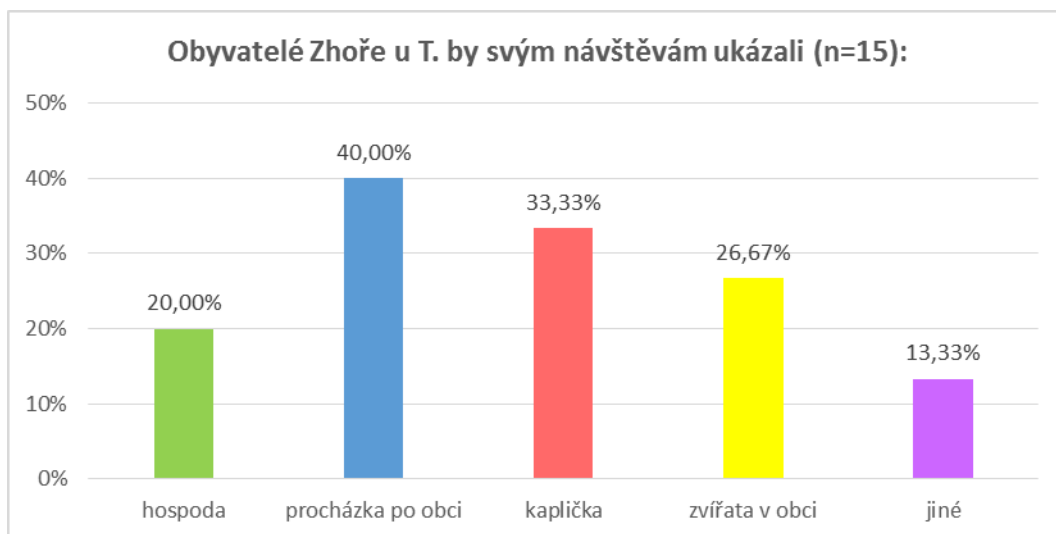
Zdroj: vlastní zpracování

10.2. Obyvatelům se nelíbí:

- nepropojenost turistických stezek a cyklostezek (1 respondent)

10.3. Obyvatelé by ukázali:

Graf 29: Obyvatelé Zhoře u Tábora by svým návštěvám ukázali:

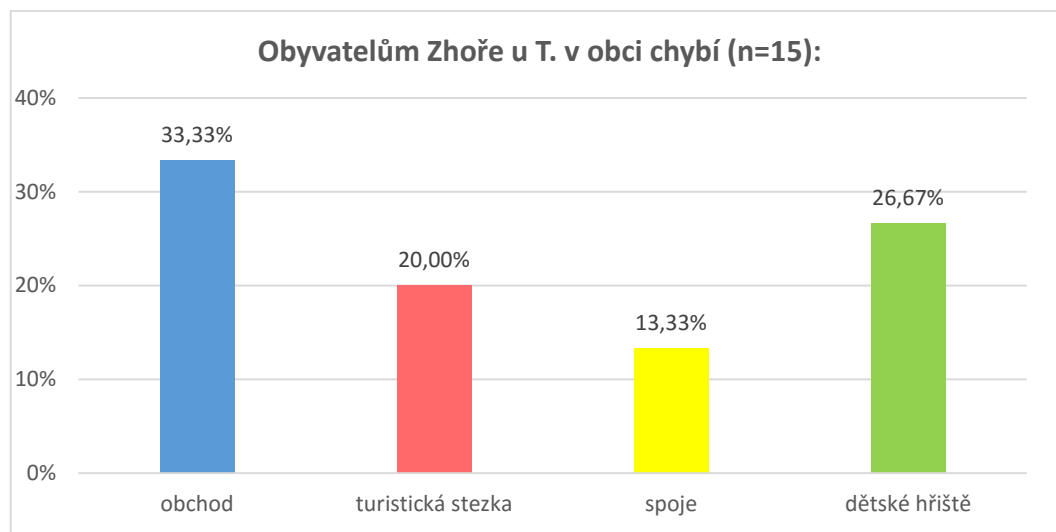


Zdroj: vlastní zpracování

- jiné = rybník, okolní příroda

10.4. Obyvatelům chybí:

Graf 30: Obyvatelům Zhoře u Tábora v obci chybí:



Zdroj: vlastní zpracování