

JIHOČESKÁ UNIVERZITA V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH

Ekonomická fakulta

Katedra obchodu a cestovního ruchu

Studijní program: B6208 Ekonomika a management

Studijní obor: Obchodní podnikání – cestovní ruch

**Předpoklady rozvoje komerčních služeb ve vybrané oblasti
DSO Chlum u Třeboně, Staňkov, Hamr**

Vedoucí bakalářské práce

Autor

RNDr. Blažena Gehinová

Martina Kolářová

2009

JIHOČESKÁ UNIVERZITA V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH

Ekonomická fakulta

Katedra obchodu a cestovního ruchu

Akademický rok: 2007/2008

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: Martina KOLÁŘOVÁ

Studijní program: B6208 Ekonomika a management

Studijní obor: Obchodní podnikání

**Název tématu: Předpoklady rozvoje komerčních služeb ve vybrané oblasti
DSO Chlum u Třeboně, Staňkov, Hamr**

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

Cíl práce:

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

Metodický postup:

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

Rámcová osnova:

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

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

Seznam odborné literatury:

- Čepelka, O. a kol.: Místní partnerství a rozvoj venkova (příprava na iniciativu LEADER). Liberec: Omega, 2004.
Foret, M., Foretová, V.: Jak se rozvíjí místní cestovní ruch. Praha: Grada Publishing, 2003.
Hesková, M. a kol.: Kooperace II. Praha: Profess Consulting, 2006.
Horner, S., Swarbrooke, J.: Cestovní ruch, ubytování a stravování, využití volného času. Praha: Grada Publishing, 2003.
Kirářová, A.: Marketing destinace cestovního ruchu. Praha: Ekopress, 2003.
Morrison, A., Slámová, D.: Marketing pohostinství a cestovního ruchu. Praha: Viktoria Publishing, 1995.
Palatková, M.: Marketingová strategie destinace cestovního ruchu. Praha: Grada Publishing, 2006.
Vlk, J. a kol.: Metodická příručka pro zpracování strategických rozvojových dokumentů mikroregionů. Brno: Ústav územního rozvoje, 2004.
Vojtko, V.: Marketingový výzkum v kognitivních mapách. Zeleneč: Profess Consulting, 2008.

Vedoucí bakalářské práce: **RNDr. Blažena Gehinová**
Katedra obchodu a cestovního ruchu

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

1.2 
prof. Ing. Magdalena Hrabánková, CSc.

děkanka

JIHOČESKÁ UNIVERZITA
V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH
EKONOMICKÁ FAKULTA
Studentská 13
370 05 České Budějovice
IČ 640 76 652, DIČ CZ60076652



doc. Ing. Marie Hesková, CSc.
vedoucí katedry

V Českých Budějovicích dne 26. března 2008

Prohlášení

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci na téma „Předpoklady rozvoje komerčních služeb v Dobrovolném svazku obcí Chlum u Třeboně, Staňkov, Hamr“ vypracovala samostatně na základě vlastních zjištění a materiálů uvedených v seznamu literatury.

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

V Českých Budějovicích dne 10. dubna 2009

.....

Martina Kolářová

Poděkování

Touto cestou chci poděkovat všem, kteří mi pomáhali a podporovali mě při vzniku této práce. Zejména děkuji paní RNDr. Blaženě Gehinové, vedoucí mé bakalářské práce, která se mi dostatečně věnovala a podávala mi po celou dobu odborné a cenné rady.

Obsah	str.
1. Úvod	7
2. Cíle a použitá metodika	
2.1. Cíle	8
2.2. Hypotézy	8
2.3. Metodika	8
3. Literární přehled	
3.1. Definice mikroregionu	10
3.2. Definice a členění komerčních služeb	13
3.3. Vztah komerčních služeb k rozvoji mikroregionu	17
3.4. Situační analýza	18
4. Výzkum a vyhodnocení Dobrovolného svazku obcí Chlum u Třeboně, Staňkov, Hamr	
4.1. Vymezení dobrovolného svazku obcí	20
4.2. Zpracování primárních dat	27
4.3. Zodpovězení hypotéz	38
5. Situační analýza Dobrovolného svazku obcí Chlum u Třeboně, Staňkov, Hamr	
5.1. Porovnání mikroregionu s Jihočeským krajem	39
5.2. Nabídka komerčních služeb v mikroregionu	40
5.3. Poptávka po komerčních službách v mikroregionu	40
5.4. Profil mikroregionu vzhledem k dané oblasti komerčních služeb	40
5.5. SWOT analýza Dobrovolného svazku obcí Chlum u Třeboně, Staňkov, Hamr	41
6. Vymezení předpokladů rozvoje komerčních služeb v Dobrovolného svazku obcí Chlum u Třeboně, Staňkov, Hamr	
6.1. Úloha mikroregionu v rozvoji služeb	43
6.2. Možnosti rozvoje cestovního ruchu	43
7. Závěr	45
8. Summary	46
9. Použitá literatura	47
10. Přílohy	48

1. Úvod

Současným celosvětovým hospodářským trendem je nárůst významu služeb. Zatímco v dřívějším období byl prodej zboží doprovázen u předních firem nabídkou služeb, platí dnes opačný postup. Nabídka služeb je doprovázena hmotným zbožím. Zvyšující se úloha služeb ve společnosti se promítá do zvyšování podílu zaměstnanosti ve službách a v růstu podílu výkonu služeb na HDP. Zvyšování podílu služeb na HDP v České republice bylo výrazné zejména v počátečních letech transformace národního hospodářství, kdy byl velmi silný propad průmyslové výroby alespoň částečně kompenzován reálným růstem produkce většiny odvětví služeb. Po určitém mezidobí, koncem 90. let minulého století, zaznamenal relativní vzestup sektoru služeb již pomalejší tempo, s výjimkou dynamického rozvoje dopravy, spojů a finančních služeb. V současné době zažíváme oživení ekonomiky, které je doprovázeno rychlým růstem průmyslové a stavební výroby, ale opět i celého sektoru služeb, zejména služeb komunikačních a služeb spojených s informačními technologiemi. Podle ČSÚ se služby podílejí na většině základních ukazatelů národního hospodářství zhruba třetinovým podílem. V některých oblastech služeb se stírají rozdíly mezi tržní a netržní sférou, tržní hospodářství proniká i do oblastí, které byly tradičně považovány za ryze netržní. Příkladem mohou být nedávno uskutečněné transformace některých zdravotnických zařízení do podoby akciových společností. Počet ekonomických subjektů, které se zabývají poskytováním služeb (tržních i netržních), v roce 2005 přesáhl 715 tisíc, což činilo necelých 32 % všech ekonomických subjektů působících v netržní sféře. (Vašítková, 2001)

Bakalářská práce se zabývá tématem „Předpoklady rozvoje komerčních služeb ve vybrané oblasti Dobrovolný svazek obcí Chlum u Třeboně, Staňkov, Hamr.

Dobrovolný svazek obcí Chlum u Třeboně, Staňkov, Hamr se nachází v Jihočeském kraji a sdružuje 3 obce - Chlum u Třeboně, který je městského typu a dále obce Staňkov a Hamr, které jsou typu vesnického. Dobrovolný svazek obcí Chlum u Třeboně, Staňkov, Hamr je rekreační oblastí.

Tento svazek byl založen z důvodu získání dotací na vybudování nové technické infrastruktury v členských obcích. Má své IČO, právní subjektivitu, stanovy, audit a rozpočet. Předseda svazku je pan Jiří Hájek – starosta Chlumu u Třeboně. Svazek byl založen 13.10.1999 za účelem regionálního rozvoje.

2. Cíle a použitá metodika

2.1. Cíle

Cílem mé bakalářské práce je popsat vybraný mikroregion se zaměřením na danou oblast komerčních služeb, vymezit předpoklady rozvoje dané oblasti komerčních služeb a provést situační analýzu, která je velmi důležitým bodem při tvorbě strategie, pokud je nutné zjistit aktuální situaci na trhu.

2.2. Hypotézy

Hypotézy, které jsem si pro zpracování své práce stanovila, jsou následující:

1. Pro obyvatele Dobrovolného svazku obcí Chlum u Třeboně, Staňkov, Hamr jsou komerční služby nedostatečně dostupné.
2. Míra nezaměstnanosti v Dobrovolném svazku obcí Chlum u Třeboně, Staňkov, Hamr je srovnatelná s mírou nezaměstnanosti celého Jihočeské kraje.
3. V DSO Chlum u Třeboně, Staňkov, Hamr převažují obyvatelé v produktivním věku.

2.3. Metodika

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

Studiem odborné literatury a zjišťováním dat ze sekundárních zdrojů se charakterizuje vybraný mikroregion z geografického hlediska, důvody, proč došlo k jeho vzniku, jaké jsou jeho cíle a strategie, jaké údaje o jeho sociodemografické, ekonomické a geografické struktuře jsou známy. Dále se v práci přikročí k definování a členění komerčních služeb z hlediska tří základních skupin, a to maloobchodu, cestovního ruchu a ostatních služeb za využití klasifikace ČSÚ CZ-NACE a metodiky Ústavu územního rozvoje České republiky. Dalšími sekundárními zdroji jsou strategické dokumenty mikroregionu, statistický úřad, místní úřady práce a internet.

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

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

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

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

3. Literární přehled

3.1. Definice mikroregionu

V současné době dochází na většině území České republiky k hromadnému zakládání mikroregionů. Tuto činnost podnítilo zejména Ministerstvo pro místní rozvoj vyhlášením dotačních pravidel, která umožňují získat další finanční prostředky z programu obnovy venkova. Mnohé obce vstupují většinou prostřednictvím svých starostů do mikroregionů pouze za tímto účelem. Každá obec, která vstupuje do mikroregionu, by měla mít jasnou představu, co od tohoto kroku očekává. Pro dobré fungování mikroregionu není tak rozhodující jeho velikost, jako zvolení správné strategie hned při jeho založení. Zde hraje velkou roli správně sepsaná smlouva o sdružení, s vymezením všech práv a povinností členů. Při zakládání mikroregionu je vhodné zvolit odpovídající název sdružení. Tento název by měl charakterizovat území, na kterém se obce rozkládají. Název je možno odvodit i od významné vlastivědné charakteristiky daného území. Je dobré, když vedoucím představitelem mikroregionu se stane starosta s přirozenou autoritou, který má charisma a je schopen důstojným způsobem zastupovat mikroregion navenek. Nemusí to nutně být starosta největší obce nebo města sdružené v mikroregionu, ale je vhodné, když je to uvolněný funkcionář, který se může naplno věnovat práci v komunální sféře. Strategie mikroregionu musí být cílena stejně jako strategie kteréhokoli jiného subjektu veřejné správy. To znamená, že bude koncipována jako dokument střednědobé až dlouhodobé koordinace veřejných a soukromých aktivit ekonomického sociálního, kulturního a ekologického charakteru na jeho území. Ve své výsledné podobě představuje jednotný názor členských subjektů na možnosti a předpoklady rozvoje mikroregionu a obcí. V tomto smyslu existenci programu je nutno chápat jako jednu ze základních podmínek reálného řízení a koordinace rozvoje území mikroregionu. (Rektořík, Šelesovský, 1999)

Vazba na systém veřejné správy

Místní Agenda 21 (MA21) je programem konkrétních obcí, měst, regionů, který zavádí principy trvale udržitelného rozvoje do praxe při zohledňování místních problémů. Je tvořen za účasti a ve spolupráci s občany a organizacemi a jeho cílem je zajištění dlouhodobě vysoké kvality života a životního prostředí na daném místě. MA21 je časově náročný proces, který prostřednictvím zkvalitňování správy věcí veřejných, strategického plánování (řízení), zapojováním veřejnosti a využíváním všech dosažených poznatků o udržitelném rozvoji zvyšuje kvalitu života ve všech jeho směrech a vede k zodpovědnosti občanů za jejich životy i

životy ostatních. Mnohé z aktivit a programů směřujících ke zlepšení kvality života a životního prostředí ve městech/obcích/regionech by se daly nazvat MA21. Jednotlivé činnosti musí být ovšem součástí dlouhodobé, jasně stanovené a veřejností přijaté strategie udržitelného rozvoje. MA21 může iniciovat kdokoli (místní správa, neziskové organizace, škola, i jednotlivci). Iniciační skupina by měla zapojit co největší množství obyvatel ke tvorbě akčního plánu, který musí být následně zašit politicky. (www.ma21.cz)

Ministerstvo pro místní rozvoj České Republiky

Úlohou ministerstva je spoludefinovat cíle státní politiky v oblasti cestovního ruchu a přispívat k jejich úspěšné realizaci. Ministerstvo pro místní rozvoj odpovídá na základě kompetenčního zákona za koordinaci metodické činnosti v oblasti cestovního ruchu v České republice. Odbor cestovního ruchu zabezpečuje aktivity spojené s tvorbou a implementací Koncepce státní politiky cestovního ruchu v ČR na období let 2007 – 2013, dále realizuje opatření vyplývající z dílčích strategií a svojí činností přispívá k uznání průmyslu cestovního ruchu jako důležitého národohospodářského odvětví. Významnou aktivitou je podpora mezinárodních vztahů v oblasti cestovního ruchu prostřednictvím členství v mezinárodních organizacích a prezentace našich činností na mezinárodních konferencích nebo veletrzích cestovního ruchu. Důležitou prioritou je rovněž zabezpečení finanční podpory ze strukturálních fondů EU na období 2007 - 2013 a úspěšné dokončení administrace operačních programů minulého programovacího období. Odbor cestovního ruchu je zřizovatelem České centrály cestovního ruchu – CzechTourism, prostřednictvím které koordinuje propagaci České republiky v oblasti cestovního ruchu na domácím a zahraničním trhu. V oblasti legislativy jsou hlavním cílem legislativní úpravy a vytvoření legislativního rámce pro podporu rozvoje cestovního ruchu z hlediska kompetencí orgánů státní správy a samosprávy, zejména pak legislativní ošetření ochrany spotřebitele a některých podmínek podnikání v cestovním ruchu.

(www.mmr.cz)

Dotační tituly pro mikroregiony

Program obnovy venkova předpokládá spoluúčast obyvatel venkova, občanských spolků a jiných sdružení při obnově jejich obce v souladu s místními tradicemi. Podpora je poskytována jako systémová investiční nebo neinvestiční dotace na realizaci schválených akcí. Příjemci této podpory jsou vymezeni a specifikováni pro každý ze třech jednotlivých dotačních titulů zvlášť, obecně se však jedná o obce či registrované svazky obcí. Podpora je poskytována jako systémová investiční nebo neinvestiční dotace na realizaci schválených akcí. Investiční dotace je dotace na investiční akci, jejíž náklady jsou spojené s pořízením majetku nebo s jeho obnovou. Neinvestiční dotace je dotace na neinvestiční akci, jejíž náklady jsou spojené s údržbou a opravou majetku. Dotace bude vyplácena na základě předložených faktur souvisejících s realizací akce. ^(www.mmr.cz)

Rozvoj příhraniční spolupráce s Evropskou unií

Občané si uvědomují pozitivní i negativní důsledky. Oceňují zejména možnost pracovat a vydělávat v Evropské unii, příliv cizinců a jejich nakupování zboží a služeb v naší republice a také zlepšení celkového vzhledu příhraničních obcí. Avšak projekty ekologické, dopravní nebo projekty jiné příhraniční spolupráce, tak jako vznik nových neformálních vztahů mezi občany evropských zemí nebo založení nových tradic, existují v rovině spíše formální nebo je občané příliš nevnímají. ^(Foret, Foretová, 2001)

Euroregiony

Pojem euroregion označuje regionální formy spolupráce, zpravidla přes hranice evropských zemí. Euroregiony začaly v oblasti hospodářské spolupráce, dnes ale mají také za cíl sbližovat země Evropy ve společenském a kulturním životě. Euroregiony nemají nějakou jednotnou oficiální definici, tento název používají společenství a spolky jak ve vyspělých regionech Evropy, tak programy na rozvoj jejich méně vyvinutých oblastí, a to ve formách veřejnoprávních, soukromých a občanskoprávních. ^(www.euroskop.cz)

3.2 Definice a členění komerčních služeb

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

Sektor služeb je nesmírně rozsáhlý. Nejvíce služeb poskytuje téměř ve všech zemích stát. Jedná se o vzdělávání, služby z oblasti zákonodárství a výkonu práva, zdravotní služby, obranu státu a bezpečnosti občanů. Stát rovněž provádí správu veřejných financí, tedy finanční služby, sociální služby, dopravní služby a některé informační služby. V sektoru služeb operují i neziskové organizace, jako jsou nadace, různé charitativní organizace, občanská sdružení, církve a další. Neziskové organizace vyplňují prostor mezi občanem a státem a umožňují mu participovat na veřejné politice jiným způsobem než prostřednictvím voleb. Sektor služeb představuje mnoho různých činností, od jednoduchých procesů po složité počítači řízené operace. V důsledku různorodosti je vhodné roztrždit služby podle jejich charakteristických vlastností do několika kategorií. Takový přístup umožňuje lepší analýzu služeb a pochopení použití různých marketingových nástrojů pro příslušné kategorie služeb. (Vašítková, 2001)

Podle Vašítkové (2001) se služby dělí podle formy jejich charakteru a formy poskytování.. Podle formy služby rozděluje služby uniformní, jejichž příkladem je například základní vzdělání. Dále to mohou být služby dohodnuté, které jsou poskytovány na zakázku a příkladem jsou služby poradenské. Podle zaměření dělí Vašítková služby na člověka a na stroj. Zaměřením na člověka myslí služby sociální a na stroj myslí služby opravárenské. (Vašítková, 2001)

Marketingový výzkum ve službách

Marketingový výzkum můžeme definovat jako spojení firmy poskytující služby s trhem prostřednictvím informací. Informace jsou systematicky získávané, analyzované a jejich interpretace slouží jak pro řízení marketingových činností firmy, tak i pro řízení firmy samotné. Marketingový výzkum pomáhá realizovat mnohem efektivnější marketingové rozhodnutí. Správná marketingová rozhodnutí vznikají na základě lepší informovanosti a

víme, že výzkum tyto informace poskytuje. Marketingový výzkum uskutečněný samotnou firmou nebo jinými odborníky může být efektivně využit i k podpoře reklamních tvrzení. (Vašítková, 2001)

Výzkum může probíhat na základě analýzy informací sekundárních nebo primárních, kvantitativních nebo kvalitativních, interních nebo externích. Sekundární informace jsou takové, které již byly shromážděny pro nějaký jiný účel a jsou i nadále k dispozici. Tyto informace jsou výchozím bodem výzkumných prací a jejich nezanedbatelnou výhodou jsou nízké náklady a rychlost jejich získání. (Boučková, 2003)

Marketingové aliance a restrukturalizace území pro účely cestovního ruchu

V oblasti cestovního ruchu existuje několik základních typů marketingových aliancí, z nichž lze při respektování antitrustové právní úpravy odvodit čtyři základní společné charakteristiky aliance. První charakteristikou je okruh působnosti vyjádřený funkční kompetencí a geografickou působností. Nejrozšířenější formou je jednosektorová aliance (například pohostinství a ubytovací služby), která zahrnuje jeden produkt, úzkou oblast trhu, specifickou oblast marketingového komunikačního mixu nebo velmi malé geografické území. Druhá charakteristika tvrdí, že právní forma aliancí může nabývat podoby volného sdružení přes joint venture až po právně a finančně provázaná seskupení. Další charakteristikou je charakter působení, který popisuje vnitřní vazby a hierarchii členů. Jako nejúspěšnější se ukazují aliance, kde jsou angažováni představitelé vyššího managementu subjektů a je přítomna klíčová osoba. (Hesková, 2006)

Základy geografických aspektů sektoru služeb

Geografie služeb je dílčí disciplínou geografie, která se zabývá především prostorovým uspořádáním sektoru služeb, hierarchickou strukturou služeb, pravidly umístění obslužných středisek v sídelní síti, mobilitou ve vztahu ke službám a určováním sfér vlivu obslužných středisek. Lokalizace podniku služeb je jedním z klíčových rozhodnutí při realizaci podnikatelského záměru. Stejně tak uvažovaná lokalizace zařízení veřejné služby je základním předpokladem její funkčnosti. Konkrétní umístění podniku služeb by pak mělo vycházet ze znalostí prostoru. Prostor je základní bází výzkumu geografie. K odhalení zákonitostí prostorového rozmístění, prostorové struktury a systému sítě vazeb je využíváno čtyř konceptů - místa, vzdálenosti, dostupnosti a prostorové vazby. Všechny těchto čtyř konceptů

je využíváno při řešení problémů souvisejících s tematikou rozmístění a lokalizace všech lidských aktivit. Ty jsou vždy vázány na určité místo v prostoru. Místem obvykle chápeme výsek prostoru naplněný nějakým obsahem, nebo-li prostor v němž se vytvářejí vazby za vzniku vlastní identity místa. Obdobně jako při posuzování vlastních míst, musíme přistupovat ke studiu vzdáleností. V praxi se často pracuje s absolutním vyjádřením vzdáleností v tradičních jednotkách a s relativním vyjádřením (například pomocí času, ceny nebo užitku). Dalším konceptem je dostupnost. Ta je definována jako možnost vzniku vazby mezi místy v prostoru a lze ji využít jako jednoho z přístupů posuzování blízkosti. Je funkcí hospodářských, kulturních a sociálních faktorů. Posledním konceptem jsou prostorové vazby, nebo-li podmínky existence toků a pohybů mezi místy prostoru. (Hesková, 2006)

Cestovní ruch

Definice cestovního ruchu mívají několik složek. Obecně se cestovní ruch definuje jako krátkodobý přesun lidí na jiná místa, než jsou místa jejich obvyklého pobytu, za účelem pro ně příjemných činností. Definice zní jednoduše, ale není plně výstižná. Nezahrnuje například lukrativní oblast služebních cest, kde hlavním smyslem cestování je práce, nikoli zábava. Je také nesnadné určit, jak daleko člověk musí cestovat nebo kolik nocí musí strávit mimo domov, abychom jej mohli považovat za turistu. Mezi cestovním ruchem a cestováním nepochybně existuje silná spojitost. Mnozí lidé nepovažují cestovní ruch za samostatné odvětví, ale za činnost, která je výsledkem služeb jiných odvětví, jako jsou stravování, ubytování a doprava. Jestliže výslovně jde o nějaký průmysl cestovního ruchu, pravděpodobně se skládá ze služeb pořadatelů zájezdů, tj. cestovních kanceláří a cestovních agentur a neexistoval až do nástupu moderního cestovního ruchu založeného na souhrnné nabídce více služeb. (Horner, Swarbrooke, 2003)

Služby cestovního ruchu

Služby cestovního ruchu se dělí na základní a doplňkové, dále na služby osobní a věcné, tyto služby mohou být placené či neplacené nebo vlastní či zprostředkované. Služby cestovního ruchu by měly být také cenově dostupné. Do služeb cestovního ruchu patří například služby dopravní, ubytovací, stravovací, zprostředkovatelské, společensko-kulturní, sportovně-rekreační, kongresové, průvodcovské, lázeňsko-léčebné, směnářenské, obchodní, komunální, horská služba a spousta dalších. (Orieška, 2002)

Collin (2003) popisuje stravovací a ubytovací průmysl jako všechny společnosti zúčastněné v poskytování služeb hostům (hotely, hospody, restaurace a další rekreační a zábavní aktivity). Jde tedy hlavně o poskytování noclehu, jídla a nápojů a ne všichni zákazníci jsou turisté, ale jejich určitou část tvoří místní lidé, navštěvující například své oblíbené bary a restaurace. Cestovní ruch je aktivita, volný čas je pojmem časovým a ubytování a stravování se týkají zajišťování služeb. Podle některých názorů ubytovací a stravovací služby jsou jen podskupinami volného času. Tím však neberou v úvahu cestování, ubytování a stravování spojené se služebními a obchodními cestami. Jiní tvrdí, že jde o oddělená odvětví, jejichž velké oblasti se překrývají. Zřejmě však nezáleží na tom, zda snadno dokážeme zjistit, v jakém vzájemném vztahu jsou, pokud si uvědomujeme, že takový vztah existuje. (Horner, Swarbrooke, 2003)

Druhy cestovního ruchu

Druhů cestovního ruchu může být v závislosti na zvolených kritériích celá řada. Podle místa se bude jednat o domácí či zahraniční, podle času o krátkodobý nebo naopak dlouhodobý, podle způsobu organizace o skupinový nebo individuální atd. Za základní se považuje klasifikace účelu (motivů, cílů). Proto právě s tímto rozlišením začneme a dělíme cestovní ruch na rekreační, kulturně – poznávací, náboženský, vzdělávací, společenský, zdravotní, sportovní, poznávání přírody, dobrodružný, profesní, politický, nákupní a specifický. Uvedený výčet druhů cestovního ruchu můžeme však dále rozšiřovat. Například u nás by mohl být perspektivní venkovský cestovní ruch, který spojuje rekreaci s nabídkou venkovských možností nejen v oblasti rekreačních, stravovacích a ubytovacích služeb, ale také takových specialit, jaké nesporně představují chov domácích zvířat, s ním související výuka jízdy na koni a práce v domácím hospodářství, pěstování vinné révy a podobně. Cestování do vzdálených míst může být zdůvodněné touhou poznat rodinné kořeny nebo místo etnického původu, což je velmi častý motiv cest Američanů do Evropy, na Blízký východ či do Afriky. I nadále zůstává velmi lákavá tradice „S“: moře (sea), slunce (sun) a písek (sand). Podle způsobu zabezpečení rozlišujeme cestovní ruch organizovaný, zajišťovaný specializovanými subjekty od neorganizovaného, který si zákazník připravuje sám. Specializovanými subjekty rozumíme cestovní kanceláře a dopravní společnosti. V závislosti na počtu účastníků rozlišujeme individuální a skupinový pobyt. Za domácí cestovní ruch se označují cesty na území státu, jehož jsme státními příslušníky a kde tedy máme trvalý pobyt. Zahraniční znamená cestování za hranice. (Foret, Foretová, 2001)

CZ – NACE

NACE je akronym pro statistickou klasifikaci ekonomických činností, kterou používá Evropská unie od roku 1970. NACE vytváří rámec pro statistická data o činnostech v mnoha ekonomických oblastech (například ve výrobě, zaměstnanosti či v národních účtech). Statistiky, které vzniknou za použití klasifikace NACE, lze srovnávat v celé Evropské unii. S nižší mírou podrobnosti je možné srovnání i se světovými statistikami. Používání NACE je povinné pro všechny členské státy Evropské Unie.

Srovnatelnost dat vytvořených podle klasifikace NACE na světové úrovni je dána tím, že NACE je součástí systému statistických klasifikací, které vznikly převážně pod záštitou Statistické divize Spojených národů. Klasifikace NACE je odvozena z klasifikace ISIC. Na vyšších úrovních jsou shodné, na nižších úrovních je NACE podrobnější. V zájmu srovnatelnosti jsou definice a vysvětlivky NACE shodné s ISIC. (www.czso.cz)

3.3. Vztah komerčních služeb k rozvoji mikroregionu

Rozvojové problémy mikroregionu

Rozvojové problémy mikroregionu vyplývají buď z nedostatečného objektivního či subjektivního rozvinutí vnějších vnitřních podmínek během dosavadního rozvoje mikroregionu nebo naopak z přecenění jejich možností, které neodpovídají celkovému stavu jejich rozvoje. Rozvojové problémy ovlivňují směry a dynamiku dalšího rozvoje dané složky v mikroregionu vzhledem k jiné hierarchicky vyšší situaci, většinou v následujícím členění: poloha a vnější vztahy, přírodní zdroje, obyvatelstvo, životní prostředí, osídlení, bydlení, kultura a památky, infrastruktura, sociální sféra, financování a majetek, trh práce, zemědělství, průmysl a stavebnictví, cestovní ruch a rekreace. (Rektořík, Šelesovský, 1999)

Ekonomické statky existují v omezené míře, jsou tedy ekonomicky vzácné. Jedná se jednak o statky hmotné, jednak o statky nehmotné. Lidé je potřebují, protože jim jsou užitečné. Protože ekonomických statků není nikdy tolik, kolik by lidé chtěli, je třeba je nějakým způsobem rozdělovat. (Maier, Čtyroký, 2000)

Územní rozvoj

Pod pojmem územní rozvoj rozumíme cílevědomé zhodnocení území, pod tím si tedy představíme záměrnou změnu způsobu využívání území a staveb v něm a / nebo intenzity jeho využívání tak, aby se zvýšil užitek. Nároky na urbanizované území sídel se neustále vyvíjejí, a zejména v posledním období probíhá jejich proměna stále rychleji. Materiální přeměny uskutečňované v území se naproti tomu uskutečňují relativně velmi pomalu, ale o to dlouhodobější jsou jejich fyzické výsledky. (Rektořík, Šelesovský, 1999)

Územní rozvoj iniciuje poptávka po plochách – například pro bydlení, výrobu, dopravu nebo obchod. Subjekty územního rozvoje se vždy rozhodují o konkrétním projektu, tj. investici do územního rozvoje v konkrétních podmínkách jednoznačně vymezeného místa a předem poměrně přesně vymezeného času realizace. Vhodnost a efektivita územního rozvoje vychází z vlastností předmětného území a charakteristik jeho dosavadního i budoucího využití, ale podléhá také časovým změnám tržních podmínek (nabídky, poprávky, investiční aktivity) a změnám společenských a politických preferencí. Územní rozvoj vyžaduje poměrně zdoluhavou přípravu a velké objemy kapitálu. Území může být zhodnocováno novou výstavbou, zlepšením stávajících stavebních fondů (jejich opravou, modernizací, rekonstrukcí), úpravou pro nové využití nebo kombinací těchto forem. (Maier, Čtyroký, 2000)

3.4. Situační analýza

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

Informace pro vypracování situační analýzy je možno získat z různých zdrojů. Nejvýznamnější z nich jsou:

- Český statistický úřad, který vytváří a spravuje různě obsáhlé a různě aktualizované databáze. Pro potřeby dokumentu jsou potřebná zejména data na úrovni obcí. ČSÚ poskytuje data, která nepodléhají utajení podle zákona o statistice (89/1995 Sb.),

rovněž za jednotlivé obce.

- Finanční úřady, které disponují velmi potřebnými daty z oblasti ekonomické a finanční.

- Úřady práce, které vedou podrobná a aktuální data o zaměstnanosti a trhu práce v okresním členění a za jednotlivé své obvody a jednotlivé obce. Aktualizace u většiny dat probíhá kontinuálně a poskytuje se jednou měsíčně, čtvrtletně a ročně.

- Česká správa sociálního zabezpečení má k dispozici přehled o zaměstnanosti v malých podnicích a o jejím vývoji.

- Městské úřady a obecní úřady (stavební úřady, matriky, životní prostředí, kultura, školství, doprava, územní plánování, živnostenský úřad)

- Krajské úřady (regionální rozvoj, územní plánování, životní prostředí, kultura, doprava, zdravotnictví, sociální oblast, živnostenský úřad, školství). (Vlk, 2004)

4. Výzkum a vyhodnocení Dobrovolného svazku obcí Chlum u Třeboně, Staňkov, Hamr

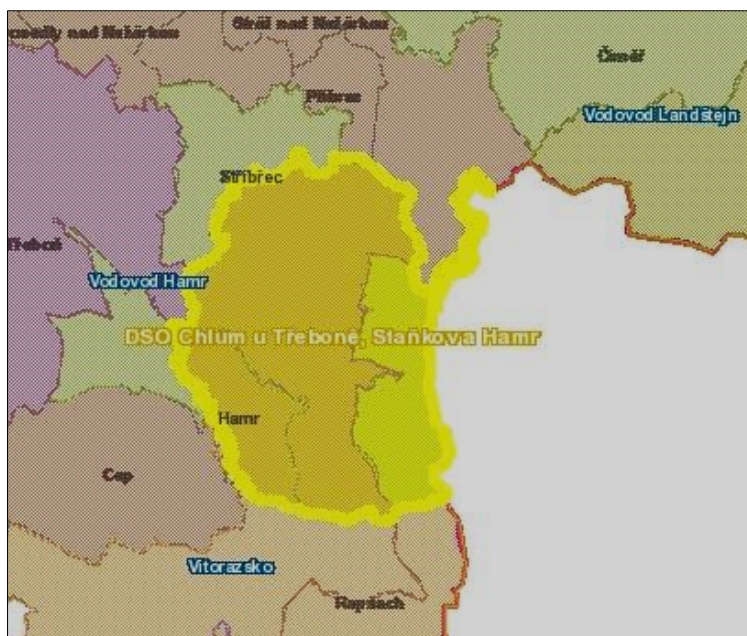
4.1 Vymezení dobrovolného svazku obcí

Dobrovolný svazek obcí Chlum u Třeboně, Staňkov, Hamr se nachází v Jihočeském kraji v jeho východní části a zasahuje pouze do okresu Jindřichův Hradec. Rozkládá se ve velice atraktivní krajině, v Třeboňské pánvi, kde se nachází veliké množství rybníků a v těsné blízkosti lázeňského města Třeboň, tudíž cestovní ruch je zde velmi hojně zastoupen. Svazek se nachází v nadmořské výšce do 511 m nad mořem a převážná část svazku leží v blízkosti rozsáhlé sítě rybníků Hejtmán a Staňkovský. Rybníky a rybníkářství jsou již více jak půl století charakteristickým znakem krajiny tohoto regionu.

Dobrovolný svazek obcí sdružuje 3 obce - Chlum u Třeboně, který je městského typu a dále obce Hamr a Staňkov, které jsou typu vesnického. Nejvýznamnější služby má obec Chlum u Třeboně, protože je ze všech tří obcí největší.

Vymezení Dobrovolného svazku Chlum u Třeboně, Staňkov, Hamr na mapě:

Obrázek č. 1



Zdroj: www.risy.cz

Z kulturně historického hlediska je region zajímavý díky lázeňskému městu Třeboň, ve kterém se nachází i zámek. Město Třeboň se může také pyšnit svou bohatou historií. V obci Chlum u Třeboně se nachází také zámek, který je ale zavřený, protože neměl expozice, které by mohly být nabídnuty veřejnosti. K zámku patří park, který má rozlohu 32 hektarů a udržuje se převážně v centru.

Dobrovolný svazek obcí Chlum u Třeboně, Staňkov, Hamr je rekreační oblastí. V letním období je na velké úrovni cykloturistika. V zimě je zase možné využít běžeckých tratí, po kterých se turisté dostanou až do České Kanady (Slavonicko, Bystřicko). Chlum u Třeboně je také členem Svazku pohraničních obcí.

Významnou roli zde hrála po mnoha let chlumecká sklárna, která zajišťovala místním obyvatelům i obyvatelům z okolních obcí jistou práci. V roce 2003 byla však zavřená, což znamenalo vysokou nezaměstnanost v tomto regionu.

Důvody vzniku

Dobrovolný svazek byl založen z důvodu získání dotací na vybudování technické infrastruktury v obcích Chlum u Třeboně, Staňkov a Hamr. Dobrovolný svazek má IČO, právní subjektivitu a stanovy, audit a rozpočet. Předseda svazku je pan Jiří Hájek – starosta Chlumu u Třeboně. Svazek byl založen 13.10.1999 za účelem regionálního rozvoje.

Cíle a strategie

Hlavním cílem je získání dotací a spolupráce na vybudování technické infrastruktury v členských obcích.

Mezi strategické cíle mikroregionu patří zajistit vyvážený a trvale udržitelný rozvoj ve svazku, zvyšovat životní úroveň občanů regionu, usilovat o zachování zdravého životního prostředí, rozvíjet cestovní ruch a venkovské oblasti.

Demografická a socioekonomická struktura

Věková struktura obyvatel v obci Chlum u Třeboně

Tabulka č. 1

	Počet bydlících obyvatel	Počet obyvatel ve věku			
		0-14 let	15-59 let	60-64 let	65 a více let
Celkem	2165	287	1349	175	354
Muži	1091	152	690	99	150
Ženy	1074	135	659	76	204

Zdroj: www.risy.cz (k 31.12.2007)

K 31.12.2007 činil počet bydlících obyvatel v Chlumu u Třeboně 2165, z čehož je nejvíce zastoupena skupina obyvatel mezi 15-59 lety. Nejméně je zde lidí mezi 60-64 lety. Roční přírůstek v obci je zhruba 8 obyvatel. Míra nezaměstnanosti v obci je 8,76 %, uchazečů o práci je zde 112. Z hlediska zaměstnanosti je však neustále nutné dbát na udržení a rozvoj dojižd'kovosti za práci a také na rozvoj pracovních příležitostí v jednotlivých obcích.

Věková struktura obyvatel v obci Staňkov

Tabulka č. 2

	Počet bydlících obyvatel	Počet obyvatel ve věku			
		0-14 let	15-59 let	60-64 let	65 a více let
Celkem	231	28	144	10	49
Muži	118	15	79	7	17
Ženy	113	13	65	3	32

Zdroj: www.risy.cz (k 31.12.2007)

V obci Staňkov činí počet obyvatel 231 a je zde opět nejvíce zastoupeno obyvatelstvo mezi 15-59 lety a nejméně je zde také lidí ve věku mezi 60-64 lety. Roční přírůstek je zde cca 1 obyvatel, kdežto zemřelých je zde čtyřikrát tolik, tudíž v obci převládá úbytek obyvatel nad přírůstkem. V této obci činí nezaměstnanost 5,13 %, z toho je většina nezaměstnaných žen. Také v této obci se musí dbát na rozvoj pracovních příležitostí a lidé musí za prací dojíždět do větších okolních měst.

Věková struktura obyvatel v obci Hamr

Tabulka č. 3

	Počet bydlících obyvatel	Počet obyvatel ve věku			
		0-14 let	15-59 let	60-64 let	65 a více let
Celkem	349	46	235	28	40
Muži	181	25	124	13	19
Ženy	168	21	111	15	21

Zdroj: www.risy.cz (k 31.12.2007)

V obci Hamr žije 349 obyvatel a věková struktura obyvatel je stejná jako v Chlumu u Třeboně i ve Staňkově. Nejvíce je zde taktéž zastoupeno obyvatelstvo mezi 15-59 lety a nejméně je zde lidí ve věku 60-64 let. Roční živý přírůstek zde činí 3 obyvatele a počet zemřelých 7 obyvatel, tudíž v této obci je přirozený přírůstek mínus 4 obyvatele, což není rozhodně pozitivní. Míra registrované nezaměstnanosti zde činí 7,58 %, z čehož většinu tvoří muži (na rozdíl od obce Staňkov, kde jsou nezaměstnané především ženy).

Jednoznačně tedy můžeme říci, že v tomto svazku obcí je přednostně zastoupena mladší a střední generace obyvatel.

Charakteristika sídel

Obec Chlum u Třeboně je významným rekreačním střediskem v Chráněné krajinné oblasti Třeboňsko u rybníka Hejtman. Leží asi 12 km jihovýchodně od Třeboně při česko-rakouské hranici ve výšce 492 m nad mořem v okrese Jindřichův Hradec. Na hrázi rybníka stojí barokní zámek, který je obklopen nádherným parkem s množstvím exotických stromů a keřů a se sochami z 18. a 19. století. Významnou architektonickou památkou je i barokní kostel Nanebevzetí Panny Marie stojící na náměstí. Zámek s kostelem spojuje Křížová cesta. Rybník Hejtman byl založen v 16. století a slouží zejména k rekreačním účelům.

Obec Staňkov leží cca 2 km severovýchodně od Chlumu u Třeboně. Hráz Staňkovského rybníka se nachází přímo v obci Staňkov. Pod hrází se rozprostírá tzv. hlavní jezero. Směrem k rakouské hranici se rozprostírá 6 km vodní plochy obklopené krásnými lesy. Se svými 273 ha se tento rybník považuje za největší v celé České republice.

Obec Hamr leží jihozápadně od Chlumu u Třeboně a v jeho okolí se nachází Purkrabský rybník a rybník Točník.

Pro svazek je typické zastoupení podnikatelů ve sklářské výrobě a rybářství. Do roku 2003 zde naplno fungovala sklárna v Chlumu u Třeboně, která zde byla 113 let, znamenala velikou zaměstnanost pro obyvatele místní i z okolí, zaměstnávala až 500 lidí. Sklárna byla výrazně na dobré úrovni. Majitel ji ale v roce 2003 prodal za podmínek, že již neotevře sklářskou výrobu. Lidé neměli práci, především řemesla typu sklář a brusič nemohla najít uplatnění. Lidé si museli zvyknout i na menší výplaty a na nižší životní standard. Dnes se ve sklárně vyrábí formy pro výrobu skla, které se exportují do celé Evropy a brousí se tam také sklo. Plánovalo se, že se ve sklárně bude brousit karlovarské sklo Moser, obyvatelé ale odmítli pracovat z obavy, že nebudou mít jistotu stálé práce.

Rybníky Staňkovský a Hejtman slouží sportovním rybářům a v letním období hlavně turistům, obce reagují na rozmach rekreační cyklistiky napojením na novou síť cyklostezek, včetně obnoveného hraničního přechodu do Rakouska. Vše nasvědčuje tomu, že turismus se stále lepšími službami návštěvníkům bude nejvýznamnější ekonomickou aktivitou Chlumu u Třeboně, Staňkova i Hamru.

Maloobchod, komerční a ostatní služby

Obce jsou vybaveny pouze základními maloobchodními jednotkami. Komerční služby, jako jsou např. kadeřnictví, kosmetika, opravárenské služby se nacházejí pouze v Chlumu u Třeboně. V obci Staňkov se z těchto služeb nachází pouze kadeřnictví a v obci Hamr ani jedna z nich. Ubytovací a stravovací služby jsou však zastoupeny ve všech třech obcích. Obyvatelé Staňkova a Hamru proto za službami musí dojíždět do větších měst (do Jindřichova Hradce, Třeboně, Českých Velenic nebo Českých Budějovic).

Vybavenost služeb v jednotlivých obcích

Tabulka č. 4

Zastoupené služby	Chlum u Třeboně	Staňkov	Hamr
Počet podnikatelských subjektů celkem	416	53	85
Doprava a spoje	7	0	1
Prodej spotřebního zboží a pohostinství	164	29	40
Ostatní obchodní služby	54	4	5
Domy s pečovatelskou službou	1	0	0
Kulturní zařízení	1	0	1
Veřejná knihovna	1	1	1
Kadeřnictví	3	1	0
Opravárenské služby	1	0	0
Lékárna	1	0	0

Zdroj: www.risy.cz (k 31.12.2007)

4.2 Zpracování primárních dat

Dotazníkové šetření – dotazník pro podnikatelské subjekty v Dobrovolném svazku Chlum u Třeboně, Staňkov, Hamr

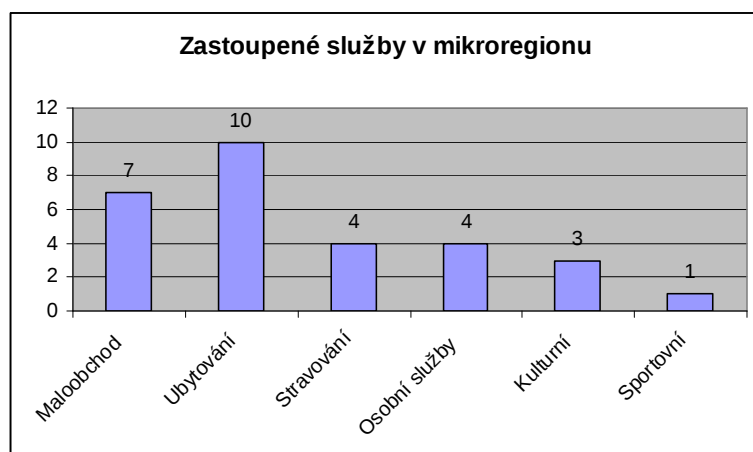
Pro bakalářskou práci byl sestaven dotazník, který obsahoval 21 otázek. Cílem dotazování bylo zjistit zastoupení komerčních služeb v regionu, nabídku služeb a poptávku po těchto službách.

Celkem bylo vyplněno 30 dotazníků. Při dotazování jsem se setkala převážně s ochotnými lidmi, kteří byli ochotni spolupracovat. Avšak při vyplňování dotazníků docházelo k jistým potížím, dotazovaní nerozuměli některým otázkám a nedovedli si představit, co se tou otázkou přesně myslí. Také v otázkách, které se týkaly výše tržeb či ziskovosti jejich podniku, nebyli moc ochotni odpovídat i přesto, že dotazník byl anonymní, podle nich jsou tyto informace čistě soukromé záležitostí.

Nejvíce dotazovaných bylo v obci Chlum u Třeboně, protože tato obec je největší a vyskytuje se zde nejvíce služeb. V obci Staňkov byli lidé hodně obezřetní, nestává se často, že by se v obci někdo dotazoval na podobné otázky. A v obci Hamr byli dotazovaní zase nedůvěřiví a nebyli moc ochotní otázky zodpovídat. Dotazovaní zodpovídali následující otázky:

1. Jaké služby svým zákazníkům poskytujete?

Graf č. 1



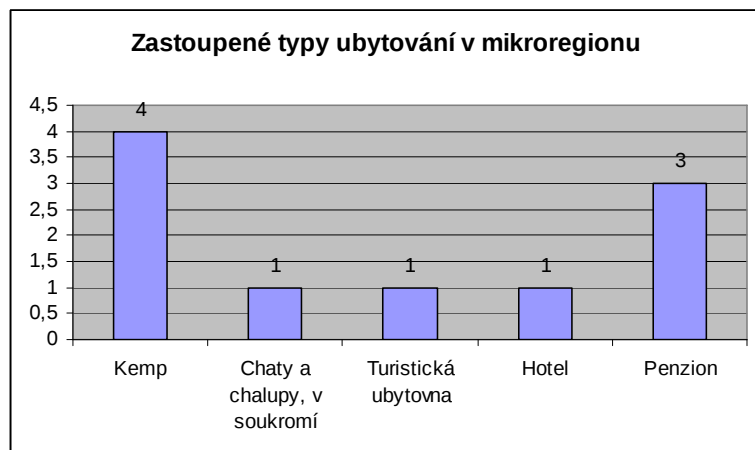
Zdroj: Vlastní dotazníkové šetření

Podle získaných informací převládají v oblasti služby ubytovací, pak následují maloobchodní služby a služby stravovací a osobní, jako kadeřnictví, pedikúra a fitness

centrum. Nejméně jsou zde zastoupeny služby sportovní. Opravárenské služby a služby jiného druhu zde nemají vůbec žádné zastoupení.

2. Jaký typ ubytování nabízíte?

Graf č. 2



Zdroj: Vlastní dotazníkové šetření

Nejčastějším typem ubytování je zde kemp a penzion. Malé zastoupení zde mají hotely, turistické ubytovny i ubytování v soukromí. Vůbec tady nejsou zastoupeny ubytovací služby typu motel, hotel nebo hotel garní.

3. Kolik lůžek / míst nabízíte?

Graf č. 3

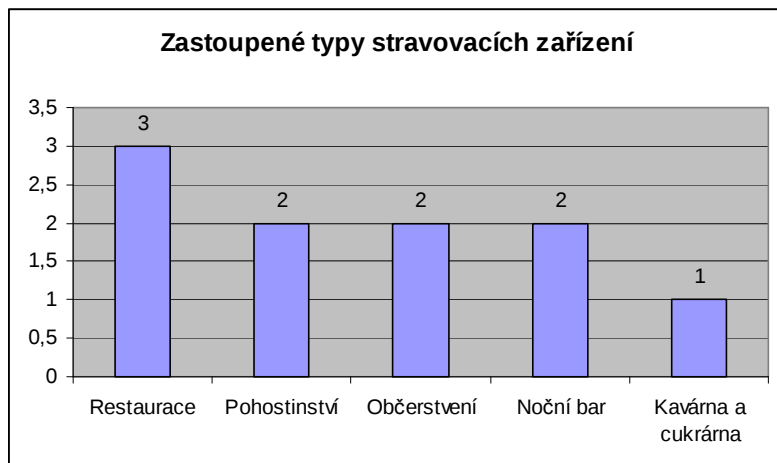


Zdroj: Vlastní dotazníkové šetření

Nejvíce jsou zde zastoupeny ubytovací zařízení s nabízenými lůžky do 30 a do 90 míst.

4. Jakou formu stravování nabízíte?

Graf č. 4

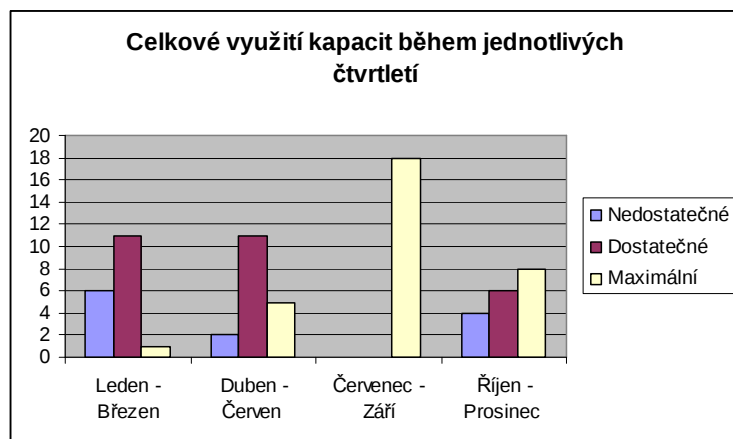


Zdroj: Vlastní dotazníkové šetření

Nejčastější formou stravování jsou restaurace, poté následuje pohostinství, občerstvení, noční bary a kavárny. Nejsou zde skoro vůbec zastoupeny vinárny, fast – foody či samoobslužné restaurace.

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

Graf č. 5

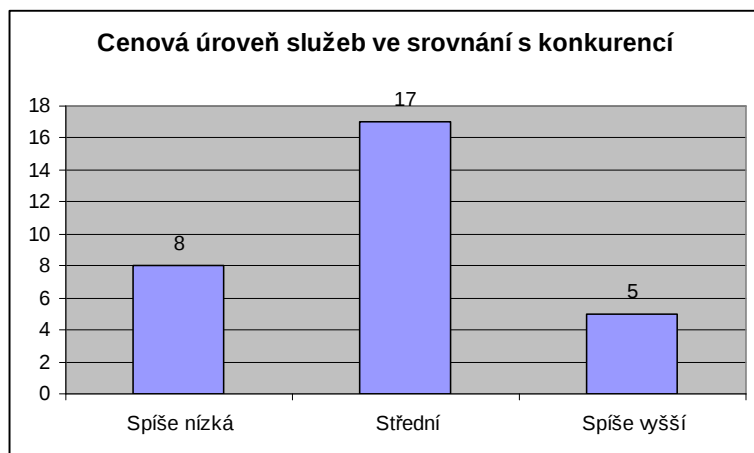


Zdroj: Vlastní dotazníkové šetření

Všichni dotazovaní se shodli na tom, že v letních měsících jsou jejich kapacity využívány maximálně. Jak lze vypožorovat z grafu, nedostatečně využívány jsou služby především v zimních měsících a na podzim. V ostatních měsících kalendářního roku jsou služby využívány dostatečně.

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

Graf č. 6

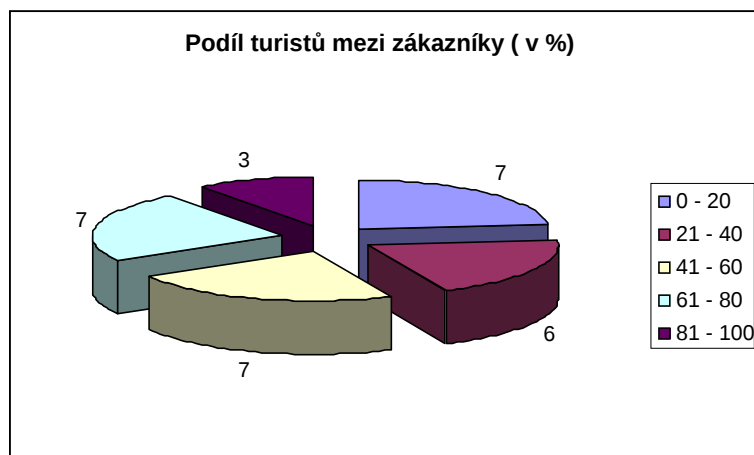


Zdroj: Vlastní dotazníkové šetření

Většina dotazovaných hodnotila cenovou úroveň svých služeb ve srovnání s konkurencí jako střední, spíše nízkou úroveň mají služby podle 8 dotazovaných a jen malá část považuje cenovou úroveň ve srovnání s konkurencí za spíše vyšší. Cenovou úroveň jako vyšší a nízkou neohodnotil nikdo z dotazovaných.

7. Jaký je podíl turistů mezi vašimi zákazníky?

Graf č.7



Zdroj: Vlastní dotazníkové šetření

Největší zastoupení turistů mezi zákazníky je v rozmezí do 20% , do 60 % a do 80 %.

8. Je mezi nimi významný podíl turistů ze zahraničí?

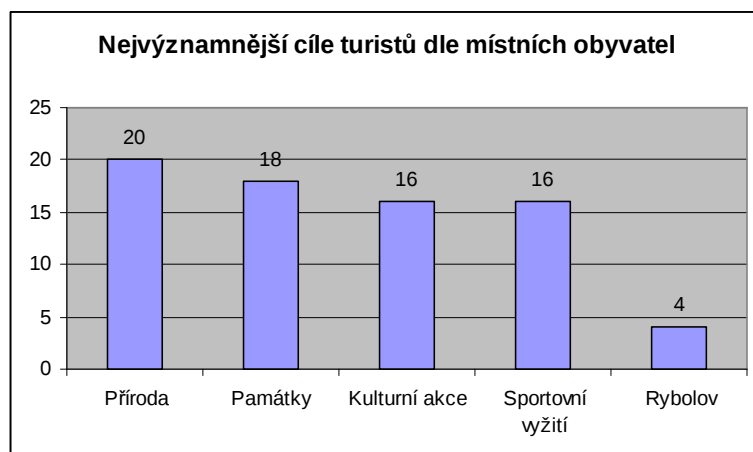
Dle vyhodnocených dotazníků se ukázalo, že mezi zákazníky není v oblasti významný podíl turistů ze zahraničí.

9. Přizpůsobujete svou nabídku turistům?

. Na tuto otázku odpovědělo 13 dotazovaných, že nabídku vůbec nepřizpůsobují, kdežto 12 ostatních částečně ano. Pouze 5 z nich nabídku turistům nepřizpůsobuje vůbec.

10. Co podle vás láká turisty do vaší oblasti?

Graf č. 8



Zdroj: Vlastní dotazníkové šetření

Podle názoru dotazovaných láká turisty do této oblasti nejvíce příroda a památky, pak následují kulturní a sportovní akce a jako jiný důvod uvedlo pár lidí rybolov.

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

Většina dotazovaných je toho názoru, že obce a kraj by měly podporovat příliv turistů do této oblasti. Někteří si ale myslí, že by příliv turistů měli podporovat podnikatelé a někteří jsou dokonce toho názoru, že by tento příliv neměl podporovat nikdo.

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

Nikdo z poskytovatelů komerčních služeb není zapojen do žádné organizované formy spolupráce.

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

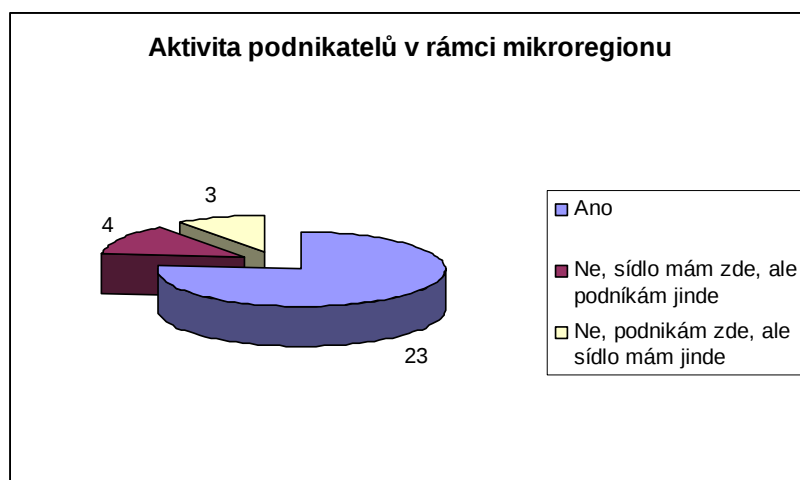
Většina dotazovaných odpověděla na tuto otázku stejně – a to, že ani neví, že nějaké formy spolupráce existují, a že to je tedy hlavní důvod, proč se nezúčastňují. Jen 3 z dotazovaných o organizovaných formách spolupráce ví, ale nezúčastňují se proto, že k nim nemají důvěru a 2 z dotazovaných nevidí v této spolupráci přínos pro svůj podnik.

14. Jak hodnotíte přínosy uvedených forem spolupráce?

Na tuto otázku neodpověděl nikdo z dotazovaných, protože žádný z nich se organizované formy spolupráce nezúčastňuje.

15. Podnikáte pouze v rámci tohoto mikroregionu?

Graf č. 9

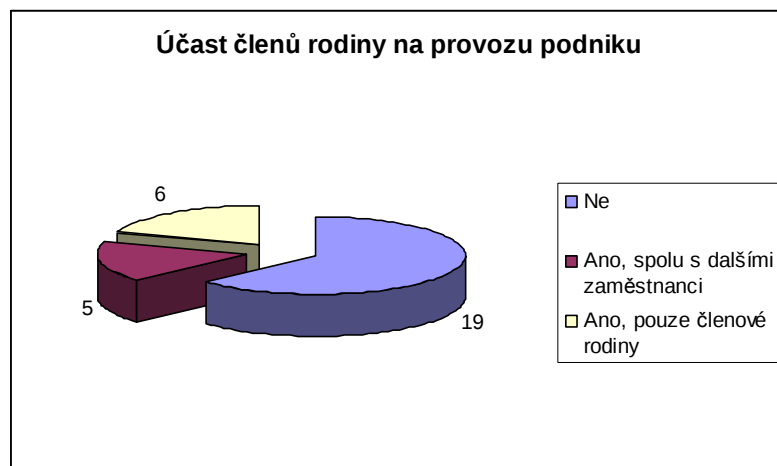


Zdroj: Vlastní dotazníkové šetření

V rámci této oblasti podniká většina dotazovaných, jen malá část má sídlo v oblasti a podniká jinde nebo podniká v této oblasti a sídlo má jinde.

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

Graf č. 10



Zdroj: Vlastní dotazníkové šetření

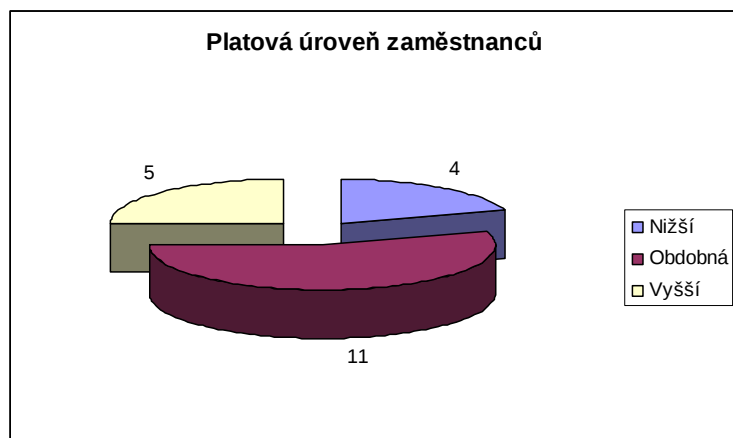
Ve většině podniků se členové rodiny na provozu podniku nepodílí. Když už ano, tak pouze v čistě rodinném podniku.

17. Kolik máte zaměstnanců?

Ve většině dotazovaných podniků pracuje nanejvýš 5 zaměstnanců, na druhém místě jsou podniky s počtem 6 až 10 zaměstnanců. Podniky s větším počtem zaměstnanců zde nejsou zastoupeny vůbec.

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

Graf č.11

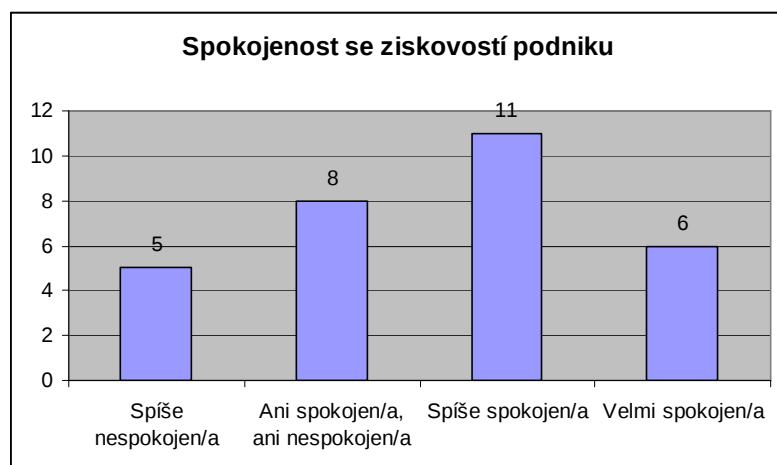


Zdroj: Vlastní dotazníkové šetření

Většina dotazovaných je toho názoru, že platová úroveň jejich zaměstnanců je obdobná jako běžné platy. Jen 5 dotazovaných si myslí, že platy jsou vyšší a jen 4 dotazovaní považují platy za nižší.

19. Jak jste spokojeni se ziskovostí svého podniku?

Graf č. 12

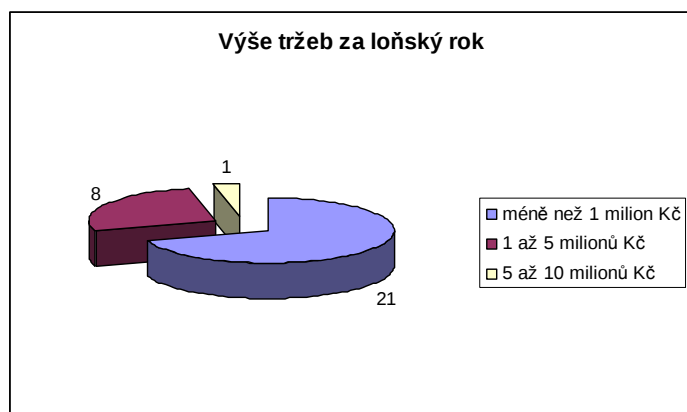


Zdroj: Vlastní dotazníkové šetření

Se ziskovostí svého podniku je většina dotazovaných spíše spokojena, 8 dotazovaných není ani spokojeno ani nespokojeno, pouze 6 dotazovaných je velmi spokojeno a jen 5 z nich je spíše nespokojena. Velmi nespokojen nebyl z dotazovaných ani jeden.

20. Vaše tržby za loňský rok byly přibližně:

Graf č. 13

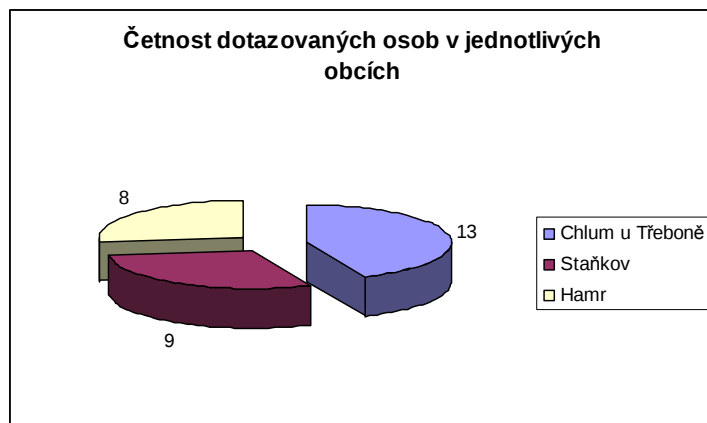


Zdroj: Vlastní dotazníkové šetření

U převážné části dotazovaných činily tržby méně než 1 milion Kč, jen 8 dotazovaných dosáhlo tržeb ve výši 1 až 5 mil. Kč a pouze jeden z nich dosáhl tržeb v rozmezí 5 až 10 mil. Kč.

21. Umístění provozovny

Graf č. 14



Zdroj: Vlastní dotazníkové šetření

Nejvíce dotazovaných bylo v obci Chlum u Třeboně, tato obec je ze všech tří členských obcí největší, a tak zde bylo nejvíce lidí i podniků. V obcích Staňkov a Hamr bylo dotazovaných méně.

Řízené rozhovory se starosty členských obcí

1. V čem je přínosné zapojení obce do mikroregionu?

U všech tří obcí je důvod zapojení do mikroregionu stejný. Jako celek snáze dostanou dotace než kdyby byli pouze jedna obec.

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

Obce jsou určitě ochotny svou spolupráci s ostatními posílit, jsou všichni ještě členem svazku Vodovod Hamr.

3. Jaké jsou důvody?

Zde jsou jako důvod uváděny opět především finance.

4. Jaký potenciál pro sebe obec vidí v rámci cestovního ruchu?

Obce Chlum u Třeboně a Staňkov vidí v cestovním ruchu potenciál veliký. Především je to dáno tím, že v obcích jsou významné rybníky, v Chlumu je to rybník Hejtman a ve Staňkove je to rybník Staňkovský. Naopak obec Hamr v cestovním ruchu potenciál nevidí.

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

Všem třem obcím chybí finance. Dále je to v každé obci individuální. Chlum u Třeboně postrádá například kulturní vyžití, jako je kino atd. Také nemají kemp na úrovni, chybí ji v kempech sportovní vyžití, jako jsou sportovní a tenisová hřiště. Obce Hamr postrádá rekreační rybník i kemp nebo jiné rekreační zařízení, které by bylo ve vlastnictví obce. Obec tedy nemá na co navazovat a rozvíjet. Uvažuje tedy o vybudování cyklostezky, aby více přilákala turisty. V obci Staňkov chybí občerstvení a stravovací zařízení. Dále je potřeba vylepšit vzhled obce a dostupnost komunikací a zlepšit autobusové spojení.

6. Na jaké problémy narážejí místní podnikatelé?

Důležitým problémem je malá návštěvnost restaurací, penzionů a pohostinstvích v zimních měsících. Lidé nakupují převážně ve větších městech, kde pracují.

Ceny jsou zde také o něco vyšší než v hypermarketech ve městech. Další problém je také třídění odpadů v obcích.

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

Podle názoru starosty obce Hamr v obci žádné služby nechybí. Lidé tam bydlí, protože vyhledávají klid a jsou smířeni s dojížděním za službami. Oproti tomu starosta Chlumu u Třeboně se zase domnívá, že lidem chybí dobré dopravní spojení a ve Staňkově chybí kulturní dům, jehož výstavba se ale plánuje v brzké době.

Vlastní pozorování v mikroregionu

Aby se obce mohly více rozvíjet, chybí jim finance, okolí této oblasti působí chudě a neudržovaně. Chybí zde také mladé generace na vsích. Mladí lidé nemají na vesnicích to, co potřebují, prahnou po zábavě a větším kulturním vyžití, a tak migrují do měst. Většina obyvatel musí dojíždět za prací do okolních měst, a to buď do Českých Budějovic, Třeboně nebo Jindřichova Hradce. Z toho také vyplývá, že zboží denní, časté i občasné spotřeby a služby nakupují přímo v těchto městech, a tak v obcích dochází k úpadkům podnikatelů. Je to i z toho důvodu, že ceny v městských hypermarketech jsou podstatně nižší než ceny v obchodních zařízeních v obcích. V letní sezóně je poptávka v prodejnách v obcích jednoznačně vyšší, ale tím pak trpí sami místní obyvatelé, protože turisté takto málo zásobované prodejny rychle vykupí. V tomto období musí být tedy prodejny zásobovány až třikrát denně.

Místní podnikatelé se potýkají v zimních měsících s malou návštěvností restaurací, penzionů a pohostinství. Je to dáno polohou obcí, v blízkosti není žádné zimní lyžařské středisko. Obce se pokouší nabízet prostory k pronájmům, ale většinou neúspěšně.

Malá návštěvnost je také dána špatnou dostupností obcí, v obcích je sice možnost autobusového spojení, v této oblasti je ale hlavním zdrojem dopravy vlak, ten je však vzdálený od obcí 5 km .

Také reklama a známost této oblasti není dostatečná a služby by mohly být kvalitnější. Chybí zde sportovní vyžití - sportovní a tenisová hřiště. Obec Chlum u Třeboně se

chystá stavět víceúčelovou halu, protože škola má zastaralou tělocvičnu, která již nevyhovuje. Projekt je tedy plánován především pro školu a mládež. Obec také hodně podporuje děti, je zde spousta kroužků, které podporují mimoškolní aktivity dětí, například taneční, pěvecký nebo keramický kroužek. Obec se chystá do jednoho roku zřídit ve škole novou internetovou třídu.

4.3. Zodpovězení hypotéz.

1. Dostupnost komerčních služeb pro obyvatele mikroregionu

V mikroregionu je dostupnost komerčních služeb nedostatečná. Nejvíce jsou služby zastoupeny v obci Chlum u Třeboně, kde se nacházejí převážně maloobchodní jednotky, dále jsou zde zastoupeny služby opravárenské, kadeřnictví, truhlářství. V ostatních obcích jsou zastoupeny spíše jen ubytovací a stravovací služby. V obcích chybí i bankovní služby, lidé proto musí dojíždět až do několik kilometrů vzdálené Třeboně, aby mohli této službě využít.

2. Nezaměstnanost v mikroregionu versus v Jižních Čechách

V prosinci 2008 dosáhla míra nezaměstnanosti v Jihočeském kraji 4,8 %. V obci Hamr činila míra registrované nezaměstnanosti 7,58 %, v Chlumu u Třeboně 9,44 % a ve Staňkově 5,13 %. Meziměsíční nárůst nezaměstnaných zaznamenaly všechny úřady práce v celé republice. Na území Jihočeského kraje nejvyšší nárůst zaznamenal Jindřichův Hradec, kam spadá i tento mikroregion, zde to bylo až o 25,7 %. Převážná většina obyvatel svazku dojíždí za prací. Je nutno podotknout, že ženy v tomto svazku mají malé uplatnění na trhu práce.

3. Věková struktura obyvatelstva

K 31. prosinci 2007 žilo v Jihočeském kraji podle předběžných výsledků 633 264 obyvatel, z toho téměř 51% představovaly ženy. K tomu samému datu činil počet bydlících obyvatel v Chlumu u Třeboně 2165, z čehož je nejvíce zastoupena skupina obyvatel mezi 15-59 lety. Nejméně je zde lidí mezi 60-64 lety. V obci Staňkov činí počet obyvatel 231 a je zde opět nejvíce zastoupeno obyvatelstvo mezi 15-59 lety a nejméně je zde také lidí mezi 60-64 lety. V obci Hamr žije 349 obyvatel a věková struktura obyvatel je stejná jako v Chlumu u Třeboně i ve Staňkově. Nejvíce je zde taktéž zastoupeno obyvatelstvo mezi 15-59 lety a

nejméně je zde lidí ve věku 60-64 let. Počet obyvatel v předproduktivním a poproduktivním věku je téměř na stejné úrovni.

5. Situační analýza Dobrovolného svazku obcí Chlum u Třeboně, Staňkov, Hamr

5.1. Porovnání mikroregionu s Jihočeským krajem

Dobrovolná svazek obcí Chlum u Třeboně, Staňkov, Hamr leží v Jihočeském kraji, a to v okrese Jindřichův Hradec. V porovnání s Jihočeským krajem tvoří svazek, co se rozlohy týče, 1/8 celého kraje. Celý Jihočeský kraj se pyšní krásnými a známými památkami a také nádhernou přírodou, i v tomto svazku se nachází pár pamětihodností a přírodních útvarů. Nejznámější je barokní zámek v Chlumu u Třeboně.

Dobrovolný svazek leží v rybníkářské oblasti, zasahují do něj rybník Hejtman, který má rozlohu 82 hektarů a nachází se přímo v obci Chlum u Třeboně a rybník Staňkov, který má hlavní hráz v obci Staňkov, ale zasahuje i do okolních obcí. Co se ale služeb a infrastruktury týče, je tento svazek oproti Jihočeskému kraji stále v pozadí. Služby se sice během posledních let o něco zkvalitnily, ale stále to není to, co by si obyvatelé členských obcí přáli. Infrastruktura obcí je také zanedbaná, obcím schází hlavně finance, z kterých by mohly financovat různé opravy a modernizace, je potřeba vylepšit vybavení a úroveň škol a opravit povrch místních silničních komunikací.

Dobrovolný svazek obcí Chlum u Třeboně, Staňkov, Hamr byl známý a významný pro Jihočeský kraj především kvůli sklárně, která zajišťovala pro spoustu lidí z celého kraje jistou práci. Avšak v roce 2003 byla sklárna i přes protesty místních obyvatel zavřena a spoustu lidí přišlo o práci, v důsledku toho vzrostla v kraji i nezaměstnanost.

Tato oblast patří mezi jednu z nejnavštěvovanějších v Jihočeském kraji, jezdí sem zejména kempaři a milovníci rybářství. Okolo Chlumu u Třeboně je také spoustu pískoven zaplavených vodou, které nabízejí nádherné koupání v čisté vodě, proto většina obyvatel z okolních měst i obcí směřují v létě právě sem.

5.2. Nabídka komerčních služeb v mikroregionu

V dobrovolném svazku tvoří převážnou nabídku komerčních služeb služby ubytovací a stravovací. Je to dáno především kvůli tomu, že tato oblast je v letním období využívána hlavně k cestovnímu ruchu. Nachází se zde mnoho kempů, penzionů, letních chat a chalup. Co se týče stravování, tak v každé obci je dostatek stravovacích zařízení a v každém kempu je také občerstvení nebo menší restaurace. V obci Chlum u Třeboně nalezneme několik restaurací i s letní terasou, cukrárny a pár stánků s rychlým občerstvením. Ve všech třech obcích převažuje maloobchodní nabídka.

5.3. Poptávka po komerčních službách v mikroregionu

Obyvatelé svazku se poptávají především po kvalitnějších službách a sportovním vyžití. V obcích chybí sportovní a tenisová hřiště, kde by lidé mohli trávit svůj volný čas a čas s dětmi. Je zde také velká poptávka po kulturním vyžití, ani v jedné obci není kino, historické muzeum či divadlo. V obci Chlum u Třeboně kino bývalo, avšak budova kina patřila odborům, kteří budovu zavřeli a odkoupit tuto budovu by stálo obec velké množství peněz. Velká poptávka je také po kvalitnějším a častějším dopravním spojení, do obcí jezdí pouze autobus, a to jen párkrát denně, obyvatelé musí dojíždět na vlakové nádraží, které je vzdáleno 5 km.

5.4. Profil mikroregionu vzhledem k dané oblasti komerčních služeb

Mikroregion je známý především díky cestovnímu ruchu. Aby oblast neztrácela své turisty a aby se vždy rádi do oblasti opět vraceli, je nutné zajistit kulturní vyžití a zajímavý program. Ze všech členských obcí se o tuto činnost nejvíce stará obec Chlum u Třeboně, která se snaží jak místním obyvatelům tak i turistům zpříjemnit život v obci. V letním období probíhá akce nazvaná Vodnické slavnosti, která se těší velké oblibě u rekreatantů i místních obyvatel. Jedná se o prázdninové radovánky pro děti i dospělé s nabytým kulturním programem. Na podzim se běhá již tradiční Běh kolem Hejtmanu. Zde se jedná o běžecké závody pro všechny věkové kategorie.

Mikroregion je tedy v letním období bohatý na kulturní akce, ale chybí tady služby jiného druhu. Ani v jedné z členských obcí není kino, které by jistě potěšilo nejen místní obyvatele, ale i turisty. Vhodné by například bylo vybudování letního kina alespoň v jednom z kempů, kde by si turisté mohli po večerech odpočinout a odreagovat se. Také větší nákupní středisko by jistě obcím pomohlo, nemuselo by docházet k problémům, že zboží denní

spotřeby bude turisty vykoupeno již v brzkých odpoledních hodinách a místní obyvatelé si budou moci nakoupit všeho dostatek.

5.5. SWOT analýza Jihočeského kraje v porovnání s Dobrovolným svazkem obcí Chlum u Třeboně, Staňkov, Hamr

Dobrovolný svazek obcí Chlum u Třeboně, Staňkov a Hamr svoji SWOT analýzu nemá, proto jsem ke zpracování této části použila SWOT analýzu Jihočeského kraje a porovnála jsem jednotlivé body této analýzy s oblastí Chlum u Třeboně, Staňkov, Hamr a vymezila jsem silné a slabé stránky, příležitosti a ohrožení, které jsou pro tuto oblast typické.

Silné stránky	Slabé stránky
1. Bohatý kulturně-historický potenciál	1. Zaostávající výstavba (resp. příprava) III. a IV. tranzitního železničního koridoru
2. Dobré přírodní podmínky pro rozvoj cestovního ruchu	2. Nevyhovující dopravní napojení na nadřazenou silniční síť
3. Vzdělanostní úroveň regionu je v mnoha aspektech srovnatelná se státy EU	3. Špatný stav a nedostatečná prezentace některých technických a kulturně-historických památek a atraktivit
4. Příznivý vliv center na strukturu zaměstnanosti	4. Sezónně nevyvážená nabídka cestovního ruchu
	5. Velké socio-ekonomické rozdíly mezi městskými a venkovskými oblastmi

Příležitosti	Ohrožení
1. Optimalizace sítě silnic II. a III. Třídy	1. Nepříznivý stav a vývoj populace
2. Rozvoj jiných druhů dopravy než silniční	2. Zhoršení dostupnosti center z venkovského prostoru (práce, služby)
3. Propojení atraktivit regionu do zajímavé nabídky turistům	3. Další zhoršení technického stavu dopravní infrastruktury
4. Rozvoj základní a doprovodné infrastruktury pro cestovní ruch	4. Odchod významných zaměstnavatelů
5. Propojení turistických a kulturních aktivit s Rakouskem a Německem	5. Nedostatečná kapacita a struktura sociálních a zdravotních služeb
6. Optimalizace vzdělávací soustavy	6. Další zhoršení technického stavu školské, sociální a zdravotní infrastruktury
7. Vybudování inovační infrastruktury	

Zdroj: www.spov-jck.cz

6. Vymezení předpokladů rozvoje komerčních služeb v Dobrovolného svazku obcí Chlum u Třeboně, Staňkov, Hamr

6.1. Úloha mikroregionu v rozvoji služeb

Dobrovolný svazek obcí Chlum u Třeboně, Staňkov, Hamr by měl především vylepšit kvalitu nabízených služeb a vybudovat služby poptávané. V následujících letech obce plánují vybudování nových sportovních hřišť a zlepšit úroveň místní školy. Chtěli by také vybudovat komplexně vybavený kemp, kam by se turisté rádi znovu vraceli a kde by byly všechny služby, které vyžadují. Tímto tedy plánují kemp s příjemnou restaurací, s tenisovým a sportovním hřištěm a moderním sociálním zařízením. Je také nutné v letním období posílit maloobchodní služby, zvýšit dovoz potravin, pečiva a prodloužit otevírací doby.

Služby cestovního ruchu (ubytování a stravování) jsou v této oblasti zastoupeny dostatečně, některá stravovací a ubytovací zařízení by však potřebovala rekonstrukci a zlepšení svých služeb.

6.2. Možnosti rozvoje cestovního ruchu

Cestovní ruch má v této oblasti velmi dobré předpoklady ke zlepšení a zkvalitnění všech služeb, co se cestovního ruchu týče. Dobrovolný svazek obcí se nachází jen pár kilometrů od hranic se sousedním Rakouskem, obec Chlum u Třeboně je dokonce členem Svazku příhraničních obcí a v obcích byly vybudovány cyklostezky a běžecké trasy, které vedou přímo do Rakouska. Proto se v budoucích letech očekává velký nárůst turistů z této země, jednak proto, že Rakušané rádi jezdí do České republiky, protože naše země je bohatá na kulturní památky, v čemž Rakousko poněkud zaostává. V několika posledních letech začali tuto oblast navštěvovat i Nizozemci, což je obcím samozřejmě velkým přínosem. Zahraniční turisté sem jezdí hlavně z důvodu nižších cen námi poskytovaných služeb. Samozřejmě i sportovní rybářství, které je v této oblasti proslaveno, sem přiláká spoustu turistů, jak českých tak zahraničních.

Obec Chlum u Třeboně se přes léto velice snaží uspořádat jak pro místní obyvatele, tak pro turisty bohaté kulturní vyžití. Každé léto se první týden v červenci v obci konají Vodnické slavnosti, které vrcholí celodenním koncertem na náměstí a občany i turisty jsou

tyto slavnosti velice oblíbené. Chlum u Třeboně je také proslaven díky spisovateli Františku Hrubínovi, který v obci přezíval a turisté se jezdí podívat na dům, v němž žil.

Potenciál cestovního ruchu v této oblasti je proto veliký, je jen třeba vylepšit vzhled a infrastrukturu obcí a také samozřejmě zlepšit kvalitu nabízených služeb.

7. Závěr

Cílem bakalářské práce bylo popsat vybraný mikroregion se zaměřením na danou oblast komerčních služeb a vymezit předpoklady rozvoje dané oblasti komerčních služeb.

Záměrem bylo provést situační analýzu, která je velmi důležitým bodem při tvorbě strategie, pokud je nutné zjistit aktuální situaci na trhu, dále zda má mikroregion v oblasti komerčních služeb určité předpoklady úspěchu a na co by se měl v současnosti i v budoucnu soustředit.

Dobrovolný svazek obcí Chlum u Třeboně, Staňkov, Hamr se nachází v Jihočeském kraji a sdružuje 3 obce - Chlum u Třeboně, který je městského typu a dále obce Staňkov a Hamr, které jsou typu vesnického. Dobrovolný svazek obcí Chlum u Třeboně, Staňkov, Hamr je rekreační oblastí a byl zřízen za účelem odkanalizování členských obcí v roce 1999.

Oblast leží v turisticky atraktivní krajině, v okolí obcí se nachází krásná a nepoškozená příroda, poblíž se nachází několik českých památek a významných měst a je zde také velká tradice rybníkářství. Problémem je však špatný stav některých historických objektů, neuspokojivé poměry místních komunikací, stárnoucí obyvatelstvo v obcích, migrace mladých obyvatel do větších měst, špatná vybavenost školy a špatná dopravní dostupnost do okolních měst a obcí. Východiskem pro tato zlepšení je čerpání finančních prostředků z EU.

Největší potenciální možnosti rozvoje nacházíme v obci Chlum u Třeboně, kde je nejvýznamnější rozdíl mezi potenciálními a využívanými možnostmi. Obec se snaží zpříjemnit živobytí jak místním obyvatelům tak i turistům. V obcích Hamr a Staňkov aktivita trochu upadá, zejména v obci Hamr obyvatelé příliš nestojí o cestovní ruch. Za podmínek využití cestovního ruchu lze dojít k vyváženému a harmonickému rozvoji nasměrovanému ke zvyšování úrovně nabízených služeb a tím i kvality života obyvatel.

8. Summary

The aim of this thesis is to describe a chosen microregion with focus on the given sphere of commercial services and to specify predispositions of development of this sphere of commercial services.

An intention was to carry out the situational analysis which is a very important point for the formation of the strategy, whether it is necessary to find out the current market condition. The next purpose was to explore, whether the microregion has any specific predispositions so as to be successful in the sphere of commercial services and what the region should concentrate on at the present time and in the future.

The Union of municipalities Chlum u Třeboně, Staňkov, Hamr is situated in the South Bohemian region and consists of three municipalities: Chlum u Třeboně, which is characterized as a small town, Staňkov and Hamr are villages. This union of municipalities is the recreational area and was established in 1999 for the purpose of obtaining grants for the building of a new technical infrastructure in the member municipalities.

The area is placed in a landscape attractive for tourists. Beautiful and intact countryside can be found in the surrounding. A number of Czech sights and significant cities are situated nearby and fishpond cultivation has a long tradition there. However, the microregion encounters problems including bad state of some historical monuments, unsatisfactory conditions of local roads, aging population in municipalities, migration of younger population to the bigger cities, insufficient equipment of schools and bad transport availability to neighbouring municipalities. Using of the funds from EU could be the solution for improvement of this situation.

The biggest potential for development is found in Chlum u Třeboně where the most important difference between potential and used opportunities occurs. The town endeavours to improve living of both local inhabitants and tourists. The activity is rather declining in Hamr and Staňkov, especially the inhabitants of Hamr don't care for tourism very much. On condition that tourism is used, it is possible to reach balanced development leading to the raising of the standard of offered services and also to raising of the quality of residents' lives.

9. Použitá literatura

Knižní zdroje:

1. Vašítková, M.: Marketing služeb – efektivně a moderně. Praha: Grada Publishing, 2001. ISBN 978-80-247-2721-9
2. Boučková, J. a kol.: Marketing. Praha: C. H. Beck, 2003. ISBN 80-7179-577-1
3. Hesková, M. a kol.: Kooperace II. Praha: Profess Consulting, 2006. ISBN 978-80-7259-054-4
4. Horner, S., Swarbrooke, J.: Cestovní ruch, ubytování a stravování, využití volného času, Aplikovaný marketing služeb. Praha: Grada Publishing, 2003. ISBN 80-247-0202-9
5. Rektořík, J., Šelesovský, J. a kol.: Strategie rozvoje měst, obcí, regionů a jejich organizací. Brno: Masarykova univerzita, 1999. ISBN 80-210-2126-8
6. Maier, K., Čtyroký J.: Ekonomika územního rozvoje. Praha: Grada Publishing, 2000. ISBN 80-7169644-7
7. Foret, M., Foretová, V.: Jak rozvíjet místní cestovní ruch. Praha: Grada Publishing, 2001. ISBN 80-247-0207-X
8. Oriška J.: Technika služeb cestovního ruchu . Praha: Idea Servis, konsorcium, 1999.244 s. ISBN 80-85970-27-9

Internetové zdroje:

9. <http://invest.kraj-jihocesky.cz>
10. <http://www.risy.cz>
11. <http://www.mmr.cz>
12. <http://www.ma21.cz/>
13. <http://www.czso.cz>
14. <http://www.euroskop.cz>
15. <http://www.uur.cz>
16. <http://www.spov-jck.cz>

17. <http://chlumutrebone.cz>
18. <http://www.rera.cz>
19. <http://portal.mpsv.cz>
20. <http://www.obecni-urad.net>
21. <http://www.obrazky.cz>
22. <http://www.braunstein.cz>
23. <http://www.pampeliska.cz>

Příručky:

24. Ing. Josef Vlk, CSc.: Metodická příručka pro zpracování strategických rozvojových dokumentů mikroregionů Brno: 2004

10. Přílohy

Příloha č. 1 Dotazník – podnikatelské subjekty poskytující komerční služby

Dobrý den, jmenuji se Martina Kolářová, jsem studentem/kou Ekonomické fakulty Jihočeské univerzity v Českých Budějovicích a zpracovávám svou bakalářskou práci na téma „Předpoklady rozvoje komerčních služeb ve vybrané oblasti – Dobrovolný svazek obcí Chlum u Třeboně, Staňkov, Hamr“.

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

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

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

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

2. Jaký typ ubytování nabízíte?

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

☐ Penzion

☐ Jiné, upřesněte _____

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

4. Jakou formu stravování nabízíte?

☐ Restaurace

☐ Pohostinství

☐ Motorest

☐ Samoobslužná restaurace

☐ Bufet

☐ Bistro (fast-food)

☐ Občerstvení, kiosek

☐ Denní bar (gril bar, pizzerie, snack bar)

☐ Noční bar (noční klub, varieté, dancing)

☐ Vinárna

☐ Kavárna a cukrárna

☐ Hostinec a pivnice

☐ Jiné, upřesněte _____

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

Leden – Březen: ☐ Nedostatečné ☐ Dostatečné ☐ Maximální

Duben – Červen: ☐ Nedostatečné ☐ Dostatečné ☐ Maximální

Červenec – Září: ☐ Nedostatečné ☐ Dostatečné ☐ Maximální

Říjen – Prosinec: ☐ Nedostatečné ☐ Dostatečné ☐ Maximální

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

☐ Nízká

☐ Spíše nízká

☐ Střední

☐ Spíše vyšší

☐ Vyšší

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

8. Je mezi nimi významný podíl turistů ze zahraničí?

☐ Ne

☐ Ano

9. Přizpůsobujete svou nabídku turistům?

☐ Ne, vůbec

☐ Ano, částečně

☐ Ano, významně

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

☐ Příroda

☐ Památky

☐ Kulturní akce

☐ Sportovní vyžití

☐ Jiné, upřesněte _____

11. Měl by podle vašeho názoru někdo podporovat další příliv turistů do vaší oblasti?
☐ Ne ☐ Ano, především obce a kraj ☐ Ano, především podnikatelé

12. Jste zapojeni do nějaké organizované formy spolupráce, např. destinačního managementu, nákupní aliance, přípravy společných marketingových balíčků apod.?
☐ Ne, vůbec ☐ Ano, uveďte prosím detaily (*pokračujte otázkou 14*)

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

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

14. Jak hodnotíte přínosy uvedených forem spolupráce?

☐ Záporné ☐ Nulové ☐ Pozitivní ☐ Velmi pozitivní

15. Podnikáte pouze v rámci tohoto mikroregionu?

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

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

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

17. Kolik máte zaměstnanců?

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

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

☐ Nižší ☐ Obdobná ☐ Vyšší

19. Jak jste spokojeni se ziskovostí svého podniku?

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

20. Vaše tržby za loňský hospodářský rok byly přibližně:

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

Děkujeme za vyplnění dotazníku.

21. Umístění provozovny (obec)

Příloha č. 2 - Přehled sekcí a oddílů CZ - NACE

Sekce	Oddíl a název
A	ZEMĚDĚLSTVÍ, LESNICTVÍ A RYBÁŘSTVÍ
	01 Rostlinná a živočišná výroba, myslivost a související činnosti
	02 Lesnictví a těžba dřeva
	03 Rybolov a akvakultura
B	TĚŽBA A DOBÝVÁNÍ
	05 Těžba a úprava černého a hnědého uhlí
	06 Těžba ropy a zemního plynu
	07 Těžba a úprava rud
	08 Ostatní těžba a dobývání
	09 Podpůrné činnosti při těžbě
C	ZPRACOVATELSKÝ PRŮMYSL
	10 Výroba potravinářských výrobků
	11 Výroba nápojů
	12 Výroba tabákových výrobků
	13 Výroba textilií
	14 Výroba oděvů
	15 Výroba usní a souvisejících výrobků
	16 Zpracování dřeva, výroba dřevěných, korkových, proutěných a slaměných výrobků, kromě nábytku
	17 Výroba papíru a výrobků z papíru
	18 Tisk a rozmnožování nahraných nosičů
	19 Výroba koksu a rafinovaných ropných produktů

	20 Výroba chemických látek a chemických přípravků
	21 Výroba základních farmaceutických výrobků a farmaceutických přípravků
	22 Výroba pryžových a plastových výrobků
	23 Výroba ostatních nekovových minerálních výrobků
	24 Výroba základních kovů, hutní zpracování kovů; slévárenství
	25 Výroba kovových konstrukcí a kovodělných výrobků, kromě strojů a zařízení
	26 Výroba počítačů, elektronických a optických přístrojů a zařízení
	27 Výroba elektrických zařízení
	28 Výroba strojů a zařízení j. n.
	29 Výroba motorových vozidel (kromě motocyklů), přívěsů a návěsů
	30 Výroba ostatních dopravních prostředků a zařízení
	31 Výroba nábytku
	32 Ostatní zpracovatelský průmysl
	33 Opravy a instalace strojů a zařízení
D	VÝROBA A ROZVOD ELEKTŘINY, PLYNU, TEPLA A KLIMATIZOVANÉHO VZDUCHU
	35 Výroba a rozvod elektřiny, plynu, tepla a klimatizovaného vzduchu
E	ZÁSOBOVÁNÍ VODOU; ČINNOSTI SOUVISEJÍCÍ S ODPADNÍMI VODAMI, ODPADY A SANACEMI
	36 Shromažďování, úprava a rozvod vody
	37 Činnosti související s odpadními vodami

	38 Shromažďování, sběr a odstraňování odpadů, úprava odpadů k dalšímu využití
	39 Sanace a jiné činnosti související s odpady
F	STAVEBNICTVÍ
	41 Výstavba budov
	42 Inženýrské stavitelství
	43 Specializované stavební činnosti
G	VELKOOBCHOD A MALOOBCHOD; OPRAVY A ÚDRŽBA MOTOROVÝCH VOZIDEL
	45 Velkoobchod, maloobchod a opravy motorových vozidel
	46 Velkoobchod, kromě motorových vozidel
	47 Maloobchod, kromě motorových vozidel
H	DOPRAVA A SKLADOVÁNÍ
	49 Pozemní a potrubní doprava
	50 Vodní doprava
	51 Letecká doprava
	52 Skladování a vedlejší činnosti v dopravě
	53 Poštovní a kurýrní činnosti
I	UBYTOVÁNÍ, STRAVOVÁNÍ A POHOSTINSTVÍ
	55 Ubytování
	56 Stravování a pohostinství

J	INFORMAČNÍ A KOMUNIKAČNÍ ČINNOSTI
	58 Vydavatelské činnosti
	59 Činnosti v oblasti filmů, videozáznamů a televizních programů, pořizování zvukových nahrávek a hudební vydavatelské činnosti
	60 Tvorba programů a vysílání
	61 Telekomunikační činnosti
	62 Činnosti v oblasti informačních technologií
	63 Informační činnosti
K	PENĚŽNICTVÍ A POJIŠŤOVNICTVÍ
	64 Finanční zprostředkování, kromě pojišťovnictví a penzijního financování
	65 Pojištění, zajištění a penzijní financování, kromě povinného sociálního zabezpečení
	66 Ostatní finanční činnosti
L	ČINNOSTI V OBLASTI NEMOVITOSTÍ
	68 Činnosti v oblasti nemovitostí
M	PROFESNÍ, VĚDECKÉ A TECHNICKÉ ČINNOSTI
	69 Právní a účetnické činnosti
	70 Činnosti vedení podniků; poradenství v oblasti řízení
	71 Architektonické a inženýrské činnosti; technické zkoušky a analýzy
	72 Výzkum a vývoj
	73 Reklama a průzkum trhu
	74 Ostatní profesní, vědecké a technické činnosti

	75 Veterinární činnosti
N	ADMINISTRATIVNÍ A PODPŮRNÉ ČINNOSTI
	77 Činnosti v oblasti pronájmu a operativního leasingu
	78 Činnosti související se zaměstnáním
	79 Činnosti cestovních agentur, kancelářů a jiné rezervační a související činnosti
	80 Bezpečnostní a pátrací činnosti
	81 Činnosti související se stavbami a úpravou krajiny
	82 Administrativní, kancelářské a jiné podpůrné činnosti pro podnikání
O	VEŘEJNÁ SPRÁVA A OBRANA; POVINNÉ SOCIÁLNÍ ZABEZPEČENÍ
	84 Veřejná správa a obrana; povinné sociální zabezpečení
P	VZDĚLÁVÁNÍ
	85 Vzdělávání
Q	ZDRAVOTNÍ A SOCIÁLNÍ PÉČE
	86 Zdravotní péče
	87 Pobytové služby sociální péče
	88 Ambulantní nebo terénní sociální služby
R	KULTURNÍ, ZÁBAVNÍ A REKREAČNÍ ČINNOSTI
	90 Tvůrčí, umělecké a zábavní činnosti
	91 Činnosti knihoven, archivů, muzeí a jiných kulturních zařízení

	92 Činnosti heren, kasin a sázkových kanceláří
	93 Sportovní, zábavní a rekreační činnosti
S	OSTATNÍ ČINNOSTI
	94 Činnosti organizací sdružujících osoby za účelem prosazování společných zájmů
	95 Opravy počítačů a výrobků pro osobní potřebu a převážně pro domácnost
	96 Poskytování ostatních osobních služeb
T	ČINNOSTI DOMÁCNOSTÍ JAKO ZAMĚSTNAVATELŮ; ČINNOSTI DOMÁCNOSTÍ PRODUKUJÍCÍCH BLÍŽE NEURČENÉ VÝROBKY A SLUŽBY PRO VLASTNÍ POTŘEBU
	97 Činnosti domácností jako zaměstnavatelů domácího personálu
	98 Činnosti domácností produkujících blíže neurčené výrobky a služby pro vlastní potřebu
U	ČINNOSTI EXTERITORIÁLNÍCH ORGANIZACÍ A ORGÁNŮ
	99 Činnosti exteritoriálních organizací a orgánů

Zdroj: www.czso.cz

Příloha č. 2 – obrázky

Obrázek č. 2: **Barokní zámek Chlum u Třeboně**



Zdroj: www.pampeliška.cz

Obrázek č.3: **Kostel v obci Chlum u Třeboně**



Zdroj: www.braunstein.cz

Obrázek č. 4: **Obec Chlum u Třeboně**



Zdroj: www.obrazky.cz

Obrázek č. 5: **Staňkovský rybník**



Zdroj: www.obrazky.cz