

**VYSOKÁ ŠKOLA EVROPSKÝCH A REGIONÁLNÍCH
STUDIÍ, O. P. S., ČESKÉ BUDĚJOVICE**

BAKALÁŘSKÁ PRÁCE

**PŘÍLEŽITOSTI ROZVOJE SLUŽEB VE VYBRANÉ
POHRANIČNÍ OBLASTI JIHOČESKÉHO KRAJE –
NOVOHRADSKÉ HORY – SE ZAMĚŘENÍM
NA OBCHODNÍ SLUŽBY**

Autor práce: Jitka Šulková

Studijní obor: Management a marketing služeb

Forma studia: Prezenční

Vedoucí práce: Ing. Pavel Studík

Katedra: Katedra managementu a marketingu služeb

2013

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci vypracovala samostatně, na základě vlastních zjištění a s použitím odborné literatury a materiálů uvedených v této práci.

Souhlasím, aby práce byla uložena v knihovně Vysoké školy evropských a regionálních studií v Českých Budějovicích a zpřístupněna v souladu s § 47b zákona č.111/1998 Sb. v platném znění.

.....

Děkuji vedoucímu bakalářské práce Ing. Pavlovi Studíkovi za cenné rady, připomínky a metodické vedení práce. V neposlední řadě děkuji také svým rodičům, kteří mě podporovali po celou dobu mého studia.

ABSTRAKT

ŠULKOVÁ, J. *Příležitosti rozvoje služeb ve vybrané pohraniční oblasti Jihočeského kraje – Novohradské hory – se zaměřením na obchodní služby: bakalářská práce*. České Budějovice: Vysoká škola evropských a regionálních studií, o. p. s., 2013. 97 s. Vedoucí bakalářské práce: Ing. Pavel Studík.

Klíčová slova: služba, obchod, situační analýza, marketingový výzkum, region Novohradské hory.

Bakalářská práce se zabývá aktuální problematikou dostupnosti a úrovně nabízených služeb v oblasti Novohradských hor a hledá opatření, která by přispěla nejen k uspokojení potřeb občanů, ale i k rozvoji jednotlivých měst a obcí ve vymezené oblasti. Hlavním cílem práce je analýza stávajících služeb se zaměřením na obchodní služby v lokalitě Novohradských hor, konkrétně v Malontech, Pohorské Vsi, Pohoří na Šumavě, Benešově nad Černou a Kaplicí.

Bakalářská práce je členěna do tří částí. První část se věnuje vymezení základních pojmů v sektoru služeb, jejich klasifikaci a charakteristice vybrané lokality Novohradských hor. Druhá část se zabývá analýzou nabídky bývalých a stávajících služeb ve vymezené oblasti s cílem zmapovat možnosti jejich dalšího rozvoje. Třetí část zahrnuje projekt a vlastní realizaci marketingového výzkumu s cílem zjištění spokojenosti obyvatel s nabídkou služeb ve vybrané lokalitě. Na základě zjištěných výsledků je vypracována situační analýza. V závěru jsou zhodnoceny pozitiva a negativa vývoje nabídky služeb, včetně navržených opatření na jejich zlepšení.

ABSTRACT

ŠULKOVÁ, J. *Opportunities of services development in the selected border area of the region of South Bohemia – Nové Hradky Mountains – specialization in business services: Bachelor thesis*. České Budějovice: The College of European and Regional Studies, o. p. s., 2013, 97 s. Supervisor: Ing. Pavel Studík.

Key words: service, business, situational analysis, marketing research, region Nové Hradky Mountains.

This thesis deals with the current problems of availability and level of services offered in the region of Nové Hradky Mountains and it also looks for the new measures that would contribute not only to satisfy the needs of citizens, but also to development of towns and villages in the selected area. The main aim is the analysis of the existing services with a focus on business services in the region of Nové Hradky Mountains specifically in Malonty, Pohorská Ves, Pohoří na Šumavě, Benešov nad Černou and Kaplice.

This thesis is divided into three parts. The first part defines the basic terms of service sector, their classification, and the characteristic of the selected area of Nové Hradky Mountains. The second part deals with the analysis of former and current services offer in the selected area in order to map the possibilities for further development. The third part includes the project and the realization of marketing research with the aim of finding out the citizens' satisfaction with services in the selected area. On the basis of the results a situational analysis is presented. At the end of the thesis the pros and cons of service offer development are evaluated including the proposed measures for improvement.

Obsah

ÚVOD	8
1 Cíl a metodika bakalářské práce	9
2 Sektor služeb	11
3 Vymezení pojmu služeb a definice služeb	12
3.1 Klasifikace služeb.....	14
3.2 Charakteristika a vlastnosti služeb	16
4 Marketing služeb	19
4.1 Hlavní pojmy v marketingu služeb.....	20
4.2 Marketingový mix služeb	22
4.3 Metody marketingu a jejich využití pro analýzu služeb.....	25
4.3.1 Marketingový výzkum	25
4.3.2 Situační analýza	25
5 Poloha a základní vymezení regionu	26
6 Historický vývoj novohradského území	27
6.1 Využití přírodních zdrojů	32
6.2 Podomácká výroba a řemesla	34
7 Analýza bývalých a stávajících služeb	36
7.1 Malonty	36
7.2 Pohorská Ves	47
7.3 Pohoří na Šumavě.....	51
7.4 Benešov nad Černou.....	53
7.5 Kaplice.....	57
8 Marketingový výzkum	60
8.1 Projekt marketingového výzkumu.....	60
8.2 Interpretace výsledků	62
8.3 Vyhodnocení marketingového výzkumu.....	80
9 SWOT analýza	82
Závěr	84
Seznam použitých zdrojů	87
Literární zdroje	87
Elektronické zdroje	88
Ostatní zdroje	91
Seznam zkratk	92

Seznam obrázků	93
Seznam tabulek	93
Seznam grafů	93
Přílohy	95

ÚVOD

Terciární sektor je nejmladším, ale zároveň nejdynamičtějším sektorem světového hospodářství. K výrazným změnám v české ekonomice došlo v 90. letech 20. století, kdy lze pozorovat dlouhodobě klesající význam primárního a sekundárního sektoru a naopak rostoucí význam sektoru terciárního. Dynamický růst odvětví služeb vysvětlují změny spojené s růstem příjmů, životního standardu, fondu volného času, zaměstnaností žen, změny životního stylu aj.

Zvyšující se úloha služeb pozitivně ovlivňuje zaměstnanost ve službách a růst podílu na HDP. Rostoucí podíl služeb v ekonomice souvisí nejen se změnami ekonomickými – nové technologie a techniky, globalizace, zvyšování produktivity práce, ale také s politicko – správními změnami, hospodářskou integrací. K dalším neméně důležitým změnám, mající vliv na rostoucí podíl HDP jsou společenské změny – rozvoj telekomunikací, zvyšující se úroveň vzdělanosti obyvatelstva, mobilita a rozvoj měst.

V České republice se vývoz zboží a služeb podílel na tvorbě HDP 72,5 % za rok 2011.¹ Sektor služeb v České republice se stává stabilnější a přestává být tolik závislý na vývozu do ciziny. Hlavním obchodním partnerem České republiky je Německo. V souvislosti s provázaností českého trhu s německým postihl českou ekonomiku v roce 2009 pokles německé poptávky.

Oblast služeb také patří k významným možnostem, jak přispět k rozvoji regionů. Služby jsou zajišťovány podnikatelskými i nepodnikatelskými subjekty. Svým charakterem se řadí mezi malé a střední podniky. Od roku 1992 se v České republice rozvíjí podpora malého a středního podnikání v zaostávajících či problémových regionech. Regionální politika má za úkol snižovat meziregionální rozdíly.

Bakalářská práce se bude zabývat službami v pohraniční oblasti Novohradských hor, konkrétně v obcích Malonty, Pohorská Ves, Pohoří na Šumavě, Benešov nad Černou a ve městě Kaplici. Novohradské hory jsou zeměpisně odlehlým regionem. Prošel zásadními sociálními a hospodářskými změnami. Toto znevýhodnění se projevuje v sociálním úpadku, nedostatečně rozvinuté infrastruktuře, v nižší úrovni kvality vzdělávání a s tím spojenou vyšší nezaměstnaností.

¹ Podíl vývozu zboží a služeb na HDP [online]. Praha: Český statistický úřad, 2013, [cit. 2012-11-06]. Dostupný z WWW: <[http://www.czso.cz/csu/2012edicniplan.nsf/t/20003067B3/\\$File/1607120824.pdf](http://www.czso.cz/csu/2012edicniplan.nsf/t/20003067B3/$File/1607120824.pdf)>.

1 Cíl a metodika bakalářské práce

Hlavním cílem bakalářské práce je zanalyzovat stávající služby, se zaměřením na obchodní, v lokalitě Novohradských hor. V rámci analýzy bude vypracována charakteristika vybrané lokality Novohradských hor, a to na základě sekundárních informací Českého statistického úřadu, materiálů veřejné správy a historických pramenů. Dalším cílem bude provedení marketingového výzkumu spokojenosti obyvatel s nabídkou služeb v dané oblasti.

Bakalářská práce je rozdělena do tří částí: První část je věnována studiu odborné literatury a dalším pramenům, které jsou podkladovým materiálem pro zpracování literární rešerže. Jejím obsahem je vymezení základních pojmů v sektoru služeb, jejich klasifikace a základní vymezení vybrané lokality Novohradských hor. Následuje charakteristika vybrané oblasti z historického pohledu a popis využití přírodních zdrojů.

Druhá část se zabývá analýzou nabídky bývalých a stávajících služeb ve vymezené oblasti s cílem zmapovat možnosti jejich dalšího rozvoje. Tato analýza se konkrétně týká obcí Malonty, Pohorské Vsi, Pohoří na Šumavě, Benešova nad Černou a města Kaplice.

Třetí část bakalářské práce se zabývá sestavením projektu marketingového výzkumu pro zjištění primárních dat. Cílem marketingového výzkumu je zjistit míru spokojenosti obyvatel s nabídkou stávajících služeb a jejich dostupností a kvalitou ve vymezených sídlech. Vlastní marketingový výzkum probíhal v období od 1. 12. 2012 do 31. 1. 2013. Během těchto dvou měsíců bylo osloveno 200 respondentů, kteří zodpověděli celkem 17 otázek. Tištěné dotazníky byly osobně rozneseny přátelům, známým. Dále se na vyplňování dotazníků podíleli zaměstnanci Základní školy a Mateřské školy Malonty, Obecního úřadu v Malontech, obchodu Jednota – potraviny Malonty, Obecního úřadu v Pohorské Vsi, společnosti Bentex v Benešově nad Černou, zákazníci obchodu Harmonie v Kaplici a také florbalové družstvo FBC Kaplice. Všichni dotázaní jsou obyvateli řešených sídel v Novohradských horách. Poté následovalo statistické vyhodnocení dotazníků. Získaná data jsou přepsána do elektronické podoby. Otázky jsou jednotlivě rozpracovány a pro jejich přehlednost jsou vytvořeny grafy, doplněné o slovní komentář. Podrobné vyhodnocení jednotlivých otázek a zpracování grafů viz kapitola 8.2. Interpretace výsledků.

Na základě zjištěných výsledků je vypracována situační analýza. V závěru jsou zhodnoceny pozitiva a negativa vývoje nabídky služeb, včetně navržených opatření na jejich zlepšení.

Pro naplnění cílů bakalářské práce jsou využity informace a zkušenosti s oblastí Novohradských hor. Obec Malonty, v řešené oblasti, je bydlištěm autorky. Pro zpracování teoretické části bakalářské práce byla využita řada odborných literárních zdrojů zaměřených na služby. Dalšími důležitými zdroji byly oficiální internetové stránky obcí Malonty, Pohorská Ves, Benešov nad Černou a města Kaplice. Informace byly čerpány z veřejných a oficiálních internetových stránek Českého statistického úřadu. Dalším podkladem byly zjištěné historické informace z Kroniky obce Malont. Využity byly i informace o podnikatelských subjektech ze Sbírký listin Obchodního rejstříku.

Z hlediska technického byl pro tvorbu textu použit program Microsoft Word 2010 a pro statistické vyhodnocení dotazníků program Microsoft Excel 2010.

2 Sektor služeb

Význam a postavení služeb se mění v závislosti na společensko - ekonomických podmínkách. V minulosti byla úloha služeb velmi podceňována. Na počátku devadesátých let však došlo k překotnému rozvoji sektoru v souvislosti s probíhajícími systémovými změnami. Vývoj se zmírnil v druhé polovině devadesátých let. Důsledkem pomalejšího vývoje bylo určité nasycení trhu, vzniklé chyby v průběhu transformace s následkem poklesu kupní síly obyvatelstva.

Důvodem většího zastoupení služeb v ekonomikách je skutečnost, že lidé disponují více penězi a také volným časem, který chtějí určitým způsobem využít. Roste poptávka po sportovních aktivitách a službách pro volný čas. Navíc technický pokrok a nové technologie sebou přináší i složitější výrobky, které vyžadují přítomnost služeb. Firmy si chtějí získat či udržet stávající zákazníky, a tak se snaží diferenciovat své výrobky pomocí služeb. Službu je možné snadno napodobit, a proto musí docházet k neustálým inovacím. Služby představují také důležitý vývozní artikl. Export zboží a služeb činil 2 592 180 mil. Kč v roce 2010, z toho vývoz služeb byl vyčíslen na 428 753 mil. Kč.²

Služby se významně podílí na tvorbě hrubého domácího produktu a zaměstnanosti. Obecně lze konstatovat, že v nejvíce rozvinutých zemích světa činí podíl služeb na HDP okolo 70 - 75 %, zatímco podíl zpracovatelského průmyslu se pohybuje mezi 20 - 25 % a zemědělství tvoří podíl na hrubém domácím produktu asi 5 %.³

Podle ČSÚ se promítá podíl služeb v ukazatelích národního hospodářství podílem jedné třetiny. Registr ekonomických subjektů čítá celkem 2 726 055 subjektů k datu 30. září 2012, z nichž 2 305 478 subjektů působí v terciárním sektoru dle sekce CZ - NACE (E - U).⁴ Práce lidí zaměstnaných v sektoru služeb je úzce spojena s lidmi pracujícími ve výrobních oborech.

² *Statistická ročenka České republiky 2011 – Národní účty* [online]. Praha: Český statistický úřad, 2012 [cit. 2012-11-06]. Dostupný z WWW: <<http://www.czso.cz/csu/2011edicniplan.nsf/kapitola/0001-11-2010-0500>>.

³ VAŠTÍKOVÁ, M. *Marketing služeb – efektivně a moderně*. 1.vyd. Praha: Grada Publishing, 2008. s. 9.

⁴ *Struktura národního hospodářství podle převažující činnosti a zařazení do institucionálních sektorů* [online]. Praha: Český statistický úřad, 2012 [cit. 2012-11-06]. Dostupný z WWW: <[http://www.czso.cz/csu/2012edicniplan.nsf/t/91002FB1B0/\\$File/tabsna_092012.pdf](http://www.czso.cz/csu/2012edicniplan.nsf/t/91002FB1B0/$File/tabsna_092012.pdf)>.

3 Vymezení pojmu služeb a definice služeb

Pojem služba pochází z latinského slova „servus“, což v překladu znamená otrok. V českém jazyce je služba stále spojována s poddanstvím (sluha, služka). Tento negativní přístup souvisí s historickým procesem zajišťování služeb. Pracovníky služeb tvořili především lidé z chudší vrstvy a s dosaženým nižším stupněm vzdělání. Službu lze chápat jako hospodářskou činnost uspokojující potřeby lidí nebo také jako službu lidské činnosti související s obsluhováním předepsané činnosti.

Je velmi obtížné vyjádřit jednotnou definici vzhledem k heterogenosti služeb. Avšak instituce na nadnárodní úrovni jako je WTO (World Trade Organization), OECD (Organization for Economic Co-operation and Development), EUROSTAT (Statistický úřad Evropské unie) a IMF (International Monetary Fund) se angažují v oblasti harmonizace ukazatelů služeb. Na služby se může nahlížet hned z několika úhlů.

Definice služeb je obsažena v základních právech Evropské unie. Definice, která je v souladu s právem Evropské unie, vymezuje služby podle smlouvy o založení Evropského společenství. Do českého právního řádu byl implementován zákon o volném pohybu služeb prostřednictvím směrnice o službách na vnitřním trhu. Implementace směrnic i v ostatních členských státech řeší administrativní a legislativní překážky spojené s konkurenceschopností celé evropské ekonomiky v globálním měřítku, zaměstnaností (zejména žen) v sektoru služeb a komplikacemi v podnikání drobných a středních podnikatelů, jejichž doménou je působení na trhu služeb. Službu lze chápat jako výkon poskytující zpravidla za úplatu, avšak není-li upravena v ustanovení o volném pohybu zboží, kapitálu a osob. Služby zahrnují následující činnosti:⁵

- Činnosti průmyslové povahy
- Činnosti obchodní povahy
- Řemeslné činnosti
- Činnosti v oblasti svobodných povolání

V odborné literatuře se objevuje několik různých definic pro služby. Jednou ze základních definic služeb je definice, která vymezuje službu jako ekonomickou veličinu. Na službu se pohlíží jako na činnost, proces a výsledek činnosti.⁶

⁵ HESKOVÁ, M. *Teorie, management a marketing služeb*. 1.vyd. České Budějovice: Vysoká škola evropských a regionálních studií, 2012. s. 7.

⁶ HESKOVÁ, M. *Teorie, management a marketing služeb*. 1.vyd. České Budějovice: Vysoká škola evropských a regionálních studií, 2012. s. 8.

Služba jako činnost: Služby jsou všechny činnosti, které se orientují na bezprostřední získávání, zpracování nebo zušlechťování hmotných statků.

Služba jako proces: Služby je možné chápat jako změnu stavu osoby nebo statku, která se uskutečňuje vzájemnou činností nebo hospodářských jednotek s jejich souhlasem a pro ně. Je určena pro spotřebitele, kteří jsou příjemci služeb, a vyskytuje se v nehmotné podobě.

Služba jako výsledek činnosti: Služby představují společensky uznané hodnoty lidské práce, které jednak zachovávají hodnoty vytvořené výrobním procesem, slouží dlouhodobému procesu spotřeby, a jednak napomáhají vytvářet podmínky pro všestranný rozvoj lidí.

Služba jako hospodářská činnost, která uspokojuje konkrétní potřebu, se zaměřuje na tvorbu užitečného efektu. Tímto efektem se nemyslí hmotný statek, výrobek. Služby se obvykle rozlišují podle toho, zda uspokojují potřeby kolektivní či individuální. Služby uspokojující kolektivní potřeby jsou hrazeny z veřejných zdrojů (státu, obce), zatímco služby uspokojující individuální potřeby jsou hrazeny ze zdrojů soukromých (příjmů, důchodů obyvatel).⁷

V současné praxi tržní ekonomiky je za službu považována ekonomická činnost, která splňuje následující předpoklady:

- Služba je produkována prostřednictvím ekonomické jednotky.
- Služba je poskytována třetím osobám (např. jednotlivcům, domácnostem, firmám, společnosti jako celku.
- Služba je vykonávána placenými zaměstnanci.⁸

Nejvýstižnější definici marketingového pojetí služeb stanovili autoři KOTLER a ARMSTRONG⁹: „Služba je jakákoliv aktivita nebo výhoda, kterou může jedna strana nabídnout druhé straně, je v zásadě nehmotná a nepřináší vlastnictví. Její produkce může, ale nemusí být spojena s fyzickým produktem.“

⁷ HESKOVÁ, M. *Teorie, management a marketing služeb*. 1.vyd. České Budějovice: Vysoká škola evropských a regionálních studií, 2012. s. 7.

⁸ HESKOVÁ, M. *Teorie, management a marketing služeb*. 1.vyd. České Budějovice: Vysoká škola evropských a regionálních studií, 2012. s. 9.

⁹ KOTLER, P., WONG, V., SAUNDERS, J., ARMSTRONG, G. *Moderní marketing*. 4. evropské vyd. Praha: Grada, 2007. s. 710.

3.1 Klasifikace služeb

Teorie služeb zahrnuje různá kritéria, podle kterých se člení do více kategorií. Autorka HESKOVÁ¹⁰ ve své knize uvádí několik členění služeb podle různých kritérií. Základní členění pro klasifikaci služeb rozlišuje druh vztahu služeb k osobě nebo ke zboží. Skupina služeb zaměřených na osoby zahrnuje služby, které se týkají změny fyzického nebo duševního vlastnictví lidí (např. vzdělávání, kulturní a zdravotní služby, komunikace). Do skupiny služeb s vazbou na zboží jsou zařazeny služby, jež se pojí se změnou fyzických vlastností zboží nebo jejich stavem (např. opravárenské služby). Vlivem rostoucího rozvoje ekonomiky došlo k rozšíření o další kritérium v klasifikaci, a to o kritérium produktivity ve službách.

Při klasifikaci služeb se zohledňují následující faktory:

- 1) Druh služby
- 2) Typ prodávajícího
- 3) Typ kupujícího
- 4) Vlastnosti poptávky
- 5) Způsob dodávky
- 6) Požadavky na dodávku
- 7) Stupeň hmotnosti
- 8) Nákupní motivy
- 9) Frekvence styku se zákazníkem
- 10) Stupeň přizpůsobení služby zákazníkovi
- 11) Stupeň intenzity práce

Klasifikace služeb člení služby na:

- Produktivní služby (spojeny s pohybem nebo úpravou zboží, prodejem zboží, pohybem osob).
- Produktivní nemateriální služby obchodní povahy (změřit výsledek není jednoduché, vývoj a výzkum, finanční služby).
- Nemateriální obchodní služby (zdravotní služby, zábavní a vzdělávací)
- Organizační služby (služby ve veřejné správě, oblasti řízení).

¹⁰ HESKOVÁ, M. *Teorie, management a marketing služeb*. 1.vyd. České Budějovice: Vysoká škola evropských a regionálních studií, 2012. s. 25-34. ISBN 978-80-87472-25-5.

Klasifikace služeb na 3 skupiny:

- Terciární – služby, které lidé dříve vykonávali doma (kosmetické salóny, stravování a ubytování, úpravy a čištění oděvů, kadeřnictví, opravy a údržba domácích přístrojů).
- Kvartérní – služby usnadňující a zefektivňující práci (obchody, doprava, finance a správa, pojištění).
- Kvintérní – služby, které mění a zároveň zdokonalují příjemce služby (vzdělávání a rekreace, zdravotní péče, fitness a wellness služby).

Další klasifikace přistupuje k službám podle toho:

KDO službu poskytuje: místo výroby a spotřeby (výrobní, nevýrobní), způsob výroby (soukromé, veřejné), rozsah vztahů (komerční, sociální).

KOMU je služba určena: způsob uspokojení potřeb (osobní, věcné), způsob úhrady (placené, neplacené), frekvence konzumace (základní, občasná, příležitostní).

CO se poskytuje: vlastnosti služeb (finanční, obchodní, dopravní, stravovací, ubytovací, lázeňské), užitný efekt služeb (základní, komplementární, substituční), charakter služeb (pro obyvatelstvo, pro podnikatelskou sféru, pro společnost).

Členění na základě klasifikace OSN vychází ze systému národních účtů. Služby jsou rozděleny do 9 kategorií:

- Obchod, opravy motorových vozidel a spotřebního zboží
- Hotely a restaurace
- Doprava a spoje
- Finanční zprostředkování
- Komerční služby
- Veřejná správa
- Školství
- Zdravotnictví a veterinární služby
- Ostatní služby

Český statistický úřad (ČSÚ) rozděluje služby podle kritéria ekonomických činností. Vědeckotechnický a ekonomický rozvoj souvisí se stále více intenzivnějším používáním informačních a komunikačních technologií, které významně mění nejen odvětví služeb, ale i celý profil moderní ekonomiky. Evropský parlament a Rada proto vydaly revidovanou klasifikaci ekonomických činností, podle které se řídí všechny

členské státy EU. V platnosti je od 1. ledna 2009. Nová revidovaná klasifikace ekonomických činností (CZ - NACE Revision 2):

E – Dodávka vody, čištění a odvod odpadových vod, odpady a služby odstraňování odpadů

G – Velkoobchod a maloobchod

H – Doprava a skladování

I – Ubytovací a stravovací služby

J – Informace a komunikace

K – Finanční a pojišťovací služby

L – Činnosti v oblasti nemovitostí

M – Odborné, vědecké a technické činnosti

N – Administrativní a podpůrné služby

O – Veřejná správa a obrana; povinné sociální zabezpečení

P – Vzdělávání

Q – Zdravotnictví a sociální pomoc

R – Umění, zábava a rekreace

S – Ostatní činnosti

T – Činnosti domácností jako zaměstnavatelů

U – Činnosti exteriálních organizací a sdružení

3.2 Charakteristika a vlastnosti služeb

Odborná literatura se vzácně shoduje na vymezení charakteristik služeb. Mezi základní vlastnosti služeb patří:

- a) Nehmatatelnost
- b) Nedělitelnost
- c) Proměnlivost
- d) Pomíjivost
- e) Absence vlastnictví

Ad a) Nehmatatelností služby se rozumí vlastnost, kterou nemůžeme zhodnotit fyzickým smyslem (čich, hmat, zrak). Zákazník si nemůže službu před koupí prohlédnout a jen výjimečně si ji může vyzkoušet. Nehmatatelnost ovlivňuje spotřební rozhodování a chování zákazníků. U zákazníků vyvolává určitý pocit nejistoty. Vybrat si službu mezi konkurujícími si poskytovateli podobných služeb je tedy pro zákazníka

velmi obtížné. Ke snížení nejistoty toho, jakou službu koupí, hledají kupující „signály“ kvality a vytvářejí si závěry podle viditelných atributů, jako jsou lokalita, symboly, exteriér, interiér a jeho vybavení, lidé, kteří službu poskytují, další zaměstnanci, komunikační materiály, cena apod.¹¹ Pro snížení rizika zákazníci hledají určité hmatatelné důkazy. Mezi ně lze zařadit kvalitu, cenu, reference apod. Tuto nejistotu se marketing služeb snaží překonat posílením marketingového mixu služeb o prvek materiálního prostředí, zdůrazněním významu komunikačního mixu a zaměřením se na vytváření silné značky, popřípadě obchodního jména firmy nabízející dané služby.¹² Producenti zboží se snaží, v rámci dosažení lepších výsledků, nabízet k hmotnému zboží doplňkové nehmotné služby. Snahou producentů služeb je co nejvíce zhmotnit služby.

Ad b) Nedělitelnost je vlastnost služby, kde místo výroby představuje zpravidla i místo spotřeby. Uživatel služby je přítomen při její realizaci. Poskytovatel služby a zákazník se musí potkat v daném místě a čase tak, aby užitek z poskytnutí služby mohl být pro zákazníka realizován. Dochází tak k úzkému a intenzivnímu vzájemnému (interaktivnímu) vztahu mezi producentem služby a zákazníkem.

Neoddělitelnost služby je i příčinou častějšího vzniku lokálních monopolů poskytovatelů některých služeb, a to především tehdy, je-li osoba nebo firma poskytující službu něčím jedinečná. Nelze-li oddělit službu od poskytovatele a poskytovatel služby má pouze omezenou produkční kapacitu, vzniká místní monopol poskytovatele. Poskytovatel této jedinečnosti svého postavení využívá k stanovení vyšší ziskové marže v ceně.¹³

Ad c) Proměnlivost neboli variabilita výstupů procesů poskytování služeb souvisí zejména se standardem kvality. V procesu poskytování služeb jsou přítomni lidé, zákazníci a poskytovatelé služeb. Jejich chování nelze vždy předvídat, v případě zákazníků je dokonce obtížné stanovit určité normy chování.¹⁴ Heterogenita služeb přispívá ke zvyšujícímu se významu postavení služby vzhledem ke konkurenci a klade důraz na obchodní jméno a značku. V souvislosti s nehmotností a proměnlivostí vyvstává problém s patentovou ochranou služeb.

¹¹ JAKUBÍKOVÁ, D. *Marketing v cestovním ruchu*. 1.vyd. Praha: Grada Publishing, 2009. s. 71.

¹² JANEČKOVÁ, L., VAŠTÍKOVÁ, M. *Marketing služeb*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2001. s. 14.

¹³ VAŠTÍKOVÁ, M. *Marketing služeb – efektivně a moderně*. 1.vyd. Praha: Grada Publishing, 2008. s. 22.

¹⁴ JANEČKOVÁ, L., VAŠTÍKOVÁ, M. *Marketing služeb*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2001. s. 16.

Ad d) Pomíjivost služeb je taková vlastnost, kdy nemůžeme službu skladovat, uchovávat, znovu prodávat či ji vracet. S touto vlastností není problém, pokud je poptávka stálá. Pokud však poptávka po službách kolísá, straně nabídky působí určité problémy. Provozovatelé služeb se tak snaží zajistit rovnoměrnou vytíženost. Nápomocí jim může být správná kombinace prvků marketingového mixu.

Ad e) V návaznosti na nehmotnost a pomíjivost služeb vzniká další charakteristická vlastnost – absence vlastnictví. Zákazník si koupí služby kupuje pouze právo na poskytnutí služby. Nemožnost vlastnit službu má vliv na konstrukci distribučních kanálů, jimiž se služba dostává k zákazníkům. Distribuční kanály jsou obvykle přímé nebo velmi krátké. Na zprostředkovatele nemůže přecházet vlastnické právo, jako tomu zpravidla bývá u výrobků.¹⁵

¹⁵ JANEČKOVÁ, L., VAŠTÍKOVÁ, M. *Marketing služeb*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2001. s. 18 - 19.

4 Marketing služeb

Na trhu představují stranu nabídky prodávající a stranu poptávky kupující. V tržním hospodářství je cílem dosahovat co největšího zisku, a proto se stal nástrojem podnikatelského řízení marketing. Autoři KOTLER a ARMSTRONG¹⁶ definují marketing jako společenský a manažerský proces, jehož prostřednictvím jednotlivci a skupiny uspokojují své potřeby a přání v procesu výroby a směny výrobků či jiných hodnot.

V zastaralém pojetí je marketing chápán jako soubor nástrojů používaných k uskutečnění prodeje – přesvědčit a prodat. Nové pojetí marketingu se zaměřuje na uspokojení potřeb zákazníka. V podnikání vytváří větší ekonomickou hodnotu než kterákoliv další činnost. A i přes tuto skutečnost je velmi často považován za činnost okrajovou. Marketing se snaží porozumět trhu, podporovat zákazníky, vytvářet produkty a nové inovace, budovat značky. Úspěch marketingu spočívá ve schopnosti propojovat vnější a vnitřní prostředí firmy, trh a firmu, akcionáře a zákazníky, kreativitu a analytické dovednosti, sliby a realitu.¹⁷

Na marketing se můžeme dívat v rozměru tří dimenzí:

- 1) Marketing jako kultura je chápán jako soubor hodnot a postojů, ve kterých zastává ústřední roli zákazník, jenž je důležitým faktorem rozhodujícím o úspěchu jakékoliv organizace. Svoji důležitost zaujímá i podniková kultura. Kultura podniku se prolíná do všech marketingových aktivit, zejména pak do oblasti tvorby marketingové politiky.
- 2) Marketing jako strategie klade důraz na strategické podnikatelské jednotky, které se orientují na tržní segmentaci, zacílení a umístování produktů v mysli zákazníků ve srovnání s produkty konkurence a na dosahování úspěchu v oboru podnikání.
- 3) Marketing jako taktika, kdy management volí různé taktiky tvorby marketingového mixu, což je soubor managementem kontrolovatelných nástrojů.¹⁸

Jedna marketingová specialista¹⁹ prohlásila: „Co lidé opravdu chtějí, jsou výrobky, komunikace a marketingové kampaně, které oslní jejich smysly, budou se

¹⁶ KOTLER, P., ARMSTRONG, G. *Marketing*. 6. vyd. Praha: Grada Publishing, 2004. s. 30.

¹⁷ JAKUBÍKOVÁ, D. *Marketing v cestovním ruchu*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2009. s. 44.

¹⁸ JAKUBÍKOVÁ, D. *Marketing v cestovním ruchu*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2009. s. 44 - 45.

¹⁹ KOTLER, P., ARMSTRONG, G. *Marketing*. 6. vyd. Praha: Grada Publishing, 2004. s. 32.

dotýkat jejich srdcí a stimulovat jejich myšlení. Požadují výrobky, komunikaci a marketingové kampaně, které jim poskytují zážitky či zkušenosti.“

4.1 Hlavní pojmy v marketingu služeb

Potřeby a spirála potřeb

Nejdůležitějším bodem v marketingu je uspokojení potřeb zákazníka. Současná nabídka výrobků a služeb na trhu dokáže většinou dobře uspokojit základní potřeby zákazníků. Po uspokojení základních neboli fyziologických potřeb následuje uspokojení sociálních potřeb. Lidé mají potřebu sounáležitosti, sebeuspokojení, ale také požadují uspokojení složitějších potřeb. K uspokojení složitějších potřeb dochází většinou prostřednictvím producentů služeb, tržních i netržních. S vyšší produktivitou práce došlo k nárůstu volného času, ale zároveň i k potřebě vzdělávat se. Neustálý rozvoj a vznik nových služeb je spojen v posledním desetiletí s rychlým rozvojem telekomunikační techniky. Potřeba je ovlivňována kulturou a celkovým prostředím společnosti, ve které jednotlivec žije a organizace podniká. Stává se efektivní poptávkou v okamžiku, kdy existuje ochota a schopnost platit za nabízený produkt, který uspokojí určitou potřebu.²⁰

Směna služeb

Producenti zboží a služeb, v tržním prostředí, uspokojují potřeby pomocí směny. Směna je aktem získání žádoucího výrobku od někoho, a to nabídnutím něčeho jiného. Přitom musí být splněny následující podmínky:

1. Účastnit se musí alespoň 2 strany.
2. Každá strana má něco, co má hodnotu pro stranu druhou.
3. Obě strany jsou schopny komunikace a dodání.
4. Obě strany mají svobodu přijmout nebo odmítnout.
5. Obě strany se domnívají, že je odpovídající nebo žádoucí jednat s druhou stranou.²¹

Veřejné služby zpravidla nejsou poskytovány za peníze a v jejich případě se tedy jedná o směnu nepřímou. Problém spočívá v tom, že spotřebitel si na rozdíl od poskytování tržních služeb nemůže v případě řady veřejných služeb zvolit ani

²⁰ VAŠTIKOVÁ, M. *Marketing služeb – efektivně a moderně*. 1.vyd. Praha: Grada Publishing, 2008. s. 29.

²¹ SKOŘEPA, L., JEŽEK, J., JEŽKOVÁ, R. *Marketing měst a obcí*. 1. vyd. České Budějovice: Vysoká škola evropských a regionálních studií, 2008. s. 11.

poskytovatele užitek, ani způsob jejich doručení.²² Postupně však dochází ke změnám, kdy poskytovatel si může vybírat.

Hodnota

Různí účastníci směny (zákazníci, výrobci, zájmové skupiny aj.) posuzují hodnotu produktu odlišně. Hodnotou pro dodavatele je cena zaplacená za služby. Pro veřejné služby jsou hodnotou dotace, které poskytne stát či místní správa, nebo dary organizací a veřejnosti. Zákazníci většinou neberou v potaz hodnotu produktu a náklady na jeho pořízení, ale jen vnímanou hodnotu. Podle míry naplnění očekávání zákazníka je hodnocena jeho spokojenost. Hodnota a uspokojení potřeb zákazníka úzce souvisí s kvalitou. Oceňování hodnoty služeb je díky jejich nehmotnosti dosti složité. Zákazník proto většinou vnímá hodnotu srovnáním užtku, který mu služba přináší, s užtkem, jež by mu přinesla konkurenční služba. Vodítkem pro vnímání hodnoty zákazníkem bývá její cena.²³

Trhy

Pojem trh má několik významů:

- a) Místo, kde se obchoduje.
- b) Různá seskupení zákazníků.²⁴

Z hlediska předmětu koupě a prodeje se trhy rozlišují takto:

- 1) Trh práce, půdy a kapitálu společně tvoří trh výrobních faktorů.
- 2) Trh peněz velmi těsně souvisí s trhem kapitálu.
- 3) Trh výrobků a služeb neboli trh produktů.²⁵

V marketingu se trh zabývá především vlastnostmi spotřebitelů, v menší míře pak popisuje producenty. Zákazníci, kteří mají podobné vlastnosti a chování vytváří tržní segmenty.

Tržní subjekty

Na trh přicházejí subjekty s různými cíli. Tržní subjekty rozdělujeme na tři základní, mezi něž patří domácnosti, firmy a stát (vláda).

²² VAŠTÍKOVÁ, M. *Marketing služeb – efektivně a moderně*. 1.vyd. Praha: Grada Publishing, 2008. s. 30.

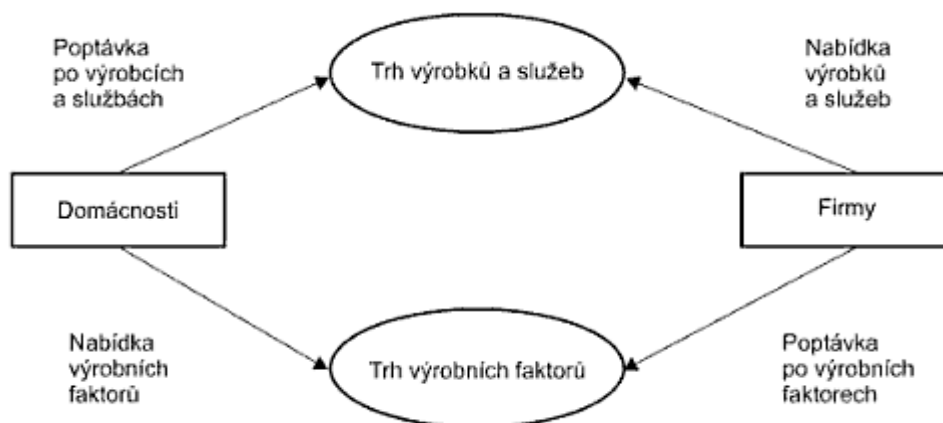
²³ JAKUBÍKOVÁ, D. *Marketing v cestovním ruchu*. 1.vyd. Praha: Grada Publishing, 2009. s. 51.

²⁴ SKOŘEPA, L., JEŽEK, J., JEŽKOVÁ, R. *Marketing měst a obcí*. 1. vyd. České Budějovice: Vysoká škola evropských a regionálních studií, 2008 s. 11.

²⁵ MACÁKOVÁ, L. a kol. *Mikroekonomie – základní kurs*. 11. vyd. Slaný: Melandrium, 2010. s. 29.

- 1) Domácnosti si opatřují užitečné vzácné statky, aby uspokojily své potřeby. Vystupují jako kupující na trhu výrobků a služeb, a proto jsou spotřebiteli. Domácnosti jsou také výhradními vlastníky výrobních faktorů, a tudíž vystupují také jako prodávající. Vstupují na trh výrobních faktorů a prodávají je firmám. Za příjmy (důchody) z výrobních faktorů si pak mohou kupovat výrobky pro svou spotřebu.
- 2) Firmy vyrábějí za účelem prodeje. Přicházejí jako prodávající na trh výrobků a služeb. Chtějí své výrobky přeměnit v peníze a následně za ně nakoupit výrobní faktory pro opakující se výrobu. Jejich cíl účasti na trhu představuje maximalizace zisku.
- 3) Stát vstupuje na trh s cílem ovlivnit jej, modifikovat jeho působení, odstranit některé jeho negativní dopady na ekonomiku a jeho pozitivní vliv naopak stimulovat. Vystupuje zde jako prodávající (prostřednictvím státních firem), jako kupující (prostřednictvím státních zakázek) a prostřednictvím státních institucí a zákonodárství.²⁶

Obrázek 1: Zjednodušené schéma trhů a tržních subjektů²⁷



4.2 Marketingový mix služeb

Marketingový mix služeb představuje soubor nástrojů, jejichž prostřednictvím, organizace poskytující služby, utváří vlastnosti služeb nabízených zákazníkům. Cílem mixu je uspokojit potřeby zákazníků a současně přinést zisk organizaci. Původně obsahoval marketingový mix čtyři prvky – v angličtině 4P – produkt (product), cenu

²⁶ MACÁKOVÁ, L. a kol. *Mikroekonomie – základní kurs*. 11. vyd. Slaný: Melandrium, 2010. s. 30.

²⁷JUREČKA, V. a kol. *Mikroekonomie*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2010. s. 50.

(price), distribuci (place) a komunikaci (promotion).²⁸ V marketingově orientovaných organizacích produkujících služby se aplikace 4P ukázala jako nedostatečná. Příčinou se staly vlastnosti služeb, a proto byl marketingový mix rozšířen na 7P. Mezi rozšiřující prvky patří materiální prostředí (physical evidence), lidé (people), procesy (process). Materiální prostředí napomáhá ke zhmotnění služby. Pomocí lidí dochází ke snazší interakci s poskytovatelem služby. Procesy poskytování služeb, které organizace sleduje a analyzuje, zefektivňují produkci služby a pro zákazníka se stává příjemnější. Všechny prvky mixu služeb jsou vzájemně propojeny a měly by být v neustálé interakci tak, aby mohly přinášet synergické efekty.²⁹

Tabulka 1: Marketingový mix pro oblast služeb³⁰

PRODUKT	CENA	MÍSTO	PODPORA PRODEJE
Rozsah	Úroveň	Umístění	Reklama
Kvalita	Slevy	Přístupnost	Osobní prodej
Úroveň značky	Platební podmínky	Distribuční kanály	Propagace
Produkční řada	Vnímání hodnoty služeb zákazníkem	Pokrytí trhu distribucí	Publicita
Záruky	Kvalita versus cena		Public relations
Prodejní služby	Diferenciace		
LIDÉ		MATERIÁLNÍ PROSTŘEDÍ	PROCES
<i>Zaměstnanci:</i>	<i>Základníci:</i>	<i>Prostředí:</i>	Politika
Vzdělání	Chování	Zařízení	Postupy
Výběr mezi zákazníky	Kontakty	Barevnost	Mechanizace
Přínosy		Rozmístění	Prostor pro rozhodování podřízených

²⁸ JANEČKOVÁ, L., VAŠTIKOVÁ, M. *Marketing služeb*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2001. s. 29.

²⁹ HESKOVÁ, M. *Teorie, management a marketing služeb*. 1.vyd. České Budějovice: Vysoká škola evropských a regionálních studií, 2012. s. 137.

³⁰ JANEČKOVÁ, L., VAŠTIKOVÁ, M. *Marketing služeb*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2001. s. 30.

Motivace		Úroveň hluku	Spolupráce se zákazníky
Vystupování		Usnadňování zboží	Usměrňování zákazníka
Mezilidské vztahy		Hmotné podněty	Průběh aktivit
Postoje			

Lidé

Lidé v pozici zaměstnanců ovlivňují proces a kvalitu nabízených služeb. V oblasti služeb je důležité se věnovat internímu a interaktivnímu marketingu. Cílem firmy by mělo být udržet si kvalitní zaměstnance a motivovat je co k nejlepším výkonům.³¹ Nabídka některých služeb vyžaduje aktivní interaktivní zapojení zákazníka. Zákazník se tak dostává do pozice spoluproducenta služby. Zapojením zákazníka do procesu může dojít ke zkvalitnění služby nebo naopak k zhoršení.

Materiální prostředí

Materiálním prostředím se rozumí první vjemy a dojmy, které zákazník získá při vstupu do prostorů, kde je služba poskytována, které pak navodí příznivé nebo nepříznivé očekávání.³² Motivací může být pro zaměstnance, ale zejména zákazníky. Vytvořením příjemného prostředí a atmosféry může vzniknout konkurenční výhoda. Materiální prostředí by mělo doplnit a podpořit pozitivní image. Prvku materiálního prostředí využívají hlavně franchisingové společnosti, které mají přesně definovaný podnikatelský koncept.

Procesy

Procesy představují souhrn postupů a činností, s nimiž se pracovníci musejí ztotožnit, které musí dodržovat a respektovat.³³ Procesy poskytování služeb ovlivňuje především neoddělitelnost služeb od osoby poskytovatele (a často i od zákazníka) a jejich zničitelnost. Prostřednictvím procesů se snaží producenti služeb odlišit od konkurence.

³¹ JAKUBÍKOVÁ, D. *Marketing v cestovním ruchu*. 1.vyd. Praha: Grada Publishing, 2009. s. 44 - 45.

³² VAŠTÍKOVÁ, M. *Marketing služeb – efektivně a moderně*. 1.vyd. Praha: Grada Publishing, 2008. s. 144.

³³ CETLOVÁ, H. *Marketing služeb*. 4. vyd. Praha: Bankovní institut vysoká škola, 2007. s. 58.

4.3 Metody marketingu a jejich využití pro analýzu služeb

4.3.1 Marketingový výzkum

Ve službách byl marketingový výzkum dlouhou dobu opomíjený. V současné době už většina firem zařadila marketingový výzkum mezi své činnosti.

Marketingový výzkum je cílevědomá a organizovaná činnost spočívající v systematické specifikaci, shromažďování, analýze a interpretaci informací a závěrů odpovídajících určité marketingové situaci, kterou je třeba řešit.³⁴ Marketingový výzkum slouží jako nástroj identifikace postavení firmy a jejich nabízených produktů a také jako nástroj pro zjištění potřeb zákazníků. Slouží jako podklad pro rozhodování v procesu marketingového řízení.

K základním cílům marketingového výzkumu ve službách se řadí:

- omezení nejistoty rozhodování při zásadních činnostech firmy.
- dosažení správného nastavení všech prvků marketingového mixu v souladu se specifickými podmínkami daných služeb.
- sledování a kontrola výsledků marketingových aktivit.³⁵

4.3.2 Situační analýza

Situační analýzu definuje JAKUBÍKOVÁ³⁶ jako metodu zkoumání jednotlivých složek a vlastností vnějšího prostředí, ve kterém firma podniká, případně které na ni nějakým způsobem působí, ovlivňuje její činnost, a zkoumání vnitřního prostředí firmy, její schopnosti výrobky tvořit, vyvíjet a inovovat, produkovat je, prodávat, financovat programy. Cílem je najít vyvážený poměr mezi příležitostmi ve vnějším prostředí představující výhodu pro firmu a mezi schopnostmi a zdroji firmy.

³⁴ SKOŘEPA, L., JEŽEK, J., JEŽKOVÁ, R. *Marketing měst a obcí*. 1. vyd. České Budějovice: Vysoká škola evropských a regionálních studií, 2008 s. 44.

³⁵ JANEČKOVÁ, L., VAŠTIKOVÁ, M. *Marketing služeb*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2001. s. 30.

³⁶ JAKUBÍKOVÁ, D. *Strategický marketing*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2008. s. 78.

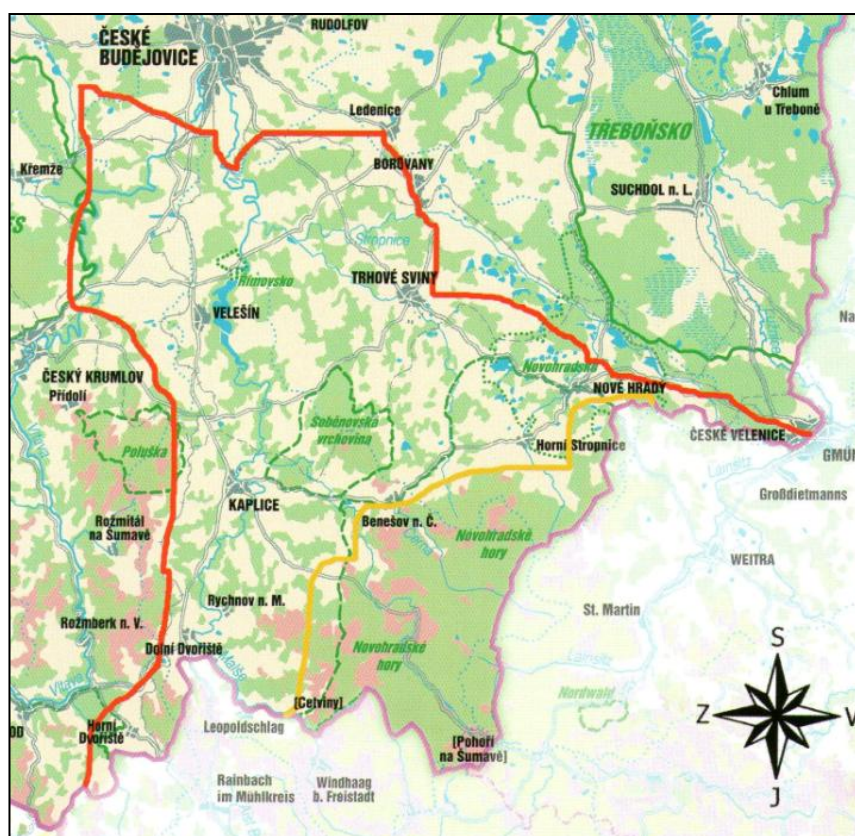
5 Poloha a základní vymezení regionu

Oblast Novohradských hor a Novohradského podhůří se nachází na jihu České republiky. Z administrativního hlediska spadá do Jihočeského kraje, okresů České Budějovice, Český Krumlov a z malé části (pouze České Velenice) Jindřichův Hradec, do obcí s rozšířenou působností České Budějovice, Český Krumlov, Kaplice, Trhové Sviny a Třeboň. Vymezený region zaujímá plochu zhruba 1 090 km².

Sídla, která leží v severní části regionu blízko krajského města, mají výhodnou dopravní i obslužnou polohu. Naopak na jihu, při státní hranici s Rakouskem, se nacházejí sídla v periferní horské a podhorské oblasti, která nejsou dobře dopravně i obslužně zajištěna.³⁷

Bakalářská práce se bude zabývat právě sídly na jihu regionu, konkrétně oblastí po linii Kaplice, Benešov nad Černou, Pohoří na Šumavě, Pohorská Ves, Malonty (viz obrázek číslo 2). V této řešené oblasti žije celkem

Obrázek 2: Vymezení Novohradských hor a Novohradského podhůří³⁸



³⁷ KOLEKTIV AUTORŮ, *Novohradské hory a Novohradské podhůří – příroda – historie – život*. 1. vyd. Praha: Baset, 2006. s. 17.

³⁸ KOLEKTIV AUTORŮ, *Novohradské hory a Novohradské podhůří – příroda – historie – život*. 1. vyd. Praha: Baset, 2006. s. 14.

6 Historický vývoj novohradského území

Pravěk

Přítomnost člověka na jihu Čech se datuje k období před 80 000 – 40 000 lety. Lidé se usídlovali podél vodních toků ve starší a střední době kamenné. Přejít k usedlejšímu způsobu života nastal až v pozdní době kamenné. Pravěcí osadníci už uměli chovat dobytek a pěstovat obilí. Dokázali si vyrobit již broušené kamenné nástroje i jednoduše utkat látku. Osídlování směrem na jih dokládá náhodný nález kamenného mlátu z pozdní doby kamenné u Benešova nad Černou. Na Kaplicku je to ojedinělý nález z této doby. Proniknutí bojovných germánských družin na jih Čech a sílící římský a germánský tlak negativně ovlivnil keltské obyvatelstvo, a proto se v době laténské výrazně snížila hustota zalidnění.³⁹

Příchod Slovanů a raný středověk

Vyslanci lidského pokolení osidlovali nehostinnou oblast Novohradských hor jen zřídka. Doba kamenná a bronzová nedokazuje trvalé osídlení. Husté těžce proniknutelné lesy zcela jistě měly vliv na pomalejší tempo osídlování i v pozdější době. V počátcích slovanské kolonizace lze předpokládat, že toto území ještě nebylo osídleno. Příchod prvních Slovanů do tohoto kraje se přisuzuje k 7. století a počátku 8. století. Postupné osídlování probíhalo podle tradičního způsobu, a to údolními proti proudu řek a podél obchodních stezek. Lidé sem přicházeli dvěma proudy. Prvním proudem putovali z českého vnitrozemí proti proudu řek Malše, Lužnice a možná i Stropnice. Druhým proudem přicházeli z oblasti severního Podunají a jižní Moravy. Slované budovali nejen vesnická sídliště, ale také hradiště s promyšleným opevňovacím systémem. Toto území na konci 10. století vlastnil panovnický rod Slavníkovců. Po roce 995 se dostal k moci rod Přemyslovců, a tak se území jižní zemské hranice stalo jejich majetkem. Odlehlý řídko osídlený kraj upadl téměř na dvě stě let v nezáměr českých knížat. Jejich snahou nebylo udržet si ve vlastnictví toto území, protože přínos byl malý, ale z hlediska obrany země bylo velmi důležitým. Osídlování postupovalo německou kolonizací doprovázenou křesťanstvím.⁴⁰

³⁹ KOLEKTIV AUTORŮ, *Novohradské hory a Novohradské podhůří – příroda – historie – život*. 1. vyd. Praha: Baset, 2006. s. 279.

⁴⁰ KOLEKTIV AUTORŮ, *Novohradské hory a Novohradské podhůří – příroda – historie – život*. 1. vyd. Praha: Baset, 2006. s. 279 - 280.

Vrcholný středověk

Nezájmu českých knížat o jižní území využili hornorakouská hrabata z Raabsu a rodu Kuenringů, kteří zintenzivnili své kolonizační aktivity ve 12. století. Podíl na kolonizaci jižních Čech má také církev, zejména cisterciánský řád.

Panský rod Vítkovců se podílel především na vnitřní kolonizaci. Zakládali hrady, osady, např. Rožmberk nad Vltavou (1250), Vyšší Brod (1259), Horní Stropnici (1259) aj. Úspěchu dosáhli především Rožmberkové. Soupis majetku z roku 1379 přičítá rodu Rožmberků 400 vesnic a malých i větších měst.

V období feudalismu vedly přes jižní Čechy obchodní stezky, jež umožňovaly rostoucí obchodní, politické a kulturní kontakty mezi Prahou a Podunajím.⁴¹ Komoditou Podunají byla alpská sůl. Česká strana používala jako platidlo mince a nezpracované drahé kovy, ale také koně a otroky. Novou dovozní komoditou se staly štýrské železářské výrobky.⁴² Obchodní stezka cáhlovská vedla z Lince přes Zaglau (na místě Zaglau – Cáhlov založeno v roce 1277 město Freistadt), Dolní Dvořiště, Kaplici, Velešín, Doudleby a České Budějovice do Prahy. Vznik cetvinské stezky ve 12. století umožňoval dopravu z Freistadtu přes Cetviny, Malonty, Horní Stropnici a Šejby do Weitry. Vitorazská stezka spojovala hradiště Doudleby s hradištěm Weitra. Na stezce se nacházely Trhové Sviny, Žár a Horní Stropnice. Od 13. století k nim přibýly Nové Hrady. Doprava soli po Vitorazské stezce byla výjimečná. Neputovala z Rakouska do Čech, ale směr cesty byl opačný. Sůl se vozila z Lince přes jih Čech do rakouského Vitorazska. Tento způsob cesty byl jednodušší než zdolávat těžký horský terén z Lince směrem do Vitorazska. Vitorazská stezka dostala název Via bohemica (Česká stezka). Mezi další známé stezky patří stezka linecká, gmündenská a Zlatá stezka.

Novohradské podhůří bylo ve 13. a 14. století již většinou osídleno, avšak v horských pohraničních oblastech kolonizace ještě neproběhla. Ve 14. století přerušily hospodářský vývoj husitské války, díky nimž došlo k zániku velkého počtu středověkých vsí.⁴³

⁴¹ KOLEKTIV AUTORŮ, *Novohradské hory a Novohradské podhůří – příroda – historie – život*. 1.vyd. Praha: Baset, 2006. s. 280.

⁴² KOLEKTIV AUTORŮ, *Novohradské hory a Novohradské podhůří – příroda – historie – život*. 1.vyd. Praha: Baset, 2006. s. 746.

⁴³ KOLEKTIV AUTORŮ, *Novohradské hory a Novohradské podhůří – příroda – historie – život*. 1.vyd. Praha: Baset, 2006. s. 280 - 281.

Pozdní středověk a renesance

V období pozdního středověku a celého 16. století zažívá tato oblast hospodářský a společenský rozmach a zvyšuje se počet především českého obyvatelstva, které zakládá nové obce. Do dříve neosídlených horských lesních oblastí začíná prostupovat život. Toto území ožívá v důsledku těžby dřeva a výrobou skla za vlády posledních Rožmberků. V roce 1547 téměř všechna jihočeská královská města byla součástí odboje proti habsburskému císaři Ferdinandovi I. Odboj se nezdařil a v důsledku toho byly provedeny konfiskace jejich práv a majetků. Nezdar odboje využila šlechta, která upevnila své hospodářské pozice.⁴⁴

Třicetiletá válka a období baroka

České stavy byly poraženy politicky i vojensky v roce 1620. Porážka znamenala pro některé vůdce hrdelní trest, ale i rozsáhlé konfiskace majetku. Hospodářská moc šlechty byla zlomena. S nově se objevujícími šlechtickými rody Eggenbergů a Buquoyů postupovala i rekatolizace. Třicetiletá válka přeměnila kvetoucí vesnice v opuštěná zbořeníště. Během třicetileté války lidé zažili hladomory, živelné pohromy, neúrody i změnu klimatu, tzv. malou dobu ledovou. Počet obyvatel se snížil až o třetinu. Nová vrchnost zvyšovala vesničanům natolik robotní povinnosti, že opouštěli své usedlosti. Vrchnost proto povolala osadníky z ciziny. České obce na Novohradsku a Kaplicku se rázem poněmčovaly.

Život do vesnic se začal postupně navracet v posledních desetiletích 18. století za vlády Jana Nepomuka Buquoye. Zaměřil se zejména na stav školství, sociální dění v říši a navíc jeho podporou se začalo rozvíjet průmyslové podnikání. K jeho rozvoji přispěly vhodné podmínky, mezi které se řadila levná pracovní síla, dostatek křemene, vodních zdrojů a palivového dříví. Oblast Novohradska se proslavila především sklářskou výrobou. Sklářny v regionu Novohradských hor však postupně zničila konkurence velkých sklářských firem na severu Čech. Na Novohradsku se také spřádal len, ze kterého se vyráběly lněné látky. Dřevo se zpracovávalo na četných pilách. Ve spojení se dřevem vznikala i nová řemesla, např. šindeláři, bednáři, koláři, truhláři.⁴⁵

⁴⁴ KOLEKTIV AUTORŮ, *Novohradské hory a Novohradské podhůří – příroda – historie – život*. 1.vyd. Praha: Baset, 2006. s. 281.

⁴⁵ KOLEKTIV AUTORŮ, *Novohradské hory a Novohradské podhůří – příroda – historie – život*. 1.vyd. Praha: Baset, 2006. s. 281 - 282.

19. a 20. století

Rok 1848 přinesl lidem osvobození od roboty. Obyvatelstvo pracovalo stále v oblasti zemědělství, lesnictví či v několika průmyslových podnicích. K hospodářské zaostalosti regionu přispěla i nedostatečně rozvinutá dopravní síť, díky níž firmy zanikaly z důvodu velké vzdálenosti dopravy zboží a materiálu. Novohradskem vede železniční trať jen několika místy a důležité silnice se dotýkají regionu jen okrajově. Záměry a projekty výstavby širší sítě železnice zůstaly jen na papíře. Do 70. let 19. století spojovala jižní Čechy s Lincem pouze koněspřežní železnice. Teprve v roce 1868 se podařilo vybudovat železnici vedoucí z Plzně do Českých Budějovic a po pěti letech následovala stavba železnice z Prahy do Českých Velenic. V porovnání s jinými oblastmi země byl jih Čech zaostalým krajem.

V polovině 19. století byla většina dělníků zaměstnána v textilním průmyslu. Pro vznik nějakého většího průmyslu zde nebyly podmínky. Také zemědělství bylo jen v omezené míře. Špatné pracovní příležitosti donutily zdejší obyvatelstvo hledat práci především v rakouských zemích, ale i v zámoří. Z tohoto důvodu se začal výrazně snižovat počet obyvatel. Na přelomu 19. a 20. století trvale opustilo své domovy zhruba deset procent obyvatelstva. Lze porovnat například průměr obyvatel na 1 km², kdy v Čechách žilo průměrně 136 obyvatel na 1 km² a v soudním okrese Kaplice 50 obyvatel na 1 km².⁴⁶ Němci a Češi upevňovali své vztahy sňatky a došlo i k upevnění obchodních vztahů. Čechům bylo umožněno pracovat v německých vesnicích a Němcům naopak v českých.

Relativně klidný život na Novohradsku narušila 1. světová válka v letech 1914 – 1918. Obyvatelé Novohradska museli nedobrovolně nastoupit na frontu. Mnozí z nich však při odchodu z domova viděli své rodiny naposled. Například do městečka Pohoří na Šumavě se nevrátilo 43 vojáků. Na počest padlým byly vystaveny pomníky (viz obrázek číslo 3 a 4). Válka zhoršovala čím dál víc životní úroveň obyvatelstva, která byla doprovázena zejména nedostatkem potravin, jejich zdražováním a postupně scházelo téměř vše. Strádajícím rodinám svítla naděje v lepší mírovou budoucnost v listopadu 1918, kdy došlo k ukončení krvavého boje.⁴⁷

⁴⁶ KOLEKTIV AUTORŮ, *Novohradské hory a Novohradské podhůří – příroda – historie – život*. 1. vyd. Praha: Baset, 2006. s. 282.

⁴⁷ KOLEKTIV AUTORŮ, *Novohradské hory a Novohradské podhůří – příroda – historie – život*. 1. vyd. Praha: Baset, 2006. s. 746.

Obrázek 3: Pomník Pohoří na Šumavě⁴⁸

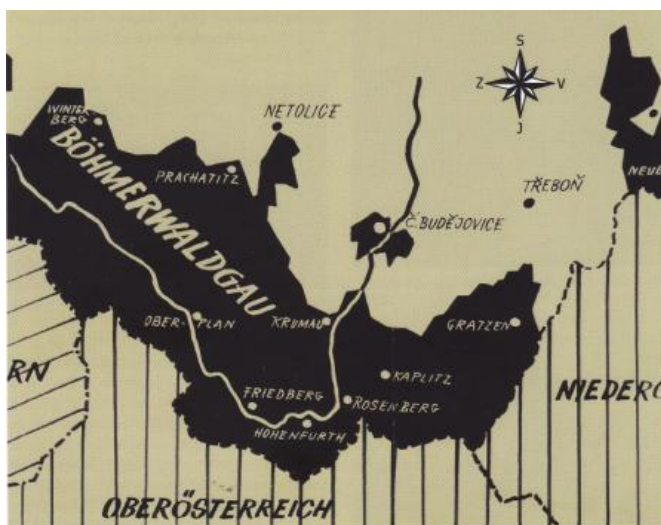


Obrázek 4: Pomník Dolní Příbrání⁴⁹



Vznik Československa dne 28. října 1918 přijaly české obce standartním způsobem. Odlišně k novému státnímu útvaru přistupovalo německy mluvící obyvatelstvo. Lidé na Novohradsku se rozhodli být součástí autonomního celku Böhmerwaldgau (viz obrázek číslo 5). Pohraniční styk byl mezi ČSR a Rakouskem dočasně omezen. Na to doplatili zejména novohradští stavební dělníci, kteří si přivydělávali v sezonních měsících v Rakousku.

Obrázek 5: Začlenění Novohradska do župy Böhmerwaldgau⁵⁰



⁴⁸ Zdroj: vlastní.

⁴⁹ Zdroj: vlastní.

⁵⁰ KOLEKTIV AUTORŮ, *Novohradské hory a Novohradské podhůří – příroda – historie – život*. 1.vyd. Praha: Baset, 2006. s. 389.

První poválečná hospodářská krize měla za následek velkou nezaměstnanost. Lidé dostávali malé finanční příspěvky od státu nebo z uskutečňovaných kulturních a sociálních akcí. V obcích dostávali občané potravinové poukázky v hodnotě od 20 haléřů do 5 korun. Od počátku 20. let jednotlivým obcím přispíval stát na nouzové práce pro nezaměstnané. Jednalo se o úpravy obecních cest, budování kanalizace a vodovodů či regulace místních toků.⁵¹

Situaci ještě zhoršilo vypuknutí 2. světové války v letech 1938 – 1945. Odliv místních obyvatel je spojený s jejich nuceným odchodem do armády či nástupem do zbrojních továren na území vlastního Německa. V zemědělských a lesních závodech na Českokrumlovsku nastala kritická situace v souvislosti se zbavováním se českých pracovních sil a nahrazováním cizích (Poláci, Ukrajinci, Belgičané, Francouzi a sovětští zajatci).⁵²

Období po 2. světové válce se vyznačuje velkými přesuny obyvatelstva, které souvisí s odsunem německého obyvatelstva. Z jižních Čech odešlo zhruba 150 000 Němců. Do bývalých německých vesnic se přesouvali Češi z vnitrozemí, Češi z Volyně, Slováci, slovenští reemigranti z Maďarska a Rumunska, Romové. Některé rodiny se vrátily do svých domovů, kterých se musely vzdát po Mnichovské dohodě v roce 1938.

Negativní vliv na osidlování mělo budování umělé železné opony ve vojenském a hraničním prostoru, které trvalo až do konce 90. let 20. století. V mnoha vesnicích v oblasti hraničního pásma vyhasl plamen života.⁵³

6.1 Využití přírodních zdrojů

Lesnictví

Oblast Novohradských hor vždy byla bohatá na lesy. Pro místní obyvatele se stala práce v lese zdrojem příjmu. Lesy zajišťovaly obrannou funkci. Vlastníkům přinášely finanční výnos, který nevyžadoval zpětné investice. Zpeněžit tento surovinový zdroj nebylo lehké po dlouhou dobu. Dřevo bylo možné využít jako stavební materiál,

⁵¹ KOLEKTIV AUTORŮ, *Novohradské hory a Novohradské podhůří – příroda – historie – život*. 1.vyd. Praha: Baset, 2006. s. 389 - 391.

⁵² PRUDIL, M., *Českokrumlovsko a Kaplicko – Sborník poznatků z II. světové války*. Kaplice: Československý svaz protifašistických bojovníků, 1974. s. 13 – 15.

⁵³ KOLEKTIV AUTORŮ, *Novohradské hory a Novohradské podhůří – příroda – historie – život*. 1.vyd. Praha: Baset, 2006. s. 282.

bylo také významným energetickým zdrojem pro hamry, sklárny a místní obyvatelstvo. Další finanční přínos spočíval ve výrobě potaše, kolomazi a dřevěného uhlí.⁵⁴

Plavení dřeva a voroplavba

Činnosti spojené s plavením dřeva a voroplavby byly zahájeny za Jana Nepomuka Buquoye v roce 1777, resp. 1783. Na novohradských tocích, na říčce Černé a Pohořském potoce, byl vybudován systém vodních klauzur. Mezi kanalizační úpravy patřilo zpevnění břehů, zřízení jezů a česel s propustěmi. Okolo těchto říček se stavěly industriální podniky. Voroplavba umožňovala zásobení regionu palivovým dřívím. Plavení dřeva a voroplavba měly vliv na podobu intravilánů vesnic. Úspěch v plavení dřeva ve vorech po českých řekách lze zařadit do období 2. poloviny 19. století a počátku 20. století. Těžba a doprava dřeva se zvýšila v důsledku polomů v roce 1870. V roce 1906 bylo v Čechách splaveno 593 770 m³ dřeva. Voroplavba na Malši se v té době podílela 8 – 10 %. Vývoz převážně do Německa představoval celkem 95 % splaveného dřeva. Stagnace v obchodě se dřevem nastala před 1. světovou válkou. Úpadek souvisel se změnami ve stavebních předpisech, rozšířením dopravy i hmot o jiné druhy a také se stavbami přehradních nádrží. Ve dnech 19. a 20. července 1938 se říčkami v Novohradských horách plavil poslední vor. V srpnu přišla přírodní pohroma, která způsobila velké škody na plavebním systému. Provoz byl zastaven roku 1938, kdy došlo k odtržení oblasti od Československa a k jeho obnovení už nikdy nedošlo.⁵⁵

Myslivost

Po ukončení třicetileté války dochází ke zlepšení ekonomického stavu regionu. S nástupem baroka přichází do módy myslivost. Přibývá nových obor a bažantnic. O rozvoj myslivosti se zasloužili především Buquoyové, pod jejichž vládou vzkvétalo panství 335 let. Značná rozloha lesů v buquoyské držbě byla zredukována v letech 1919 - 1920, kdy proběhla první pozemková reforma. Panství Buquoyů bylo v roce 1945 vyvlastněno na základě Malého dekretu.

Myslivost v oblasti Novohradských hor ovlivňují zejména přírodní podmínky, které jsou dány nadmořskou výškou a odlehlostí. Mnohé změny v myslivosti nastaly ve 20. století v přechodu od šlechtické „vysoké“ myslivosti k občanské. Vývoj

⁵⁴ KOLEKTIV AUTORŮ, *Novohradské hory a Novohradské podhůří – příroda – historie – život*. 1.vyd. Praha: Baset, 2006. s. 669.

⁵⁵ KOLEKTIV AUTORŮ, *Novohradské hory a Novohradské podhůří – příroda – historie – život*. 1.vyd. Praha: Baset, 2006. s. 679 - 680.

myslivosti byl také ovlivněn zdejší státní hranicí vytvořené po roce 1948 a jejím trváním do roku 1989.⁵⁶

Těžba rašeliny a její způsoby využití

První pokusy s těžbou rašeliny začaly na počátku 19. století. Území, které lze považovat za rašeliniště, je stanoveno na základě kritérií. Těmito kritérii je, že vrstva rašeliny musí být nejméně 0,5 metru a 0,5 hektaru rozlohy. Ve zkoumané oblasti je významné především Pohořské rašeliniště, které bylo v roce 1992 vyhlášeno přírodní památkou a jeho rozloha činí 39,02 hektaru.

Rašelina se využívala jako palivo. V krajích bohatých na lesy se topilo především dřívím. V polovině 19. století vzrostly ceny dřeva o 50 – 300 %, což umožnilo nárůst těžby rašeliny. Rašelina našla také své využití v podobě steliva, jež bylo vhodné do koníren, aby koně zůstali čisté. Rašelinné stelivo se používalo i v kombinaci se slámou pod dobytek a ovce. Velký význam měla také v zahradnické výrobě. Rašelina našla své uplatnění v zemědělství, lesnictví, balneo a velkou roli hraje v ochraně přírody.⁵⁷

6.2 Podomácká výroba a řemesla

V oblasti Novohradských hor nebylo možné, aby se lidé zabývali jen zemědělstvím. Práce pouze v zemědělství by je neuživila, a tak hledali další možné varianty obživy. V úvahu nejvíce připadala výroba doma, kterou mohli zastat současně s prací v zemědělství. Výroba vycházela ze snadno dostupných materiálů. Lidé vyráběli nejen pro svou potřebu, ale především pro prodej na trhu.

Obchod byl provozován měšťany. Výsadou obchodu bylo zejména konání trhů pravidelných týdenních či výročních. K rozvoji obchodu přispělo právo mílové, jehož prostřednictvím se odstraňovali konkurenti řemeslníků a krčem. Některým městům bylo přisouzeno také právo nuceného skladu. Projíždějící kupci tak museli vystavit své zboží k prodeji.⁵⁸

Podomácká výroba zaznamenala růst v 18. století, kdy se uvolnila cechovní vázanost. Venkovským řemeslníkům se tak rozšířily možnosti. Většina lidí

⁵⁶ KOLEKTIV AUTORŮ, *Novohradské hory a Novohradské podhůří – příroda – historie – život*. 1. vyd. Praha: Baset, 2006. s. 693 - 700.

⁵⁷ KOLEKTIV AUTORŮ, *Novohradské hory a Novohradské podhůří – příroda – historie – život*. 1. vyd. Praha: Baset, 2006. s. 711 - 712.

⁵⁸ ŽÁCI ZŠ A PŠ, OMLENICKÁ, *Zapomenutá řemesla – Rozvoj cechů a řemesel v Kaplici*. 1. vyd. Kaplice: Město Kaplice, 2012. s. 13.

na Novohradsku se zabývala tkalcovstvím. Z celkového součtu podomáckých a specializovaných řemeslných výrob zahrnovalo tkalcovství více než jednu polovinu po několik století. Lesnatý kraj umožňoval v hojné míře vyrábět dřevěné potřeby pro domácnost a hospodářství. Na trhu se objevoval široký sortiment výrobků – hrábě, násady na kosy, šindele, ošatky, dřevěné necičky na maso a na těsto, sudy na pivo a na kysané zelí, lopaty na obilí či na chlebové díže. Důležitým předmětem výroby byly dřeváky, které nosili lidé na vesnicích, ale i ve městech. Denní produkce dřeváků od jednoho dělníka se pohybovala kolem několika párů a za celý rok jich zhotovil více než tisíc.

Pokročilou výrobní činností jsou řemesla, jejichž provozování od středověku vyžadovalo vysokou specializaci. Řemeslná činnost byla vázána formálními pravidly cechovními či později vytvořenými živnostenskými. Pro obyvatele žijících na venkově bylo významné především mlynářství, kolářství, kovářství a podkovářství, tesařství, truhlářství, sedlářství, krejčovství a ševcovství, hrnčířství.

Ruční výroba byla postupně doprovázena výrobou strojovou, která byla finančně nákladná. Na tomto základě vznikly sklárny v hraniční oblasti, které dokázaly konkurovat evropským podnikům. Textilní výroba se ve zkoumaném území nemohla dostatečně rozšířit z důvodu drahého dovozu bavlny a hedvábí. Dalším důvodem byly vysoké náklady na elektrickou energii.⁵⁹

⁵⁹ KOLEKTIV AUTORŮ, *Novohradské hory a Novohradské podhůří – příroda – historie – život*. 1.vyd. Praha: Baset, 2006. s. 717 - 720.

7 Analýza bývalých a stávajících služeb

7.1 Malonty

Obec leží v jihovýchodní části okresu Český Krumlov. Malonty se nachází na silnici mezi Kaplicí a Pohorskou Vsí na pokraji chráněné krajinné oblasti Novohradských hor ve výšce 690 metrů nad mořem. Správní území obce Malonty o rozloze 6 129 hektarů zahrnuje 9 katastrálních území, mezi která patří Malonty, Desky, Jaroměř, Bělá, Meziříčí, Bukovsko, Radčice, Rapotice a Hodonice.⁶⁰ Za vznik obce vděčíme německým kolonistům – dřevorubcům, kteří zde káceli stromy pro pány z Michalovic. Malonty byly dříve označovány jako Maynholthow či Maynaltshislag. Kostel sv. Bartoloměje patří k nejstarší malontské stavbě. V obci je zaznamenáno k datu 1. 1. 2012 celkem 1 336 obyvatel, z toho 663 mužů a 673 žen. Průměrný věk u mužů se pohybuje kolem 34,8 let a u žen kolem 35,3 let. Celkový průměrný věk je 35,1 roku.⁶¹ Bližší složení obyvatelstva v obci ukazuje tabulka číslo 2. Nezaměstnanost činí 12,52 % ke dni 31. 12. 2011. Z toho u mužů 10,46 %, u žen 15,29 %.

Tabulka 2: Malonty - počet obyvatel k 31. 12. 2011⁶²

	Počet bydlících obyvatel	Věk			
		0 – 14 let	15 – 59 let	60 – 64 let	65 a více let
Celkem	1 336	276	876	65	119
Muži	663	139	433	33	48
Ženy	673	137	443	32	71

Zemědělská výroba

Vývoj vesnice je nejlépe vidět na vývoji obyvatelstva. Konec roku 1945 čítá 24 Čechů a 350 Němců v Malontech. Po novém roce dochází k odsunu Němců. Během 3 měsíců bylo odsunuto 300 Němců. Postupně se z německé obce stává obec česká.

⁶⁰ *Současnost obce* [online]. Malonty: Obec Malonty, 2013 [cit. 2013-03-10]. Dostupný z WWW: <<http://www.obecmalonty.cz/index.php?nid=6380&lid=cs&oid=991905>>.

⁶¹ *Počet obyvatel v obcích České republiky* [online]. Praha: Český statistický úřad, 2012 [cit. 2013-03-10]. Dostupný z WWW: <[http://www.czso.cz/csu/katalog.nsf/hledat?SearchView&count=20&searchmax=10000&searchorder=1&searchfuzzy=1&query=\(\(po%20obyvatel%20AND%20v%20obc%20EDch\)\)&databas=all&kraje=all&skupiny=all&start=1](http://www.czso.cz/csu/katalog.nsf/hledat?SearchView&count=20&searchmax=10000&searchorder=1&searchfuzzy=1&query=((po%20obyvatel%20AND%20v%20obc%20EDch))&databas=all&kraje=all&skupiny=all&start=1)>.

⁶² *Malonty – Obyvatelstvo* [online]. Praha: Regionální informační servis, 2012 [cit. 2013-03-13]. Dostupný z WWW: <<http://www.risy.cz/cs/vyhledavace/obce/detail?Zuj=545619>>.

Čeští novosídlenci se přičinili o to, aby se obec plně rozvíjela. Naplno se začali věnovat zemědělství a lesnictví, tedy práci v primárním sektoru. V roce 1948 se zavedlo pravidelné autobusové spojení z Malont do Kaplice. I v Malontech občané pochopili myšlenku budování socialismu a došlo tedy na podzim roku 1950 k založení Jednotného zemědělského družstva.⁶³ O rok později bylo zřízeno i ředitelství státního statku. Takže obec se stala centrem zemědělství ve vymezené oblasti Kaplice, Benešova nad Černou, Pohořím na Šumavě a Dolním Dvořištěm. JZD nedisponovalo mnoha penězi. Pracovat zadarmo nikdo nechtěl, a tak členové zvolili jako přivýdělek práci ve státním statku. JZD bylo v roce 1959 převzato státním statkem. Počty zaměstnanců a průměrné mzdy v zemědělském podniku jsou uvedeny v tabulce číslo 3 a 4. Sedmdesátá léta byla ve znamení růstu zemědělství. Došlo zde k rozšíření střediska zemědělské velkovýroby, které si vyžádalo i další stavby objektů. Lidé měli k dispozici levné a kvalitní bydlení, proto počet obyvatel v roce 1970 stoupl na 470.⁶⁴

Tabulka 3: Počet zaměstnanců podle let⁶⁵

rok	dělníci stálí	sezonní	technici	úředníci	pomocníci	celkem
1949	194	13	20	4	7	238
1950	197	17	24	6	12	256
1951	243	17	28	9	13	310
1952	233	32	33	13	11	322
1953	382	47	39	18	19	505
1954	481	49	42	20	22	615
1955	539	67	46	22	24	698
1956	707	18	47	24	24	820
1957	742	66	44	31	22	910
1958	670	66	54	28	28	846
Po delimitaci						
1960	440	-	48	-	-	488

⁶³ MÁRTIN, J. *Kronika obce Malonty od r. 1945 až do r. 1976*. 1.vyd. Malonty: Místní národní výbor Malonty, s. 10 – 14.

⁶⁴ KROUPA, S. *Hory pout zbavené: Města a vesnice v oblasti Novohradských a Slepických hor*. 1. vyd. České Budějovice: Bohumír Němec – Veduta, 2006. s. 160 – 163.

⁶⁵ MAJER, K. *Kronika obce Malonty od r. 1945 až do r. 1976*. 1.vyd. Malonty: Místní národní výbor Malonty, s. 32.

1961	319	51	48	-	-	418
------	-----	----	----	---	---	-----

Tabulka 4: Průměrné mzdy⁶⁶

	Dělníci	Technici
1957	1 023	1 569
1958	1 096	1 382
1960	1 090	1 406
1961	plán 1 140, skutečnost 1 179	

Bemagro

Z bývalých státních statků vznikla v roce 1994 akciová společnost Bemagro.

Poslání společnosti

Předmětem podnikání této společnosti podle výpisu z obchodního rejstříku je:

- zemědělská výroba
- zámečnictví, nástrojářství
- silniční motorová doprava – vnitrostátní nákladní silniční motorová doprava
- opravy ostatních dopravních prostředků a pracovních strojů
- výroba, obchod a služby neuvedené v přílohách 1 až 3 živnostenského zákona.⁶⁷

Zabývá se ekologickým zemědělstvím, což je moderní forma obhospodařování půdy bez používání umělých hnojiv, chemických přípravků, postřiků, hormonů a umělých látek. Prioritou je kvalita, nikoli kvantita produkce. Podnik je založen na zásadách etického přístupu k chovaným zvířatům, ochraně životního prostředí, zachování biodiverzity (rozmanitosti rostlinných a živočišných druhů), šetření neobnovitelných zdrojů, ochraně zdraví populace, ale také se snaží o udržení zaměstnanosti v zemědělství na venkově. Jeho posláním je vyrábět kvalitní bio produkty, pečovat o přírodu, zkulturnit ji, ozdravit půdu a zároveň ji zkvalitnit.

Cíle společnosti

Podnik buduje trh pro své výrobky. Zaměřuje se na oblast Jihočeského kraje, zejména chce živit svými produkty obyvatelstvo v Českých Budějovicích a okolí.

⁶⁶ MAJER, K. *Kronika obce Malonty od r. 1945 až do r. 1976*. 1.vyd. Malonty: Místní národní výbor Malonty, s. 32.

⁶⁷ *Obchodní rejstřík a sbírka listin. Výpis z obchodního rejstříku: Bemagro* [online]. Praha: Ministerstvo spravedlnosti České republiky, 2012 [cit. 2012-03-09]. Dostupný z WWW: <<https://or.justice.cz/ias/ui/vypis-vypis?subjektId=isor%3a117941&typ=actual&klic=8c40v1>>.

Postupně vytváří Biokluby v dané oblasti. Prodej se uskutečňuje formou přímého prodeje. Podnik má dobré obchodní styky s obchody se zdravou výživou, a tak předpokládá, že prvními členy Bioklubů se stanou zaměstnanci obchodů se zdravou výživou či jejich zákazníci.

Společnost plánuje vyrábět vlastní sýry a jiné mléčné produkty. Jako další cíle si podnik definoval pořízení vybavení na provoz vlastních jatek a také pěstování jednoduché zeleniny, která není náročná na obdělávání (mrkev, celer, petržel, aj.). Neodmyslitelným cílem společnosti je samozřejmě zlepšování kvality půdy, péče o krajinu.

Strategie podniku

Stanovených cílů lze dosáhnout jasnou definicí strategie. Jednou z nich je investice do lidí, do svých zaměstnanců. Čím lepší přístup budou mít k vykonávání své práce, s jakou láskou a péčí se budou starat o svá svěřená zvířata, tím lépe se zvířatům bude žít a produkce bude vyšší a kvalitnější. Podnik disponuje zemědělskou technikou, kterou musí, s rozvojem nových technologií, neustále zlepšovat a investovat do ní. Ať už se jedná o pořízení nových součástí do strojů či o nákup nové zemědělské techniky. Zájmem podniku je vytvořit povědomí v lidech o společnosti Bemagro, o její činnosti a kvalitních bio produktech. Za účetní období roku 2010 vykázala společnost zisk ve výši 4.751 tis. Kč.⁶⁸

Segmentace trhu

Podnik se zaměřil na 3 skupiny zákazníků:

- 1) Lidé, mající „zelené myšlení“ – jedná se o zákazníky, kteří se zajímají o ekologii a kvalitní bio produkty – zastoupení nejvíce mezi mladými lidmi
- 2) Lidé, kteří se zajímají o své zdraví – zastoupení především mezi maminkami s malými dětmi
- 3) Lidé, kteří požadují to nejlepší – zastoupení lidí s vyššími příjmy

⁶⁸ *Obchodní rejstřík a sbírka listin: Účetní závěrka Bemagro* [online]. Praha: Ministerstvo spravedlnosti České republiky, 2012 [cit. 2012-03-09]. Dostupný z WWW: <<https://or.justice.cz/ias/ui/vypis-sl.pdf?subjektId=isor%3a117941&dokumentId=B+621%2fSL26%40KSCB&partnum=0&variant=1&klic=b2swj5>>.

Marketingový mix

Akciová společnost Bemagro je podnikem služeb, tudíž jsem se zaměřila na marketingový mix „6P“.

Produkt

Hovězí a vepřové maso

Maso je zákazníkovi nabízeno ve dvou variantách. V první variantě jsou balíčky po 1-2 kg, do kterých jsou baleny jednotlivé druhy masa. Ve variantě druhé se jedná o balíky o váze 5 či 10 kg, ve kterých je namícháno veškeré maso z daného zvířete. Vše je vakuově balené, což zvyšuje trvanlivost masa. Podnik dále nabízí, dle možností, celé půlky či čtvrtky prasete. Z masa se dále vyrábí masné výrobky, zejména klobásy, tlačanky.

Kuřata, husy, kachny

Zákazník si může zakoupit celé zvíře, které je běžně zpracované, a vnitřnosti jsou k tomu přiloženy.

Vejsce

Vejsce z chovu slepic jsou netříděná. Produkce odpovídá systému chovu, v zimě snáší slepice podstatně méně než v létě. Vzhledem k rostoucí poptávce po bio vejcích reagoval podnik zvýšením stavu slepic na cca 200 ks, čímž svůj chov rozšířil.

Mléko

Podnik prodává kravské mléko v syrovém, neupraveném stavu. Ze strany zákazníků roste poptávka po koupi pasterovaného mléka. Tuto skutečnost podnik nenechává bez povšimnutí a v dohledné době plánuje nákup pasteru (do dvou měsíců). V plánu je i rozšíření výroby o sýry, tvarohy a máslo. Mléko se čepuje do PET lahví, popřípadě do vlastních nádob odběratele. V nejbližším okolí podnik zajišťuje rozvoz. Denní produkce mléka se pohybuje kolem 5000 litrů. Menší část vypijí telata, větší část je jednou za dva dny odvážena cisternou do mlékárny Lacrum ve Velkém Meziříčí a také do jihočeské Madety. Denní produkce je menší než v roce 2005, kdy podnik přešel na ekologický způsob hospodaření. Chybějící množství je vykompenzováno kvalitou mléka a kvalitou života zvířat.

Brambory

V létě je možno zakoupit si rané brambory. Bemagro také prodává brambory vhodné na uskladnění.

Ostatní

Podnik také pěstuje obilí a nabízí ho dále k prodeji. Mezi hlavními obilovinami jsou pšenice, ječmen, žito, oves, triticales (kříženec pšenice a žita), pšenice – špalda. V nabídce nechybí ani pohanka, krmné obilí, seno, sláma. Za rok vytvoří téměř 3000 balíků slámy, které vyváží i kamiony do zahraničí.

Cena

Jelikož se jedná o kvalitní bio výrobky, cena je pochopitelně vyšší. Hovězí a vepřové maso ve směsných balíčcích stojí 120 Kč/kg. Cenový rozdíl je různě velký v porovnání od konvenčních. Například u hovězího masa je cenový rozdíl velmi malý, přičemž u vepřového masa je rozdíl podstatně větší. Důvodem většího cenového rozdílu je to, že selský dvůr je obdobou domácího hospodářství, kam ještě nedorazil průmysl a o vše se stará člověk, který věnuje zvířatům tu nejlepší péči, a to se projevuje v ceně.

Za kuřata, husy, kachny zákazníci zaplatí 150 Kč/kg. Při odběru vajec na farmě je stanovena cena jednoho kusu na 4 Kč. V porovnání s cenou vajec, která nejsou bio, a dostanete je běžně v obchodě, je rozdíl 1 Kč. Mléko je možné zakoupit za 18 Kč/l.

Distribuce

Produkty směřují od výrobce rovnou ke spotřebiteli. Podnik nechce, aby se jeho produkty dostávaly ke spotřebitelům formou nátlaku agentů. Vzhledem ke krátkým distribučním cestám jsou potraviny mnohem čerstvější. Například k bourání masa dochází na blízkých ekologických certifikovaných jatkách v Mostkách a ve Velešíně. Čím jsou potraviny blíže ke spotřebiteli, tím méně je zatíženo životní prostředí při jejich dopravě.

Komunikace

Při prodeji je používána forma osobní komunikace – „face to face“. Výhodou je okamžité vyhodnocení zpětné vazby a možnost přizpůsobení s cílem zvýšit účinek. Prodej se bude dále uskutečňovat prostřednictvím nově budovaných Bioklubů. Pro veřejnost podnik vytvořil akci s názvem Den Bemagra. Koná se v Meziříčí jednu sobotu v měsíci září. Zde si návštěvníci mohou prohlédnout stánky a dozvědět se, jak

chránit krajinu nebo ochutnat výrobky a zakoupit si je. Minulý rok tuto akci navštívilo cca 600 lidí.

Plánovanou akcí je Sobota v Bemagru. Bude se konat jednou v měsíci. Návštěvníci si mohou prohlédnout provoz a získat odpovědi na jejich dotazy od zaměstnanců. Po domluvě podnik také umožňuje exkurze pro školy aj.

Lidé

Zaměstnanci jsou důležitou složkou podniku. V Bemagru pracuje 56 zaměstnanců, v sezoně navíc dalších 20 brigádníků. Podnik své zaměstnance motivuje peněžitými odměnami. Ve společnosti panuje dobré pracovní prostředí i podmínky. Zaměstnanci mají vřelý vztah k zákazníkům, což je důležité při osobním prodeji.

Procesy

Podnik se snaží doplnit svou stávající techniku o novou. Plánuje rozšíření své zemědělské techniky, ale také výroby. V nejbližší době proběhne nákup paster, v delším časovém horizontu nákup zařízení na menší mlékárnu, jatka, zpracovnu masa a zařízení na výrobu klobás, mléčných výrobků.

SWOT analýza společnosti Bemagro

Silné stránky

- Finančně stabilní podnik
- Jasný předmět činnosti
- Kvalitní produkty
- Přístup zaměstnanců

Slabé stránky

- Slabší technologické vybavení v Rostlince
- Menší množství zemědělské techniky
- Vlastnictví pouze 50 % půdy

Příležitosti

- Obsazení trhu
- Státní dotace z Programu rozvoje venkova

Ohrožení

- Legislativa
- Rostoucí konkurence

Rozvoj služeb

Obchodní služby

V poválečné době měli obyvatelé možnost nakupovat ve dvou prodejnách spotřebního družstva Šumava. Později došlo ke zrušení jedné z nich. V okolních obcích a osadách bylo žádoucí vylepšení životních podmínek. V Jaroměři byla otevřena prodejna v roce 1950, v Bělé a Bukovsku o tři roky později. V Malontech došlo v roce 1960 k přestavbě staré prodejny na moderní samoobsluhu. Občanům Malont také sloužila prodejna textilu od roku 1954. Roční tržba činila průměrně 400 000 Kčs. Tabulka číslo 5 ukazuje přehled růstu obrátu.

Tabulka 5: Přehled růstu obrátu v samoobsluze

rok	výše obrátu v Kčs
1950	600 000
1955	800 000
1960	1 000 000
1964	1 600 000
1969	plán 1 800 000, skutečnost 2 200 000

Obyvatelé osady Radčice si mohli nakoupit potraviny v pojízdné prodejně, která od roku 1965 dojížděla pravidelně jednou za týden.⁶⁹

V průběhu let v Malontech zaniklo i papírnictví pod školou a také druhý obchod se smíšeným zbožím. V současnosti se zde nachází pouze jeden obchod s potravinami Jednota – potraviny Malonty. Jednota patří do řetězce COOP TUTY. Řetězec se vyznačuje neanonymním vztahem k zákazníkům. Prodejny smíšeného zboží nabízí zboží potravinářské i nepotravinářské. Své zboží prodává na ploše od 100 do 299 m².⁷⁰ Obchod v Malontech rozšířil svou nabídku o základní školní potřeby a také o léky a sirupy běžně dostupné pro první pomoc v případě nachlazení aj. Stálé zaměstnání zde má 6 prodavaček a 1 vedoucí provozovny. K dispozici občanům je také trafika. Nabízí

⁶⁹ ŠULC, V. *Kronika obce Malonty od r. 1945 až do r. 1976*. 1.vyd. Malonty: Místní národní výbor Malonty, s. 40 - 41.

⁷⁰ COOP TUTY [online]. Praha: COOP, 2010 [cit. 2013-03-10]. Dostupný z WWW: <<http://www.skupina.coop/cz/Prodejny>>.

prodej časopisů, novin, sázení sportky, dobíjení telefonů. Zprostředkovává také prodej dárkových předmětů i ručně dělaných a přijímá objednávky dortů.

Stravovací a ubytovací služby

Po válce zde hospody a hospůdky zanikly, bylo zanecháno pouze jedno Pohostinství. Roční tržba Pohostinství dosahovala 690 000 Kčs. Lidé zde v roce 1969 průměrně měsíčně vypili 40 litrů vodky, 40 litrů rumu, 40 litrů vína, 40 hektolitrů piva a 20 litrů sladkých likérů. Tržba za jídlo průměrně za měsíc činila 3 000 Kčs. Obyvatelé osad Jaroměř, Bukovsko, Bělá a Meziříčí mohli navštěvovat tzv. Kluby pracujících, které byly náhradou za hospody.⁷¹

V současné době se malontští obyvatelé scházejí u piva pouze v jedné hospodě. Hospoda na návsi ukončila svůj provoz koncem února tohoto roku a je na ni vypsáno výběrové řízení. Zatím se zájemců moc nehlásí, odrazuje je vysoký nájem. Dlouhou dobu zde nikdo neposkytuje kvalitní restaurační služby, byla by zde nutná změna.

Obyvatelé kupovali také čerstvé maso v masně a dělníci mohli posvačit v bufetu. Vše zaniklo a pohled na zchátralý objekt v člověku vyvolává smutek.

Obec Malonty leží v přitažlivém prostředí Novohradských hor, a proto občané volí předmět svého podnikání ubytovací služby. Hlavně v letní sezoně se zvyšuje poptávka po ubytovacích službách a leckdy chybí ubytovací kapacity. Vlivem tohoto nedostatku se zde turisté nezdrží a jsou donuceni hledat ubytování jinde.

Kulturně – zábavní činnosti

V roce 1950 mohli obyvatelé obce Malonty shlédnout první film ve státním kině a v témže roce jim byly sdělovány informace prostřednictvím obecního rozhlasu. V roce 1960 byla v Malontech založena Tělovýchovná jednota Hraničář. Její členové se podíleli kromě aktivní sportovní činnosti na organizování společenských akcí a zvelebování obce. V roce 1971 se členové brigádně zapojili do výstavby koupaliště, úprav veřejného prostranství, úprav sportovišť. V roce 1970 měla dohromady 103 členů (43 mužů, 13 žen, 7 dorostenek, 21 žákyň a 20 žáků). Jejich sportovní účast byla zejména v oddíle odbíjené, kopané, košíkové, jezdeckém oddíle.⁷²

V Malontech je pro pořádání společenských akcí k dispozici kulturní dům. Pořádají se zde plesy, zábavy, ale v omezeném počtu. V posledních dvou letech se

⁷¹ ŠULC, V. *Kronika obce Malonty od r. 1945 až do r. 1976*. 1.vyd. Malonty: Místní národní výbor Malonty, s. 41 – 42.

⁷² KUBÁT, J. ŠULC, V. *Kronika obce Malonty od r. 1945 až do r. 1976*. 1.vyd. Malonty: Místní národní výbor Malonty, s. 59 - 60.

místní občané podílejí na sbírkách pro 2 místní děti se zdravotním postižením. Chtějí tak finančně, ale i psychicky pomoci rodinám, jež nemají lehký úkol v životě. V obci se nachází fotbalové hřiště, které prošlo v letech 2004 – 2007 rozsáhlou rekonstrukcí a bylo rozšířeno o tréninkové hřiště. Dále je zde i hřiště na tenis, volejbal, nohejbal. TJ Hraničář má své členy v oddíle kopané, florbalu, stolního tenisu, lyžování, volejbalu, nohejbalu, tenisu. Dále je zde Asociace sportu pro všechny, která je zaměřena na různá cvičení a pohybové aktivity. Úspěchu dosahují žákovská florbalová družstva, která reprezentují jak Základní školu v Malontech, tak i tělovýchovnou jednotu. Intervencí žen se i do Malont postupně šíří celosvětově známá cvičení jako je zumba, kalanetika, kangoo shoes aj. Tato cvičení jsou provozována v tělocvičně místní základní školy. Pro děti je zde zřízeno i asfaltové hřiště na basketbal, volejbal a atletiku. I ti nejmenší si mohou hrát na dětských hřištích.

Děti při Základní škole Malonty mohou navštěvovat kroužek výtvarný, ručních prací, náboženství, dramatický, logopedický, pěvecký a kroužek místních dobrovolných hasičů, sportovních her a florbalu.

Ostatní služby

Komunální služby Kaplice spravovaly od roku 1957 zdejší holičství a kadeřnictví. Služeb lidé mohli využít jen ve čtvrtek. Služby obyvatelům se postupně rozšířily o dámské krejčovství, sběrnou šatstva a kobereců pro čistírnu, sběrnou punčoch, obuvi a prádla pro opravy.

V Malontech lidé podnikají spíše jako fyzické osoby. Největší zastoupení je v oboru zemědělství, lesnictví, rybářství. Ženy jako fyzické osoby podnikají zejména v oblasti péče o tělo - kadeřnictví, kosmetika, manikúra, pedikúra, masáže. Ve srovnání s předchozími roky je zde širší nabídka v této kategorii služeb a lidé si mohou vybrat. Výhodou těchto služeb v malé obci je, že se snaží klientům přizpůsobit svou pracovní dobu a vyhovět jim i o víkendu. Ceny těchto služeb jsou výrazně nižší oproti městu, ale kvalitou jsou srovnatelné.

Služby, které byly v minulosti občanům k dispozici jako krejčovství, sběrna šatstva, čistírna, oprava obuvi už v současnosti nikdo neposkytuje a v případě potřeby jsou lidé odkázáni dojíždět za službami do nejbližších měst, zejména do 40 km vzdálených Českých Budějovic.

Veřejná správa zajišťuje v obci svoz odpadu a zároveň jsou v obci rozmístěny kontejnery pro tříděný odpad. V souvislosti se životním prostředím v obci funguje

i sběrný dvůr, kam mohou občané odvézt nepotřebné věci. Okolí obce zůstává čisté a netvoří se zakázané skládky ve volné přírodě.

Občané obce i zdejší zaměstnanci v zemědělství jsou závislí na automobilové dopravě a tak zde byla zřízena benzinová pumpa, jejíž provoz je denní. Přehled ekonomických subjektů ukazuje následující tabulka číslo 6.

Tabulka 6: Přehled ekonomických subjektů v Malontech⁷³

Hospodářská činnost	Počet podnikatelských subjektů celkem	289 ⁷⁴
Podle převažující činnosti	Zemědělství, lesnictví, rybářství	72 ⁷⁵
	Průmysl celkem	34
	Stavebnictví	47
	Velkoobchod a maloobchod; opravy a údržba motorových vozidel	34
	Doprava a skladování	8
	Ubytování, stravování a pohostinství	11
	Informační a komunikační činnosti	1
	Peněžnictví a pojišťovnictví	3
	Činnosti v oblasti nemovitostí	16
	Profesní, vědecké a technické činnosti	18
	Administrativní a podpůrné činnosti	-
	Veřejná správa a obrana; povinné sociální zabezpečení	2
	Vzdělávání	1
	Zdravotní a sociální péče	-
	Kulturní, zábavní a rekreační činnosti	3
	Ostatní činnosti	16
	Činnosti domácností jako zaměstnavatelů; činnosti domácností produkcující blíže neurčené výrobky a služby pro vlastní potřebu	-

⁷³ *Vybrané statistické údaje za obec Malonty* [online]. Praha: Český statistický úřad, 2013 [cit. 2013-03-10]. Dostupný z WWW: <http://vdb.czso.cz/vdbvo/tabdetail.jsp?kapitola_id=5&potvrdr=Dokon%C4%8Dit+%C3%BApravy&pro_1_154=545619&cislotab=MOS+ZV01&str=tabdetail.jsp>.

⁷⁴ K datu 31. 12. 2012

⁷⁵ K datu 31. 12. 2011

	Činnosti extriteritoriálních organizací a orgánů	-
	Nezjištěno	10
Podle právní formy	Státní organizace	1
	Akciové společnosti	1
	Obchodní společnosti	13
	Družstevní organizace	1
	Finanční podniky	-
	Živnostníci	224
	Samostatně hospodařící rolníci	-
	Svobodná povolání	7
	Zemědělství podnikatelé	10
	Ostatní právní formy	27

Malonty se stávají oblíbeným místem lidí, kteří zde chtějí žít trvale. Proto je důležité zaměřit se na zkvalitňování služeb pro obyvatelstvo a vytvářet jim příjemné podmínky pro spokojený život. Pro příliv obyvatel by bylo vhodné navýšit počet bytových jednotek o cca o 65. Je také místem pracovních příležitostí, zejména v zemědělství, lesnictví, místní škole, ve službách. Obec leží asi 11 km od Dolního Dvořiště a lidé využívají možnosti práce v blízkém Rakousku. Malonty mají vhodné předpoklady pro rozvoj cestovního ruchu. Aby se obec mohla stát návštěvnickým střediskem je potřeba vybudovat chybějící kapacity občanského vybavení.

7.2 Pohorská Ves

Pohorská Ves leží na Pohořském potoce v nadmořské výšce 760 metrů nad mořem. Cesty z Pohorské Vsi vedou do Malont, Benešova nad Černou, Pohoří na Šumavě a také do Černého Údolí. V katastru obce jsou zahrnuty 3 části, a to Pohorská Ves, Lužnice a Pohoří na Šumavě. Celková územní rozloha katastru obce měří 8 123 hektarů. Osada vznikla v tehdejší buquoyském panství roku 1769. Nejmenovala se však Pohorská Ves, ale Terčí Ves. Název dostala po hraběnce Terezii, manželce hraběte Jana Buquoye. K nejstarší památce patří barokní kostel sv. Linharta z roku 1787.⁷⁶ V Pohorské Vsi k datu 1. 1. 2012 žije 292 obyvatel, z toho 167 mužů

⁷⁶ KROUPA, S. *Hory pout zbavené: Města a vesnice v oblasti Novohradských a Slepických hor*. 1. vyd. České Budějovice: Bohumír Němec – Veduta, 2006. s. 165 - 166.

a 125 žen. Věkový průměr u mužů se pohybuje kolem 33,8 let a u žen okolo 33,7 let. Celkový průměr je 33,8 let.⁷⁷ Bližší složení obyvatelstva je uvedeno v tabulce číslo 7. Míra nezaměstnanosti dosáhla za rok 2011 celkem 21,92 %. Nezaměstnanost u mužů se pohybuje kolem 20,43 %, u žen kolem 24,53 %.

Tabulka 7: Pohorská Ves - počet obyvatel k datu 31. 12. 2011⁷⁸

	Počet bydlících obyvatel				
		0 – 14 let	15 – 59 let	60 – 64 let	65 a více let
Celkem	292	67	188	19	18
Muži	167	34	76	11	10
Ženy	125	33	112	8	8

Dřevozpracující průmysl

První dva postavené domy v Terčí Vsi náležely dělníkům, kteří se zabývali plavením dřeva po Pohořském potoce. S rozvojem plavení dřeva byla spojena potřeba zvýšit počet rybníků. V 18. století byl postaven rybník Kapelunk, Uhlišťský, Zlatá Ktiš aj. Voraři neměli práci bezpečnou. Pokud se hladina zvýšila o více jak 20 centimetrů nad průměrný stav, vory se staly neovladatelnými a jediným východiskem pro voraře bylo vyskákat na břehy. Přes všechna rizika však byla voroplavba nejlevnější a nejrychlejší dopravou. Konec plavení dřeva je datován k roku 1945. Od této doby se dřevo dopravuje nákladními auty a traktory.⁷⁹

Lesnictví

Zásluhou rodu Buquoyů byla v oblasti mezi Hojnou Vodou a Pohořím na Šumavě zřízena oplocená obora se spárkatou zvěří. Její výměra nejdříve činila zhruba 1 600 hektarů, později se rozrostla na 5 250 hektarů. Při počítání zvěře v roce 1886 bylo zjištěno 435 jelenů, 450 srnek a u černé zvěře není dán přesný počet. Udržovat oboru vyžadovalo nemalé finanční prostředky, a proto docházelo k jejímu zmenšování. Před 2. světovou válkou už nedocházelo k žádným opravám a poškození na plotech bylo stále větší. Únik zvěře z obory znamenal jejich rozmnožení a následně

⁷⁷ *Počet obyvatel v obcích České republiky* [online]. Praha: Český statistický úřad, 2012 [cit. 2013-03-13]. Dostupný z WWW: <[http://www.czso.cz/csu/2012edicniplan.nsf/t/00002BD91A/\\$File/13011203.pdf](http://www.czso.cz/csu/2012edicniplan.nsf/t/00002BD91A/$File/13011203.pdf)>.

⁷⁸ *Pohorská Ves – Obyvatelstvo* [online]. Praha: Regionální informační servis, 2012 [cit. 2013-03-13]. Dostupný z WWW: <<http://www.risy.cz/cs/vyhledavace/obce/detail?Zuj=545694>>.

⁷⁹ KROUPA, S. *Hory pout zbavené: Města a vesnice v oblasti Novohradských a Slepických hor*. 1. vyd. České Budějovice: Bohumír Němec – Veduta, 2006. s. 165 - 167.

došlo ke zvýšení stavů. V roce 1990 je uskutečňován zvýšený odstřel, avšak škody způsobené lesní zvěří dosahují milionů. V oblasti Pohorské Vsi je ročně zastřeleno asi 100 jelenů.⁸⁰ V současné době jsou lesy v Novohradských horách zdrojem těžby dřeva určeného především na vývoz.

Rozvoj služeb

Vlivem rozmáhající se plavby dřeva se ves začala rozrůstat. Na konci 18. století zde našlo své místo k žití 180 německých obyvatel. V této době zde byla postavena škola i hostinec. V roce 1900 byla Terčí Ves bydlištěm pro 1 250 obyvatel. Za dob první republiky se ve vsi nacházely 4 hostince, 3 pekařství, 3 obchody, řeznictví a 2 trafiky. Nechyběla zde ani pobočka pojišťovny.⁸¹ K velkým změnám došlo po 2. světové válce, které byly doprovázeny i výrazným poklesem obyvatelstva. V roce 1950 zde mělo domov už jen 226 lidí. Od 70. let se rozšířilo hraniční pásmo a vstup do Pohorské Vsi byl téměř nemožný. Vstup zde kontrolovala Pohraniční stráž vybavená samopaly. Se zánikem hraničního pásma se zpřístupnila oblast turistům.⁸²

V současné době je zde v provozu jen jedna prodejna potravin. Občané zde také nabízí prodej včelích produktů včetně medu. Téměř na konci vsi se na loukách pasou kozy, z jejich mléka Selský dvůr vyrábí domácí sýry a jiné bioprodukty. Z Pohorské Vsi si návštěvníci mohou odvézt suvenýr v podobě keramického předmětu z domácí dílny.

Ubytovací a stravovací služby

Pohorskou Ves a blízké okolí navštěvují v létě turisté, zejména cyklisté a pěší. Pro ně jsou zde zřízeny penziony, ubytovny a je možné ubytování na rodinných farmách. Ubytovací služby zde poskytuje již výše zmíněný Selský dvůr. Jedná se o kozí farmu se zaměřením na agroturistiku. Mezi Pohorskou Vsí a Pohořím na Šumavě se nachází penzion Baronův most. Je oblíbeným místem pro relaxaci a odpočinek, kterého využívají lidé z města, především Pražané a Brňané. Provoz probíhá po celý rok. V blízkosti pralesa Žofín je provozován penzion i turistická ubytovna. Dětský tábor v Pohorské Vsi a Leopoldově ožívá v letních měsících dětským smíchem a radovánkami. Stravovací služby zde nabízí restaurace, hostinec nebo blízké penziony.

⁸⁰ KROUPA, S. *Hory pout zbavené: Města a vesnice v oblasti Novohradských a Slepčích hor*. 1. vyd. České Budějovice: Bohumír Němec – Veduta, 2006. s. 167 - 168.

⁸¹ *Pohorská Ves* [online]. Pohorská Ves: Wikipedie, 2013 [cit. 2013-03-14]. Dostupný z WWW: <http://cs.wikipedia.org/wiki/Pohorsk%C3%A1_Ves>.

⁸² KROUPA, S. *Hory pout zbavené: Města a vesnice v oblasti Novohradských a Slepčích hor*. 1. vyd. České Budějovice: Bohumír Němec – Veduta, 2006. s. 165 - 167.

Kulturně – zábavní činnosti

Ve vsi funguje Okrašlovací spolek Terezie, jejímž cílem je pečovat o kulturní odkaz oblasti Novohradských a Slepíčních hor a podhůří. Jejich snahou je prohloubit duchovní myšlení, ale i zvelebování prostředí. Iniciativou členů spolku byla obnovena pouť ku příležitosti výročí vysvěcení barokního kostela sv. Linharta. Poutě se koná pravidelně každý rok koncem září. Na tuto akci se sjíždějí i němečtí rodáci, kterých však ubývá. Spolek se zasloužil i o renovaci kostela, který by měl po ukončení prací sloužit k liturgickým a kulturním účelům. Kostel by se měl stát „Centrem smíšených kultur“.⁸³ Pro zábavu a poznání blízkého okolí je možné půjčit si čtyřkolku. Děti si mohou hrát na dětském hřišti.

Tabulka 8: Přehled ekonomických subjektů v Pohorské vsi⁸⁴

Hospodářská činnost	Počet podnikatelských subjektů celkem	93 ⁸⁵
Podle převažující činnosti	Zemědělství, lesnictví, rybářství	38 ⁸⁶
	Průmysl celkem	4
	Stavebnictví	5
	Velkoobchod a maloobchod; opravy a údržba motorových vozidel	11
	Doprava a skladování	-
	Ubytování, stravování a pohostinství	9
	Informační a komunikační činnosti	-
	Peněžnictví a pojišťovnictví	1
	Činnosti v oblasti nemovitostí	8
	Profesní, vědecké a technické činnosti	5
	Administrativní a podpůrné činnosti	1
	Veřejná správa a obrana; povinné sociální zabezpečení	2
	Vzdělávání	-
	Zdravotní a sociální péče	-

⁸³ *Pohorská Ves* [online]. Pohorská Ves: Okrašlovací spolek Terezie, 2013 [cit. 2013-03-14]. Dostupný z WWW: <<http://www.pohorskaves.cz/okraslovaci-spolek-terezie/os-1022/p1=1029>>.

⁸⁴ *Vybrané statistické údaje za obec Pohorská Ves* [online]. Praha: Český statistický úřad, 2013 [cit. 2013-03-10]. Dostupný z WWW: <http://vdb.czso.cz/vdbvo/tabdetail.jsp?kapitola_id=5&pro_1_154=545694&cislotab=MOS+ZV01>.

⁸⁵ K datu 31. 12. 2012

⁸⁶ K datu 31. 12. 2011

	Kulturní, zábavní a rekreační činnosti	3
	Ostatní činnosti	3
	Činnosti domácností jako zaměstnavatelů; činnosti domácností produkujících blíže neurčené výrobky a služby pro vlastní potřebu	-
	Činnosti exteritoriálních organizací a orgánů	-
	Nezjištěno	3
Podle právní formy	Státní organizace	-
	Akciové společnosti	-
	Obchodní společnosti	3
	Družstevní organizace	-
	Finanční podniky	-
	Živnostníci	57
	Samostatně hospodařící rolníci	-
	Svobodná povolání	1
	Zemědělství podnikatelé	10
	Ostatní právní formy	21

7.3 Pohří na Šumavě

Je bývalá obec městského typu, ležící v 919 metry nad mořem v nejnižším cípu Novohradských hor. Nachází se v blízkosti místa, kde se sbíhají hranice tří zemí: Čech, Horních a Dolních Rakous. Dříve se obec nazývala Buchers nebo také Bucherwald. Obec vznikla po roce 1693 u sklárny, jejímž zakladatelem byl hrabě Filip Emanuel Buquoy. V blízkosti sklárny stála dřevěná kaple, která byla na pokyn Jana Buquoye přestavěna na barokní poutní kostel Panny Marie Dobré rady.⁸⁷ V současné době tu žije trvale asi jedna obyvatelka, ostatní chalupy postavené v duchu tradiční zástavby slouží k rekreaci.

⁸⁷ KROUPA, S. *Hory pout zbavené: Města a vesnice v oblasti Novohradských a Slepických hor*. 1. vyd. České Budějovice: Bohumír Němec – Veduta, 2006. s. 169.

Dřevozpracující průmysl a zemědělství

Po roce 1945 dosídlenci z Rumunska započali práce v lese, na polích a pile. Dělníci pracující při těžbě, plavení a zpracování dřeva bydleli v bývalých osadách Uhliště, Leopoldov, Baronův Most, Jiřice. Baronův Most byl místem vaziště vorů. Zemědělskou půdu v roce 1951 převzal Státní statek Malonty. Zřídil zde chov ovcí a výrobu ovčího sýra.⁸⁸ V současné době je v blízkosti Pohoří provozována rodinná kozí farma, zabývající se výrobou sýrů, jogurtů, kefírů a tvarohů.

Rozvoj služeb

V Pohoří na konci 19. století žilo, v porovnání se současností, neskutečných 1 350 obyvatel. To je stav obyvatel srovnatelný s dnešními Malonty. I když v porovnání služeb nacházejících se v Malontech v současné době a Pohořím na konci 19. a 20. století lze konstatovat, že rozvoj v té době byl značný a Pohoří bylo možné označit za jedno z nejvýznačnějších center Novohradských hor. Byl zde provozován hamr na kování železa, lihovar a pivovar. Obyvatelé se zabývali malbou svatých obrázků na sklo, díky níž sklízeli úspěch v mnoha evropských zemích včetně Ruska. Malba na sklo byla významným zdrojem příjmu pro obyvatele. Obec se postupně rozrůstala. V roce 1924 se zde užívali 4 obchodníci se smíšeným zbožím, cukrářství, obchod s chlebem, 2 obchody s galanterním zbožím, 2 trafiky, prodejna hraček, hodinářství, 2 hokynáři, 2 obchodníci s dobytkem, 2 truhláři, kolář, mlynář, zedník, kovář, krejčí, 2 obuvníci, 2 řezníci, pekař, porodní bába a 8 hostinců.⁸⁹

Ještě před rokem 1938 bylo Pohoří domovem pro 1 100 obyvatel, z nichž bylo 950 německé národnosti. Koncem 60. let zde vydrželo už jen 35 občanů.⁹⁰ Začátek 70. let byl zlomový. Proběhlo zpevnění pohraničního pásma, zesílená kontrola osob a oblast ohraničovaly drátěné ploty. Volba občanů byla jasná. Opustili své domovy a s odchodem posledního obyvatele došlo k zániku veškerých služeb, řemesel a výroby. Životem naplněná obec se tak přeměnila ve smutné, mrtvé místo.

V současné době začíná zaniklé sídlo v omezené míře ožívat. I v tomto odlehlém kraji vznikají pod rukama místních obyvatel výborné domácí produkty. V Pohoří na Šumavě, v manufaktuře Naše dobroty v Novohradských horách, se zrodila

⁸⁸ KROUPA, S. *Hory pout zbavené: Města a vesnice v oblasti Novohradských a Slepických hor*. 1. vyd. České Budějovice: Bohumír Němec – Veduta, 2006. s. 171.

⁸⁹ *Pohoří na Šumavě je v Novohradských horách – Dřevaři a zemědělci* [online]. Pohoří na Šumavě: Horydoly, 2008 [cit. 2013-03-15]. Dostupný z WWW: <<http://www.horydoly.cz/turiste/pohori-na-sumave-je-v-novohradskych-horach.html>>.

⁹⁰ KROUPA, S. *Hory pout zbavené: Města a vesnice v oblasti Novohradských a Slepických hor*. 1. vyd. České Budějovice: Bohumír Němec – Veduta, 2006. s. 172.

marmeláda citronová, která získala dne 22. února 2013 ocenění dvojitou zlatou medailí na prestižní světové soutěži The World's Original Marmalade Awards v Anglii. Zároveň se stala absolutním vítězem roku 2013. Mezi další produkty z této dílny, které také uspěly v této prestižní soutěži, patří marmeláda citronová s vanilkovým luskem, marmeláda pomerančová, marmeláda mandarinková – klementinky a marmeláda mandarinková – klementinky s levandulí. Od vítězství v Anglii můžete nalézt tyto certifikované produkty regionální značkou Šumava – originální produkt i v této zemi. V této manufaktuře se nevyrábí jen marmelády, ale také sirupy, povidla a extra džemy. Marmelády se pohybují v ceně od 110 do 220 Kč. Tyto produkty je možné koupit i ve dvou kamenných obchodech v Českých Budějovicích, a to v obchodě U dobráka či v prodejně Náš grunt.⁹¹

Na Pohoří se také zvýšil turistický ruch po otevření hraničního přechodu pro pěší turisty a cyklisty. Otevření slavnostně proběhlo 1. 4. 2007.

I v zimních měsících si zde turisté, ale i obyvatelé z blízkého okolí přijdou na své. Přestože Pohoří na Šumavě není žádným zimním střediskem, jsou zde upraveny lyžařské stopy vedoucí od Baronova mostu k Pohoří, Šancím, Kapelungu ve směru na Stadlberg, Eichlberg až do rakouských běžkařských center. Běžkařská stopa není dílem obce, ale vzniká pravidelně díky iniciativě místních nadšenců, kteří ji upravují na vlastní náklady ve volném čase.

Turisté, ale i obyvatelé blízkého okolí jezdí navštěvovat tento odlehlý kraj. Vzpomínají na předky, kteří tvrdě pracovali v horku u pece při tavení a výrobě skla. Tyto vzpomínky se objevují u osady Šance, kde byla v provozu sklářská huť Pavlína (1780 – 1881). K dalším sklářským osadám patřily Janovy Hutě (1782 – 1881), Skleněné Hutě (1791 – 1881), Terčí Huť (1764 – 1789).

7.4 Benešov nad Černou

Město leží cca 10 kilometrů východně od Kaplice v nadmořské výšce 668 metrů nad mořem. Z Benešova je možné se dostat do Trhových Svinů, Pohorské Vsi a Černého Údolí. Katastrální území města je o rozloze 5 706 hektarů a zahrnuje 13 částí. Za založení osady ve 14. století můžeme vděčit Benešovi z Michalovic. Roku 1332 byla původní kaple přestavěna na gotický kostel sv. Jakuba. V roce 1383 byla osada

⁹¹ *Novinky – Nejlepší marmeláda na světě* [online]. Pohoří na Šumavě: Moje domácí marmeláda Naše dobroty, 2013 [cit. 2013-03-15]. Dostupný z WWW: <<http://www.nase-dobroty.cz/index.php/novinky>>.

povýšena na město.⁹² Ve městě je evidováno k datu 1. 1. 2012 celkem 1 393 obyvatel, z toho 689 mužů a 704 žen. Věkový průměr u mužů se pohybuje kolem 39,2 roku, u žen okolo 39,4 roku. Celkový věkový průměr v Benešově je 39,3 let.⁹³ Bližší informace o složení obyvatelstva jsou uvedeny v tabulce číslo 9. Míra nezaměstnanosti dosáhla za rok 2011 celkem 10,00 %. Nezaměstnanost u mužů se pohybuje kolem 8,82 %, u žen kolem 11,18 %.

Tabulka 9: Benešov nad Černou - počet obyvatel k datu 31. 12. 2011⁹⁴

	Počet bydlících obyvatel	Počet obyvatel podle věku			
		0 – 14 let	15 – 59 let	60 – 64 let	65 a více let
Celkem	1 393	223	900	96	174
Muži	689	113	458	52	82
Ženy	704	110	442	44	92

Průmysl a zemědělství

V porovnání s jinými obcemi či městy na Novohradsku se průmysl do Benešova dostal. Průmysl se na Benešovsku začal objevovat od roku 1770. Byla zde založena železárna Gabriela Holand'anem Adrianem Battistou. Postupem let měnila své majitele. V roce 1870 koupil objekt Buquoy a výroba železa byla zastavena. Objekt byl však ponechán a vybaven zařízením pro zpracování dřeva. Pila fungovala až do roku 1963. Občané byli zaměstnáni v oblasti těžby a zpracování dřeva. Kromě železářny a pil byly postaveny hamry, mlýny, sklářské hutě, pivovary, lihovary a také továrna na nitěné knoflíky. Našli bychom tu i výrobu na dřevěné vlny, vodní elektrárnu a hrnčírnu. Mezi další benešovské podniky se řadil kožedělný podnik, pstruhárna Státního rybářství Hluboká nad Vltavou a zámečnictví.

Benešovské JZD patřilo k jednému z nejlepších v celém kraji. Avšak postupně se družstvo dostávalo do stádia úpadku. V roce 1961 ho převzal Státní statek Malonty.⁹⁵

Období po roce 1990 je spojováno s vysokým nárůstem obyvatel. Zvýšení počtu obyvatel bylo způsobeno nejen zvýšením porodnosti, ale zejména přílivem zahraničních

⁹² KROUPA, S. *Hory pout zbavené: Města a vesnice v oblasti Novohradských a Slepických hor*. 1. vyd. České Budějovice: Bohumír Němec – Veduta, 2006. s. 124 - 130.

⁹³ *Počet obyvatel v obcích České republiky* [online]. Praha: Český statistický úřad, 2012 [cit. 2013-03-15]. Dostupný z WWW: <[http://www.czso.cz/csu/2012edicniplan.nsf/t/00002BD91A/\\$File/13011203.pdf](http://www.czso.cz/csu/2012edicniplan.nsf/t/00002BD91A/$File/13011203.pdf)>.

⁹⁴ *Benešov nad Černou – Obyvatelstvo* [online]. Praha: Regionální informační servis, 2012 [cit. 2013-03-15]. Dostupný z WWW: <<http://www.risy.cz/cs/vyhledavace/obce/detail?Zuj=545694>>.

⁹⁵ KROUPA, S. *Hory pout zbavené: Města a vesnice v oblasti Novohradských a Slepických hor*. 1. vyd. České Budějovice: Bohumír Němec – Veduta, 2006. s. 125 - 129.

pracovních sil do společnosti Bentex, a to především Ukrajinců, Bulharů a Mongolů. Společnost se zabývá výrobou čalounických výrobků do aut a také vyrábí elektrotechnické součástky. Přehled o tržbách společnosti je uveden v tabulce číslo 10. Stav zaměstnanců uvádí tabulka číslo 11.

Tabulka 10: Tržby společnosti v tis. Kč⁹⁶

Tržby v tis. Kč	2008	2009	2010	2011
Tržby za výrobky	386 083	74 212	22 804	18 581
Tržby za služby	64 318	89 213	138 202	113 621
Celkem	450 401	163 425	161 006	132 202

Tabulka 11: Stav zaměstnanců

Rok	Fyzický stav k 31. 12.	Průměrný stav
2009	149	161
2010	140	145
2011	120	130

Z přehledu je vidět, že celkové tržby rok od roku klesají a zároveň se snižují stavy zaměstnanců. Avšak podnik, který svou činnost provozuje už od roku 1992, je významným zaměstnavatelem občanů Benešova, ale i lidí z blízkého okolí.

Rozvoj služeb

Benešov byl důležitým centrem obchodu. Město získalo právo pořádat výroční trhy. Konaly se zde i trhy týdenní a trhy s dobyt看kem.

V současné době jsou zde provozovány asi 3 restaurace, kavárna, nákupní středisko Jednoty Kaplice a několik menších obchůdků. Místní obyvatelé provozují také živnost v ubytovacích službách. Nabízejí ubytování pro turisty a cyklisty, kteří se vydali na cestu poznání krásných míst v prostředí Novohradských hor. Oblast Novohradských hor je protkaná sítí turisticky značených tras i naučných stezek. Jednou z nich je 6 kilometrů dlouhá naučná stezka „Brána Novohradských hor“ vedoucí přes zajímavá místa v obci a blízkém okolí. Přehled ekonomických subjektů ukazuje tabulka číslo 12.

⁹⁶ *Výroční zpráva za rok 2011 – Bentex Automotive a. s.* [online]. Praha: Ministerstvo spravedlnosti České republiky, 2012 [cit. 2013-03-15]. Dostupný z WWW: <<https://or.justice.cz/ias/ui/vypis-vypis?subjektId=isor%3a117941&typ=actual&klic=8c40vl>>.

Děti a mládež může trávit volný čas v Objektu pro kulturu a volný čas. K dispozici je i sportovní hala s fitcentrem za poplatek. Benešov má bohatý spolkový život, je zde několik sportovních klubů, hasiči, klub důchodců, kroužky, mateřské centrum. V obci se koná i obecní reprezentační ples a výstava keramické tvorby. Aktivní je i vedení obce (výstavba dětského hřiště, zapojení do MAS, rekonstrukce či nová výstavba v obci, získávání dotací na protipovodňová opatření).

Tabulka 12: Přehled ekonomických subjektů v Benešově nad Černou⁹⁷

Hospodářská činnost	Počet podnikatelských subjektů celkem	330 ⁹⁸
Podle převažující činnosti	Zemědělství, lesnictví, rybářství	73 ⁹⁹
	Průmysl celkem	53
	Stavebnictví	36
	Velkoobchod a maloobchod; opravy a údržba motorových vozidel	63
	Doprava a skladování	3
	Ubytování, stravování a pohostinství	28
	Informační a komunikační činnosti	2
	Peněžnictví a pojišťovnictví	5
	Činnosti v oblasti nemovitostí	16
	Profesní, vědecké a technické činnosti	16
	Administrativní a podpůrné činnosti	3
	Věřejná správa a obrana; povinné sociální zabezpečení	2
	Vzdělávání	2
	Zdravotní a sociální péče	2
	Kulturní, zábavní a rekreační činnosti	4
	Ostatní činnosti	12
	Činnosti domácností jako zaměstnavatelů; činnosti domácností produkujících blíže neurčené výrobky	-

⁹⁷ *Vybrané statistické údaje za obec Benešov nad Černou* [online]. Praha: Český statistický úřad, 2013 [cit. 2013-03-10]. Dostupný z WWW: <http://vdb.czso.cz/vdbvo/tabdetail.jsp?kapitola_id=5&pro_1_154=545406&cislotab=MOS+ZV01>.

⁹⁸ K datu 31. 12. 2012

⁹⁹ K datu 31. 12. 2011

	a služby pro vlastní potřebu	
	Činnosti exteritoriálních organizací a orgánů	-
	Nezjištěno	7
Podle právní formy	Státní organizace	2
	Akciové společnosti	1
	Obchodní společnosti	20
	Družstevní organizace	-
	Finanční podniky	-
	Živnostníci	196
	Samostatně hospodařící rolníci	-
	Svobodná povolání	10
	Zemědělství podnikatelé	25
	Ostatní právní formy	80

7.5 Kaplice

Město Kaplice leží na řece Malši ve výšce 537 metrů nad mořem. Západním okrajem Kaplice prochází rušná mezinárodní silnice E55. Z Kaplice vedou cesty do Malont a Benešova nad Černou. Katastrální výměra území je 4 087 hektarů a zahrnuje 11 částí. Kaplice jako trhová osada vznikla na cáhlovské obchodní stezce. Město bylo nazýváno také jako Volanka. Přestavba gotického kostela sv. Petra a Pavla proběhla po roce 1507. Kostel sv. Floriána pochází z roku 1500.¹⁰⁰ Ve městě je evidováno k datu 1. 1. 2012 celkem 7 277 obyvatel, z toho 3 693 mužů a 3 584 žen. Věkový průměr u mužů se pohybuje kolem 38,4 let, u žen okolo 41,0 let. Celkový věkový průměr v Kaplici je 39,7 let.¹⁰¹ Bližší informace o složení obyvatelstva jsou uvedeny v tabulce číslo 13. Míra nezaměstnanosti dosáhla za rok 2011 celkem 7,85 %. Nezaměstnanost u mužů se pohybuje kolem 6,85 %, u žen kolem 9,02 %.

¹⁰⁰ KROUPA, S. *Hory pout zbavené: Města a vesnice v oblasti Novohradských a Slepických hor*. 1. vyd. České Budějovice: Bohumír Němec – Veduta, 2006. s. 186 - 187.

¹⁰¹ *Počet obyvatel v obcích České republiky* [online]. Praha: Český statistický úřad, 2012 [cit. 2013-03-15]. Dostupný z WWW: <[http://www.czso.cz/csu/2012edicniplan.nsf/t/00002BD91A/\\$File/13011203.pdf](http://www.czso.cz/csu/2012edicniplan.nsf/t/00002BD91A/$File/13011203.pdf)>.

Tabulka 13: Kaplice - počet obyvatel k datu 31. 12. 2011¹⁰²

	Počet bydlících obyvatel				
		0 – 14 let	15 – 59 let	60 – 64 let	65 a více let
Celkem	7 277	1 087	4 723	522	945
Muži	3 693	595	2 295	259	411
Ženy	3 584	492	2 428	263	534

Průmysl a zemědělství

Stejně jako v okolních obcích, tak i v Kaplici mělo zemědělství své zastoupení. Průmysl tu dříve nebyl rozvinut, tedy kromě papírny u Blanska.

V současné době se na území Kaplice nachází několik velkých fabrik, které poskytují pracovní místa lidem s nižším vzděláním, především středním bez maturity. Podniky jsou většinou německé nebo rakouské. Společnost D+G elektrik zaměstnává ve 4 pobočkách zhruba 350 lidí. Podnik se zabývá výrobou kabelové techniky, elektroniky a kovovýrobou. Rakouská společnost ENGEL založila závod v Kaplici v roce 2001. Specializuje se na výrobu olejových nádrží, elektrických skříňových rozvaděčů a periferií automatických linek, především přepravních pásů. V současné době u společnosti ENGEL pracuje cca 450 lidí.¹⁰³ Německá společnost BRAWE se specializuje na výrobu nástrojů a svařovaných montážních sestav. Podnik je personálně zajištěn zhruba 327 zaměstnanci.¹⁰⁴ Rakouská společnost Hauser se zaměřila na výrobu chladicího nábytku, izolačních panelů a dveří chladíren a mrazíren. Společnost Isotherm se specializuje na výrobu izolačních dvojskel a bezpečnostního kaleného skla. Je zaměstnavatelem pro cca 137 lidí.¹⁰⁵ Společnost Oknotherm vyrábí plastová okna, dřevěná okna a hliníková okna a dveře. V podniku pracuje cca 166 lidí.

¹⁰² *Kaplice – Obyvatelstvo* [online]. Praha: Regionální informační servis, 2012 [cit. 2013-03-15]. Dostupný z WWW: <<http://www.risy.cz/cs/vyhledavace/obce/detail?Zuj=545694>>.

¹⁰³ *Data a fakta* [online]. Rakousko: Engel Strojírenská, 2007 [cit. 2013-03-16]. Dostupný z WWW: <http://www.engelglobal.com/engel_web/emcz/cz/2707.htm>.

¹⁰⁴ *Obchodní rejstřík a sbírka listin. Výpis z obchodního rejstříku: Brawe* [online]. Praha: Ministerstvo spravedlnosti České republiky, 2012 [cit. 2013-03-16]. Dostupný z WWW: <<https://or.justice.cz/ias/ui/vypis-sl.pdf?subjektId=isor%3a122868&dokumentId=C+4982%2fSL25%40KSCB&partnum=0&variant=1&kl ic=x2hbvk>>.

¹⁰⁵ *Výroční zpráva za rok 2011 – Isotherm s.r.o* [online]. Praha: Ministerstvo spravedlnosti České republiky, 2012 [cit. 2013-03-16]. Dostupný z WWW: < <https://or.justice.cz/ias/ui/vypis-sl.pdf?subjektId=isor%3a122245&dokumentId=C+4342%2fSL20%40KSCB&partnum=0&variant=1&kl ic=j394om>>.

Rozvoj služeb

V Kaplici je několik obchodů s textilem, které vlastní především Vietnamci. Kvalitní české zboží nabízí asi 3 obchody. Drogistické zboží si lidé mohou koupit ve 3 drogeriích. Je zde zastoupena nabídka domácích potřeb, bytového textilu, šití dek a čištění peří, papírnictví, fotografických služeb. Chovatelé domácích mazlíčků si mohou pořídit dalšího člena rodiny a stravu pro něj v několika zverimexech. Železářství je zde pouze jedno. Široký sortiment květin a potřeb pro zahradu nabízí velké zahradnické centrum. Elektronabídku poskytují 2 obchody. Na náměstí se nachází také 2 zlatnictví a hodinářství. Kosmetické, kadeřnické a masérské služby využívají občané Kaplice, ale také lidé z blízkého okolí a ve velké míře jsou tyto služby využívány Rakušany. Pro uživatele aut jsou zde poskytnuty služby pneuservisu, autoservisu, prodejny autodílů. Nabídku zájezdů zajišťuje cestovní kancelář. V Kaplici sídlí pohřební služba, kterou využívají pozůstalí ze širokého okolí.

Prodej potravin je v Kaplici zajišťován hned několika prodejny (Albert, Penny, Flop, Jednota potraviny v řetězci COOP TUTY, večerky). Masné produkty je možné zakoupit asi ve 4 masnách. Nechybí ani cukrárenské a pekařské výrobky. Lidé zaměřeni na zdravou výživu mohou nakupovat zdravé potraviny v prodejně Harmonie.

Ubytovací a stravovací služby jsou zde zajišťovány několika provozovny (Hotel Corona, Hotel Kříž, Pension Bar – restaurant, Slovanský dům, restaurace U Sedláčků, Hotel Sport, pizzerie, 2 kavárny, catering služby).

V oblasti zábavně – kulturních služeb je zde novinkou otevření multifunkčního kulturního centra dne 20. března 2013. V jeho těsné blízkosti se nachází kulturní dům pro pořádání maturitních plesů, zábav a jiných společenských akcí a informační centrum. Účastníci společenských akcí z blízkého okolí využívají ve velké míře taxi službu. V letních měsících je v provozu místní koupaliště, které by zasloužilo modernizaci. Je zde i zastoupení sportovních aktivit. Lidé se věnují florbalu, fotbalu, basketbalu, tenisu, volejbalu, stolnímu tenisu. Sportovci trénují svá těla asi ve 3 posilovnách.

O klid a pořádek se v obci s rozšířenou působností stará stálá policejní stanice Policie ČR, která má na starost další obce v řešené oblasti. V Kaplici má své sídlo i hasičská stanice s profesionálními hasiči. O svoz odpadu a údržbu komunikací se starají Technické služby Kaplice.

8 Marketingový výzkum

8.1 Projekt marketingového výzkumu

A) Cíle marketingového výzkumu a přesné určení řešené otázky a hypotézy

1. Problém

Cílem všech ekonomických subjektů na trhu je nejen realizace zisku ve svém oboru, ale i získání co největšího podílu na okupovaném trhu. K tomu je potřeba odbyt ze strany poptávajících. Míra spokojenosti obyvatel s nabídkou služeb v dané lokalitě se odráží v dostupnosti a kvalitativní úrovni služeb. Jakým způsobem je možné vylepšit či více zpřístupnit nabízené služby občanům?

2. Cíl výzkumu

Cílem výzkumu je shromáždit potřebná data, která identifikují stav stávajících služeb a následný návrh opatření k jeho vylepšení.

3. Výzkumná otázka

Existují nějaké možnosti v rozvoji nabídky služeb ve vymezené oblasti, aby bylo dosaženo zlepšení úrovně života a uspokojení potřeb obyvatel?

4. Hypotéza

Čím více se nabídka služeb zlepší a rozšíří v adekvátní míře, tím se zvýší počet spokojených občanů. Rozšíření nabídky služeb s ohledem na životní prostředí, charakter krajiny, možnosti financování napomohou rozvoji jednotlivých měst a obcí v dané lokalitě.

B) Teoretické zdůvodnění

Moderní současná doba je charakteristická velkým stresem, který na lidi působí v zaměstnání, škole, či v rodinném prostředí. Stres vyvolává i řadu zdravotních problémů. Lidé žijící ve městech hledají klidnější a zdravější prostředí, proto se stěhují z města na vesnice. Postupně přibývá počet obyvatel v obcích a vesnicích v Novohradských horách. Proto je potřeba nabídku služeb rozšířit nebo alespoň stávající služby zkusit zlepšit.

C) Postup řešení

Tato kapitola má za cíl přiblížit, jak konkrétně bude vypadat marketingový výzkum, který bude realizován za účelem získání dat potřebných pro bakalářskou práci.

1. Výzkumný soubor

Cílovou skupinou marketingového výzkumu jsou obyvatelé žijící v Novohradských horách, konkrétně v Malontech, Pohorské Vsi, Pohoří na Šumavě, Benešově nad Černou a Kaplici. Stanovila jsem si pouze dolní věkovou hranici na 18 let, protože chci vyzkoumat, jak hodnotí nabídku služeb mládež, ekonomicky aktivní obyvatelstvo a důchodci. Mým cílem je získat údaje od 200 respondentů, aby byla data více validní, reprezentativní a reliabilní.

2. Metody získání dat

Sekundární data získám na spolehlivých internetových stránkách, především Českého statistického úřadu a dále prostřednictvím materiálů veřejné správy. Primární data získám osobním dotazováním. Dotazník rozesu svým známým a přátelům, do větších institucí a podniků v Malontech, Pohorské Vsi, Pohoří na Šumavě, Benešově nad Černou a Kaplici, které poprosím o jejich vyplnění. V případě, že nezískám potřebný počet dat, získám požadovaná chybějící data vytvořením elektronického dotazníku, který zašlu prostřednictvím sociální sítě známým. Sociální sítě jsou v současné době snad nejdostupnějším a největším zdrojem dat.

Dále pak použiji kvalitativní metodu, kterou bude konkrétně pozorování. Využiji vlastní poznatky z pozorování zkoumané oblasti po delší dobu, jelikož oblast Novohradských hor je mým domovem 22 let. Pomocí kombinace kvantitativní a kvalitativní metody se pokusím převést poznatky do praktických příkladů.

3. Organizace výzkumu

Výzkum bude prováděn pomocí tištěného dotazníku v papírové podobě, proto je potřeba řešit otázku jeho tvorby a provedení pilotního výzkumu, které může odhalit jeho případné nedostatky. Nejprve tedy bude navržen dotazník, který poslouží k pilotnímu výzkumu na vzorku 20 respondentů. Poté budou provedeny drobné korektní úpravy a navržena konečná verze dotazníku. Data budou sbírána cca 2 měsíce. Pokud by stanovený počet 200 dotazníků byl sebrán dříve, dojde k jeho předčasnému ukončení.

4. Analýza dat

Získaná data budou přepsána do elektronické podoby. Statistické vyhodnocení dotazníků mi umožní program Microsoft Excel 2010. Otázky budou jednotlivě rozpracovány a k jejich přehlednosti budou vytvořeny grafy či tabulky. Dále budou doplněny o slovní komentář.

5. Shrnutí postupu řešení

Pro tvorbu marketingového výzkumu bude použita kombinace výzkumných metod, a to kvantitativní a kvalitativní.

V první části bude navržen pilotní dotazník, který vyplní 20 respondentů. Poté dojde k drobným úpravám a bude navržena konečná verze dotazníku.

V druhé části proběhne sběr dat pomocí osobního dotazování. Osobní dotazování je sice časově nákladnější, ale zároveň přináší nejspolehlivější výsledky a velkou návratnost vyplněných dotazníků.

Ve třetí části zpracuji a vyhodnotím data získaná výzkumem. Zjištěné výsledky pak aplikuji do přehledné grafické podoby ve formě grafů či tabulek.

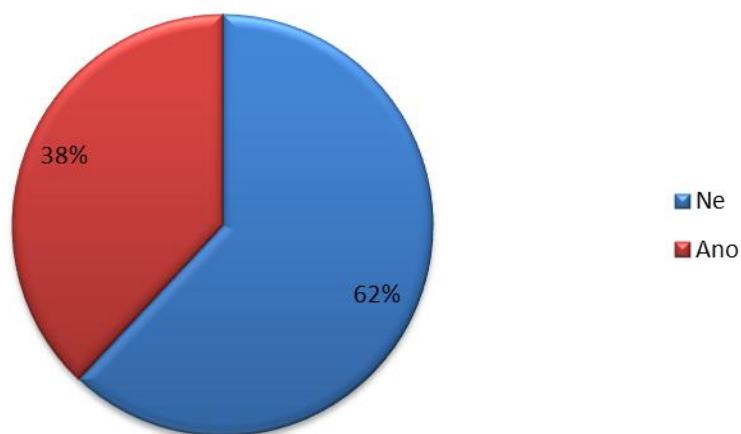
Ve čtvrté, a zároveň poslední, části marketingového výzkumu se pokusím na základě zjištěných dat navrhnout opatření na zlepšení či rozšíření služeb v oblasti Novohradských hor.

8.2 Interpretace výsledků

Po realizaci marketingového výzkumu následuje vyhodnocení jednotlivých otázek. Ve většině případů jsou zjištěné výsledky prezentovány v podobě výšečového grafu nebo sloupcového.

Otázka číslo 1: Myslíte si, že je nabídka v místě Vašeho bydliště dostatečně široká?¹⁰⁶

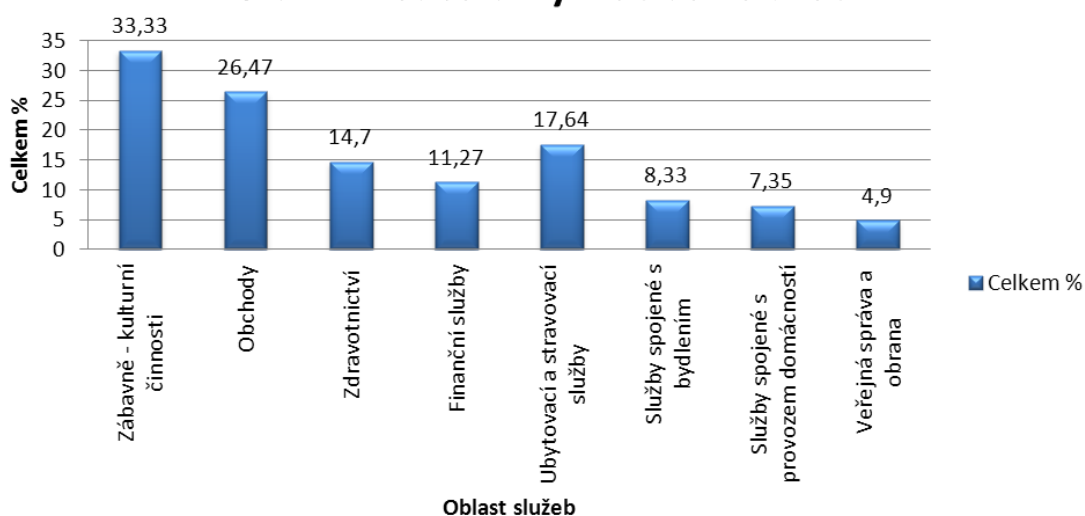
Graf 1: Spokojenost s rozsahem poskytovaných služeb



Komentář: Z grafu číslo 1 vyplývá, že z 200 dotázaných respondentů je nespokojeno s nabídkou služeb v místě svého bydliště 62 % (tj. 124 dotázaných). Pro 38 % občanů je nabídka služeb dostačující vzhledem k počtu obyvatel jednotlivých měst a obcí v řešené oblasti.

Otázka číslo 2: V případě odpovědi Ne, prosím, uveďte, které služby zde postrádáte?¹⁰⁷

Graf 2: Nedostatky v oblasti služeb



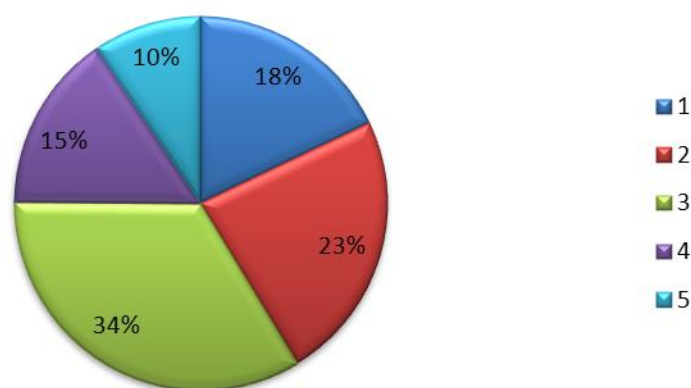
¹⁰⁶ Vlastní výzkum.

¹⁰⁷ Vlastní výzkum.

Komentář: V případě otevřené otázky číslo 2 se mohli obyvatelé, kteří považují nabídku služeb za nedostatečnou, vyjádřit k nedostatkům v oblasti služeb. Procentuální zastoupení jednotlivých variant odpovědí nedává při konečném součtu 100 %, jelikož respondenti uvedli více odpovědí (resp. jejich kombinaci). Nejčastější nedostatky shledávají v oblasti zábavně – kulturních služeb, tedy především volnočasových aktivit. Na druhé místo se řadí nedostatek obchodů s kvalitním zbožím. Třetí pozici zaujímají ubytovací a stravovací služby. V oblasti zdravotní péče hodnotí negativně přístup doktorů k pacientům, zastaralé vybavení ordinací a čekáren a dojíždění na větší vyšetření do nemocnice v Českém Krumlově či Českých Budějovic. V obcích lidem chybí z nabídky finančních služeb především bankomat na výběr hotovosti.

Otázka číslo 3: Jak hodnotíte úroveň nabízených služeb ve Vašem bydlišti?¹⁰⁸
(prosím zaškrtněte, 1 – nejlepší hodnocení, 5 – nejhorší hodnocení)

Graf 3: Úroveň vzdělání

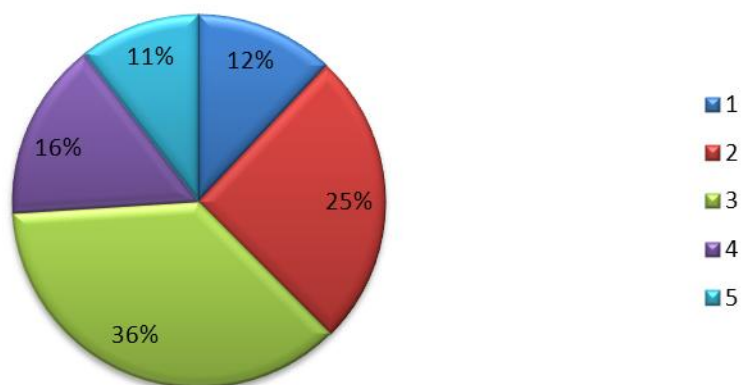


Komentář: Nejvíce respondentů se shodlo na průměrně úrovni vzdělání (tj. 34 %). Kvalifikace učitelů není vždy odpovídající. Důvodem je nízká poptávka po zaměstnání ve škole, která je umístěna v obci s nižším počtem obyvatel. O stupeň lépe hodnotí úroveň školství v daných místech 23 % občanů. S názorem s výbornou úrovní vzdělání se setkáváme u 18 % dotázaných. Kladně hodnotí především umístění základních devítiletých škol v obci Malonty a Benešově nad Černou. Děti nemusí každý den dojíždět.

¹⁰⁸ Vlastní výzkum.

Otázka číslo 3: Jak hodnotíte úroveň nabízených služeb ve Vašem bydlišti?¹⁰⁹
(prosím zaškrtněte, 1 – nejlepší hodnocení, 5 – nejhorší hodnocení)

Graf 4: Úroveň zdravotnictví

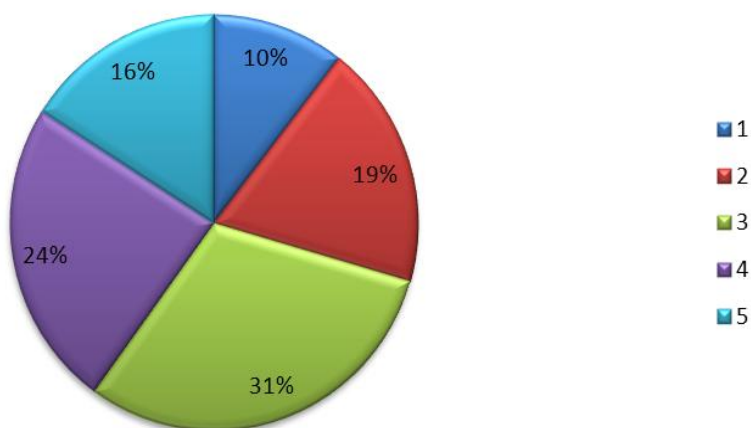


Komentář: Poskytování zdravotní péče v řešené oblasti je dobré (tj. 36 % dotázaných). Avšak bylo by třeba zlepšit péči. Ordinance a čekárny s pár výjimkami jsou vybaveny staršími přístroji a dalším vybavením. Lidé negativně hodnotí přístup doktorů k pacientům. Pohotovost v Kaplici byla zrušena a lidé musí jezdit do Českého Krumlova. V případě potřeby pohotovosti o víkendu a následné potřeby léků však v Č. Krumlově pacient neuspěje. Pro léky si musí dojet do krajského města do noční lékárny v nemocnici. Dojezd sanitek do míst v řešené oblasti často trvá dlouho.

¹⁰⁹ Vlastní výzkum.

**Otázka číslo 3: Jak hodnotíte úroveň nabízených služeb ve Vašem bydlišti?¹¹⁰
(prosím zaškrtněte, 1 – nejlepší hodnocení, 5 – nejhorší hodnocení)**

Graf 5: Úroveň veřejné správy a obrany

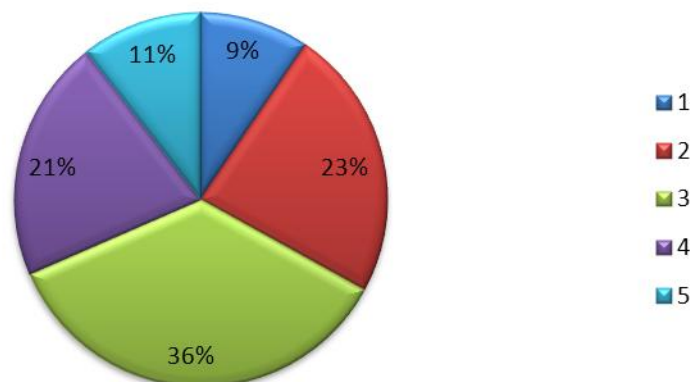


Komentář: Většina respondentů se shodla na hodnocení číslem 3 (tj. 31 % dotázaných). To je způsobeno především zrušením stálé policejní stanice v Malontech, Benešově nad Černou. V daných místech je zvýšená míra vandalizmu. Veřejná správa by se měla více zajímat o tvorbu akcí v oblasti kultury a volnočasových aktivit. Dále by měla více zvažovat prodej bytových jednotek zájemcům z jiných krajů České republiky, kteří chtějí vydělávat pronájmem těchto bytů občanům se sociálními dávkami. Objekty po určité době chátrají nebo jsou zdevastovány. Nemovitosti pak ztrácejí kupní hodnotu a není o ně zájem.

¹¹⁰ Vlastní výzkum.

**Otázka číslo 3: Jak hodnotíte úroveň nabízených služeb ve Vašem bydlišti?¹¹¹
(prosím zaškrtněte, 1 – nejlepší hodnocení, 5 – nejhorší hodnocení)**

Graf 6: Úroveň dopravy

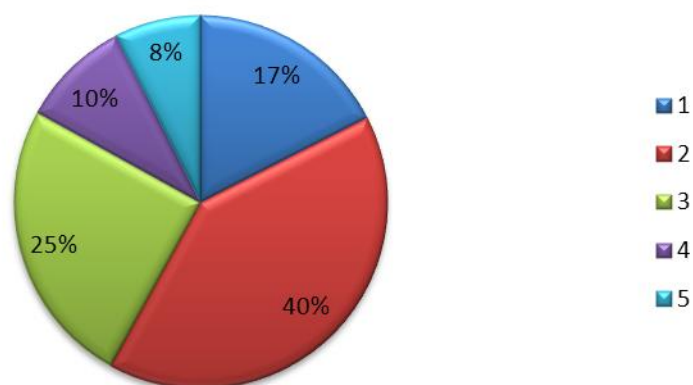


Komentář: Doprava do Malont, Benešova nad Černou, Pohorské Vsi je zajištěna autobusy. Dotázaní ji však hodnotí jako průměrnou (tj. 36 % respondentů). Důvodem je omezení spojů o víkendech a v době prázdnin. Lidé, kteří nevlastní automobil jsou značně omezeni. V Kaplici funguje autobusová, městská hromadná doprava a železniční. Městská hromadná doprava zde slouží občanům od 1. 9. 2004. Projekt zahrnoval 13 zastavek, realizováno bylo 9 zastávkových míst z důvodu bezpečnosti provozu. Od začátku provozu zaznamenala městská hromadná doprava zvýšený zájem občanů dopravovat se tímto způsobem po městě. Občané využívají především ranní spoje a první odpolední. Občané by ocenili vyšší četnost jízd. Železniční doprava je od města vzdálena zhruba 6,2 km, proto lidé hodnotí dostupnost železnice negativně. V úrovni dopravy je zahrnuta i úroveň silničních komunikací. Zde jsou nedostatky především v údržbě komunikací v odlehlých místech v zimních měsících.

¹¹¹ Vlastní výzkum.

**Otázka číslo 3: Jak hodnotíte úroveň nabízených služeb ve Vašem bydlišti?¹¹²
(prosím zaškrtněte, 1 – nejlepší hodnocení, 5 – nejhorší hodnocení)**

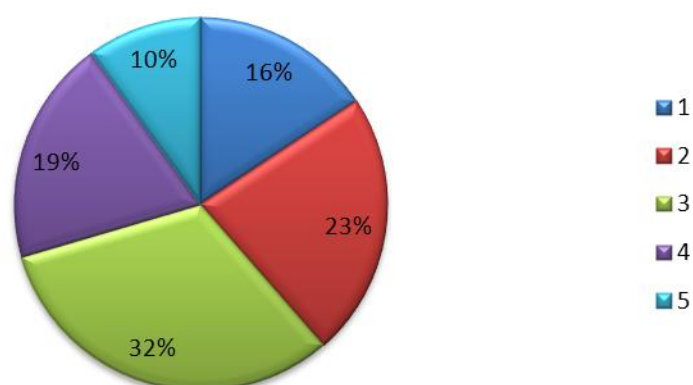
Graf 7: Úroveň spojů



Komentář: O úrovni služeb poskytovaných na poštách je možné říci, že občané jsou spokojeni (tj. 40 % dotázaných). V dnešní moderní době, kdy má téměř každý mobil, tak je možné v řešených místech využít telefonní budku. Internetové spojení funguje, avšak bylo by v některých místech třeba posílit signál.

**Otázka číslo 3: Jak hodnotíte úroveň nabízených služeb ve Vašem bydlišti?¹¹³
(prosím zaškrtněte, 1 – nejlepší hodnocení, 5 – nejhorší hodnocení)**

Graf 8: Úroveň obchodu



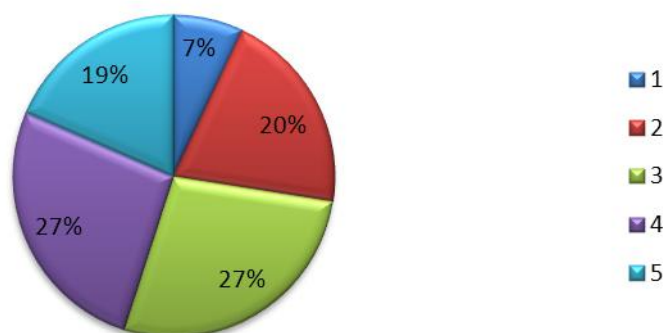
¹¹² Vlastní výzkum.

¹¹³ Vlastní výzkum.

Komentář: Na průměrné úrovni obchodu se shodlo 32 % dotázaných. Důvodem je nedostatek obchodů s kvalitním zbožím v Kaplici, především obchody s nabídkou kvalitního textilu. V současné době zde převažuje nabídka textilu v prodejnách patřících Vietnamcům. V obcích v rozmezí 1.001 – 5.000 obyvateli by lidé uvítali zřízení ještě jedné konkurenční prodejny s potravinami. Prodejny nabízí většinou stále stejný sortiment. Potraviny jsou dražší, a tak občané nakupují pouze nutné zboží denní potřeby. Lidé si na větší nákupy dojedou do Kaplice či krajského města. Vzhledem k poloze sídel, která jsou v blízkosti hranic s Rakouskem, volí nákupy v této zemi, které jsou v porovnání s potravinami v České republice kvalitnější a často levnější. Záleží na druhu zboží. Lidé by ocenili i základní nabídku průmyslového zboží a železářství. V prodejnách potravin hodnotí negativně přístup obsluhujících prodavaček.

Otázka číslo 3: Jak hodnotíte úroveň nabízených služeb ve Vašem bydlišti?¹¹⁴
(prosím zaškrtněte, 1 – nejlepší hodnocení, 5 – nejhorší hodnocení)

Graf 9: Úroveň ubytovacích a stravovacích služeb

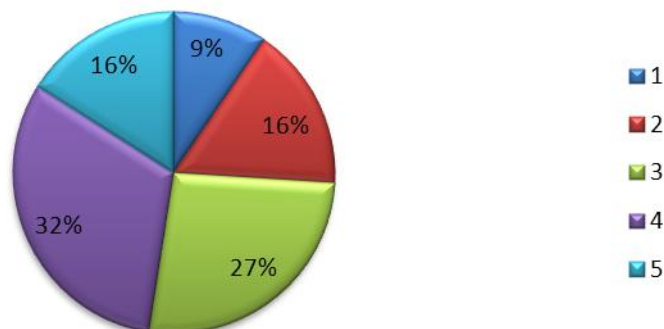


Komentář: Z grafu číslo 9 je patrné, že úroveň nabízených ubytovacích a stravovacích služeb je nedostačující (tj. shodně 27 % u známky 4 a 5). Vyplývá to z důvodů předpokladů nárůstu turistů do oblastí Novohradských hor a tomu neodpovídající nabídce ubytovacích kapacit a stravovacích zařízení.

¹¹⁴ Vlastní výzkum.

Otázka číslo 3: Jak hodnotíte úroveň nabízených služeb ve Vašem bydlišti?¹¹⁵
(prosím zaškrtněte, 1 – nejlepší hodnocení, 5 – nejhorší hodnocení)

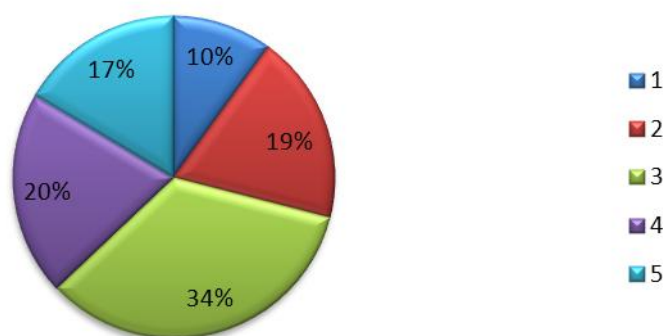
Graf 10: Úroveň zábavně - kulturních služeb



Komentář: Úroveň zábavně – kulturních služeb považuje za nedostačující většina respondentů (tj. 32 % občanů). Pouze 9 % dotázaných je spokojena s úrovní nabízených zábavně – kulturních služeb, vzhledem k místu svého bydliště.

Otázka číslo 3: Jak hodnotíte úroveň nabízených služeb ve Vašem bydlišti?¹¹⁶
(prosím zaškrtněte, 1 – nejlepší hodnocení, 5 – nejhorší hodnocení)

Graf 11: Úroveň služeb spojených s bydlením



Komentář: Na průměrné úrovni služeb spojených s bydlením se shodlo 34 % dotázaných. Takovéto hodnocení se odráží v názoru nedostatečné znalosti svého

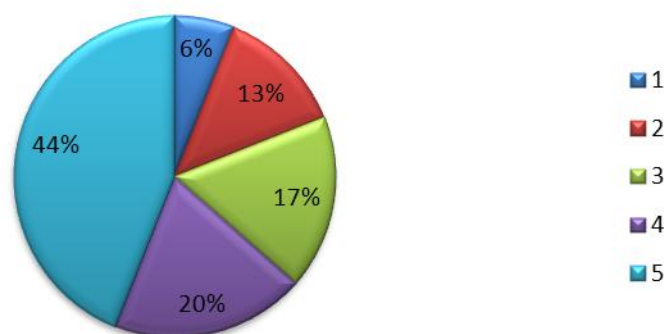
¹¹⁵ Vlastní výzkum.

¹¹⁶ Vlastní výzkum.

řemesla, tudíž výsledná činnost či produkt jsou nekvalitní. Lidé postrádají i některá řemesla jako je sklenář. Se zvyšujícím se počtem obyvatel v Malontech a Benešově nad Černou se zvyšuje anonymita lidí. O občanech, která provozují řemesla často ani nevědí. Občané by ocenili zveřejnění podnikatelů na webových stránkách dané obce. Na webových stránkách by mohl být vytvořen katalog s přehledem podnikatelů a jejich kontakty.

Otázka číslo 3: Jak hodnotíte úroveň nabízených služeb ve Vašem bydlišti?¹¹⁷
(prosím zaškrtněte, 1 – nejlepší hodnocení, 5 – nejhorší hodnocení)

Graf 12: Úroveň služeb spojených s provozem domácností

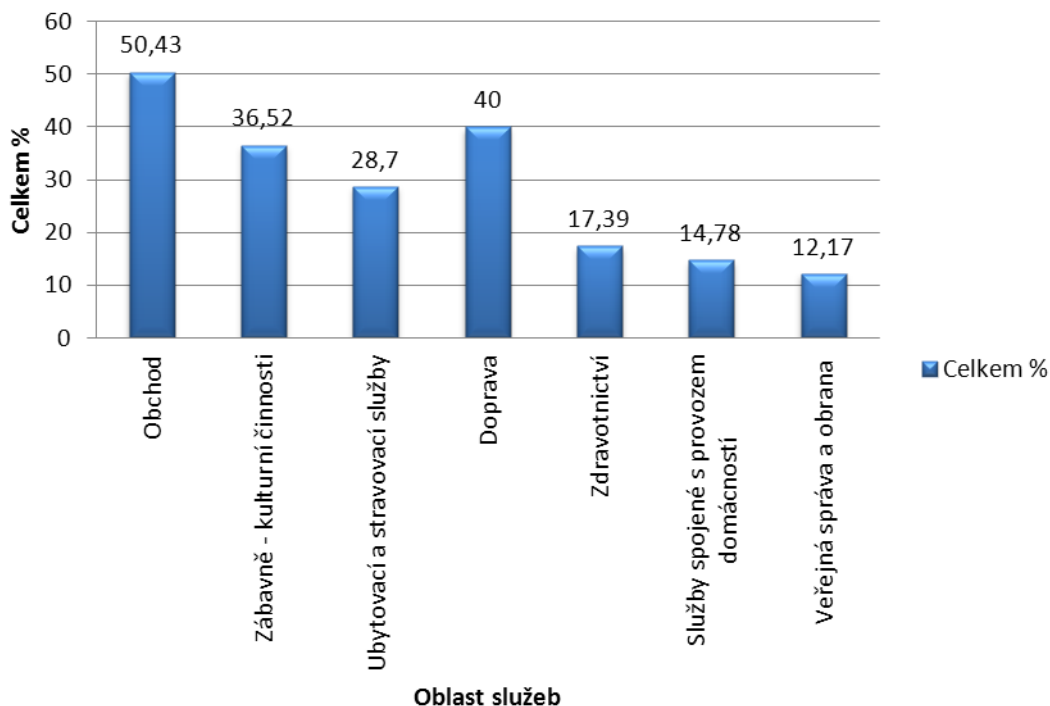


Komentář: Z grafu číslo 12 je patné, že služby spojené s provozem domácností jsou zcela nedostačující. Vzhledem k počtu obyvatel v důchodovém věku v Malontech, Benešově nad Černou, Pohorské Vsi chybí poskytování pečovatelských služeb. Čistírna oděvů poskytovala své služby pouze v Kaplici, ale došlo k jejímu zrušení. Občané postrádají i služby dámského a pánského krejčího a s tím související opravy oděvů. Mezi další chybějící služby řadili i opravy obuvi.

¹¹⁷ Vlastní výzkum.

Otázka číslo 4: Které stávající služby v místě bydliště byste vylepšili a jakým způsobem?¹¹⁸

Graf 13: Vylepšení stávajících služeb

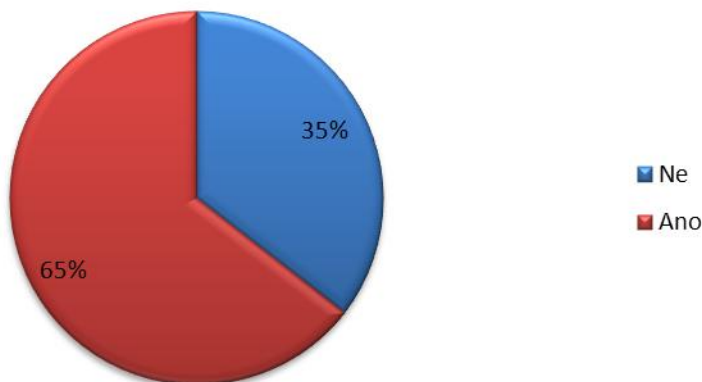


Komentář: V otevřené otázce číslo 4 mohli lidé vyjádřit svůj názor k tomu, které služby by vylepšili, popř. jakým způsobem. Procentuální zastoupení jednotlivých variant odpovědí nedává při konečném součtu 100 %, jelikož respondenti uvedli více odpovědí (resp. jejich kombinaci). Na první místo řadilo nejvíce respondentů vylepšení obchodních služeb (tj. 50,43 % dotázaných). Obchodní služby zaujaly první místo z důvodu potřeby nákupu zboží denní potřeby každý den či několikrát do týdne. Občané by si přáli vylepšit především nabídku produktů v obchodě, popř. zřízení ještě jedné maloobchodní jednotky v obci Malonty a Benešově nad Černou. Potřebu vylepšení dokazuje i graf číslo 8 hodnotící úroveň obchodu průměrně. Dopravu by vylepšilo 40 % občanů. Jako možnost vylepšení uvedli zvýšení spojů o víkend (v současné době funguje jen jeden spoj). Na třetí místo zařadili vylepšení zábavně – kulturních činností. Jako možnost vylepšení uvedli především modernizaci koupališť či výstavbu nového krytého bazénu využívaného po celý rok. Kulturní program v daných místech by se mohl rozšířit o pořádání většího počtu společenských akcí, besed, výuky tanců.

¹¹⁸ Vlastní výzkum.

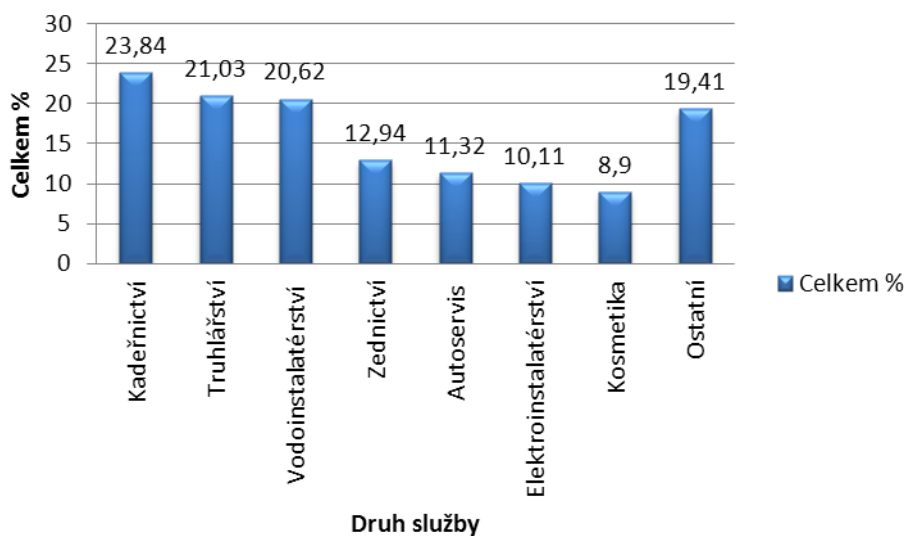
Otázka číslo 5: Využíváte služeb místních živnostníků?¹¹⁹

Graf 14: Využití služeb živnostníků



Otázka číslo 6: V případě odpovědi ano, prosím, uveďte, které služby využíváte?¹²⁰

Graf 15: Druhy využívaných služeb



Komentář: Z grafu číslo 14 je vidět značná převaha občanů, kteří využívají služeb místních živnostníků (tj. 65 % dotázaných). Procentuální zastoupení jednotlivých variant odpovědí nedává při konečném součtu 100 %, jelikož respondenti uvedli více odpovědí (resp. jejich kombinaci). Občané nejvíce využívají služeb kadeřnictví, která poskytují své služby srovnatelné s kvalitou ve velkých městech, ale cenově nižší.

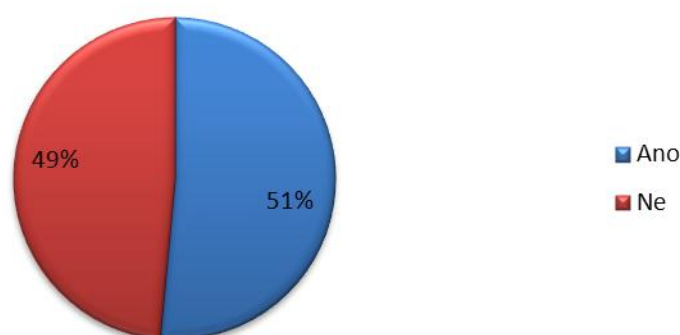
¹¹⁹ Vlastní výzkum.

¹²⁰ Vlastní výzkum.

Za touto službou dojíždí do Kaplice a Malont lidé z Benešova nad Černou a Pohorské Vsi. Mezi další využívané služby řadí truhlářské a vodoinstalatérské služby.

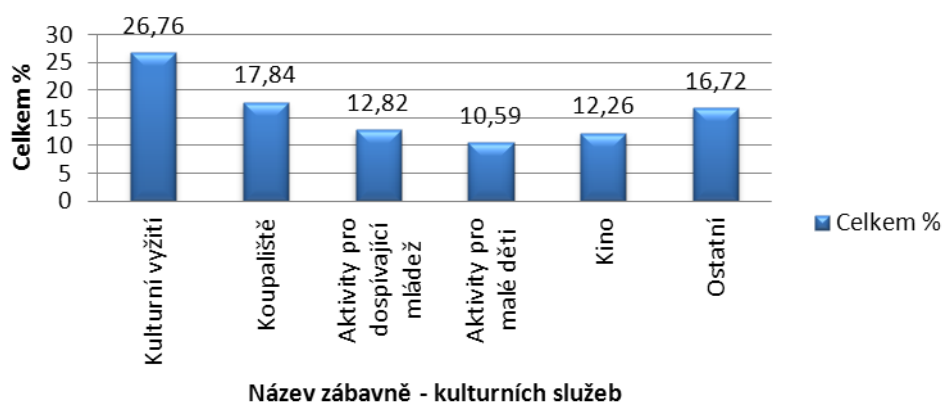
Otázka číslo 7: Je ve Vašem bydlišti dostatečná nabídka možností pro trávení volného času?¹²¹

Graf 16: Nabídka možností pro trávení volného času



Otázka číslo 8: Pokud ne, co podle Vás konkrétně v této oblasti chybí?¹²²

Graf 17: Nedostatky v oblasti zábavně - kulturních služeb



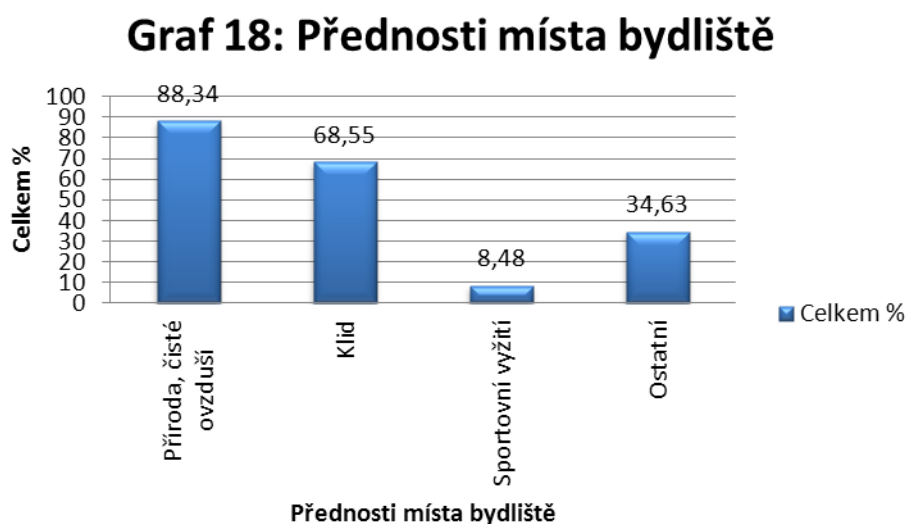
Komentář: Z grafu číslo 16 vyplývá, že spokojenost obyvatel s možnostmi trávení volného času je převážná, avšak mezi spokojeností a nespokojeností je jen nepatrný rozdíl. Podle grafu číslo 17 spatřují občané největší nedostatky v oblasti kultury

¹²¹ Vlastní výzkum.

¹²² Vlastní výzkum.

(tj. 26,76 % dotázaných). Procentuální zastoupení jednotlivých variant odpovědí nedává při konečném součtu 100 %, jelikož respondenti uvedli více odpovědí (resp. jejich kombinaci). V oblasti kultury by mělo být pořádáno více společenských akcí, zábav pro mládež od 18 – ti let, více besed. Modernizace koupališť by uvítali občané, kteří přes léto zůstávají doma a nemají možnost vlastního koupání či vycestování k vodě. Nedostatky v provozu kina uvádělo 12,26 % respondentů. Tento marketingový výzkum probíhal v době, kdy kino v Kaplici bylo zavřené, a lidé jezdili do kina v Českých Budějovicích. Důvodem zastavení provozu kina byla jeho rekonstrukce a modernizace. Město získalo dotaci ze Státního fondu České republiky pro podporu a rozvoj české kinematografie v páté vlně digitalizace kin ve výši 300.000,-. Významně finančně přispěly i místní firmy. Bylo investováno do technologie v promítárně a rekonstrukce sálu včetně ozvučení. Multifunkční kulturní zařízení umožní divákům kvalitní videoprojekci, 3D projekci, projekci premiérových filmů, sledování online kulturních či sportovních přenosů a to vše v příjemném prostředí. První slavnostní otevření se uskutečnilo 20. března 2013.

Otázka číslo 9: V čem vidíte hlavní přednosti místa, ve kterém žijete?¹²³

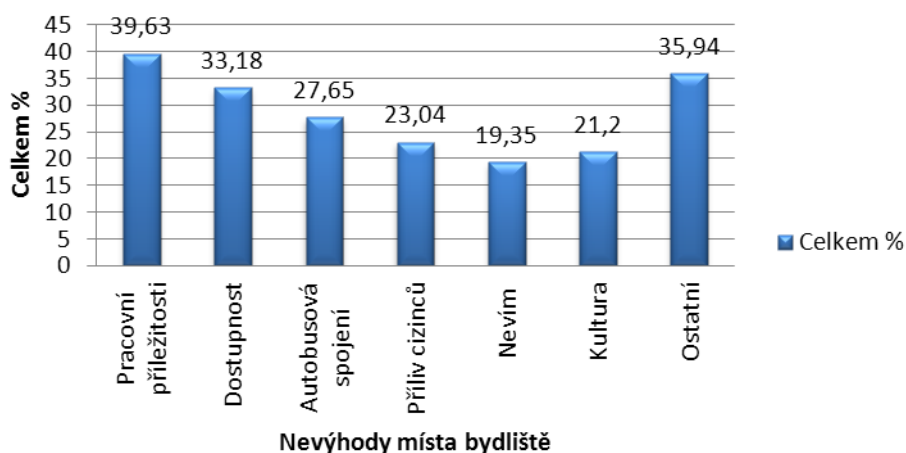


Komentář: Z grafu číslo 18 je patrné, že lidé zde žijí především z důvodu blízkosti přírody, čistému životnímu prostředí a klidu. Procentuální zastoupení jednotlivých variant odpovědí nedává při konečném součtu 100 %, jelikož respondenti uvedli více odpovědí (resp. jejich kombinaci).

¹²³ Vlastní výzkum.

Otázka číslo 10: V čem vidíte hlavní nedostatky místa, ve kterém žijete?¹²⁴

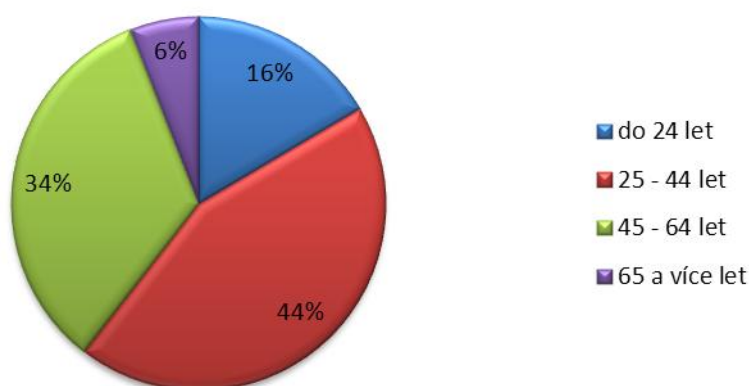
Graf 19: Nevýhody místa bydliště



Komentář: Největší nevýhodou bydlení v řešené oblasti je nedostatek pracovních příležitostí (tj. 39,63 % respondentů). Další nevýhody jsou v dostupnosti služeb. Občané musí téměř za všemi službami dojíždět, především kulturou. S dostupností služeb souvisí i autobusová doprava. Ta je nedostatečná především o víkendech, kdy se lidé chtějí bavit a jsou spolehnuti pouze na automobilovou dopravu. Další nevýhodou lidé spatřují v nárůstu počtu cizinců, především Ukrajinců, Vietnamců, kteří představují levnou pracovní sílu v místních fabrikách.

Otázka číslo 11: Kolik je Vám let?¹²⁵

Graf 20: Věk respondentů



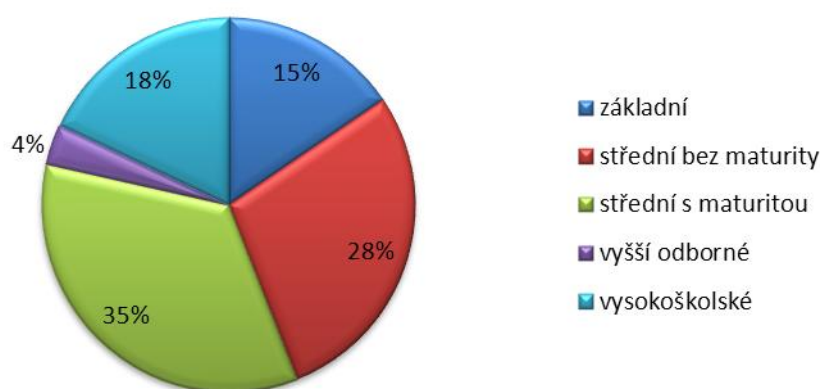
¹²⁴ Vlastní výzkum.

¹²⁵ Vlastní výzkum.

Komentář: Podle grafu číslo 20 můžeme největší část respondentů zařadit do věkové kategorie 25 – 44 let (tj. 44 % dotázaných). Další velkou skupinu tvoří občané ve věku 45 – 64 let (tj. 34 % respondentů). Skupina občanů do 24 let je zastoupena v marketingovém výzkumu 16 %. Zastoupení občanů ve věku 65 a více let je 6 %.

Otázka číslo 12: Jaké je Vaše nejvyšší dosažené vzdělání?¹²⁶

Graf 21: Stupeň vzdělání

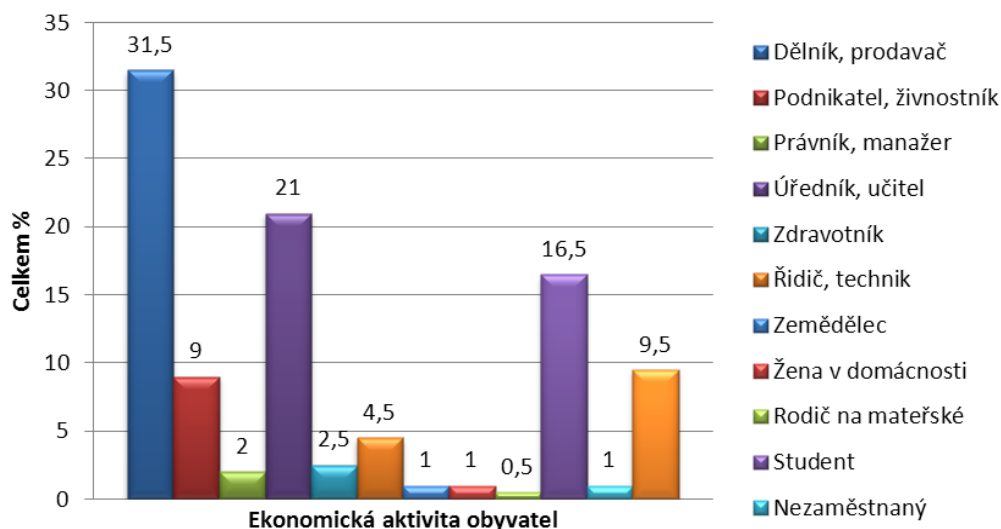


Komentář: Největší zastoupení lidí, kteří se podíleli na marketingovém výzkumu, má nejvyšší dosažené vzdělání střední s maturitou (tj. 35 % respondentů). Další velkou skupinu zahrnují obyvatelé se středním vzděláním bez maturity (tj. 28 % dotázaných). Do výzkumu byly zahrnuty názory obyvatel s vysokoškolským vzděláním (tj. 18 % obyvatel. Občanů se základním vzděláním se podílelo 15 %. Zbylá 4 % tvoří obyvatelé s vyšším odborným vzděláním.

¹²⁶ Vlastní výzkum.

Otázka číslo 13: Jaká je Vaše současná ekonomická aktivita?¹²⁷

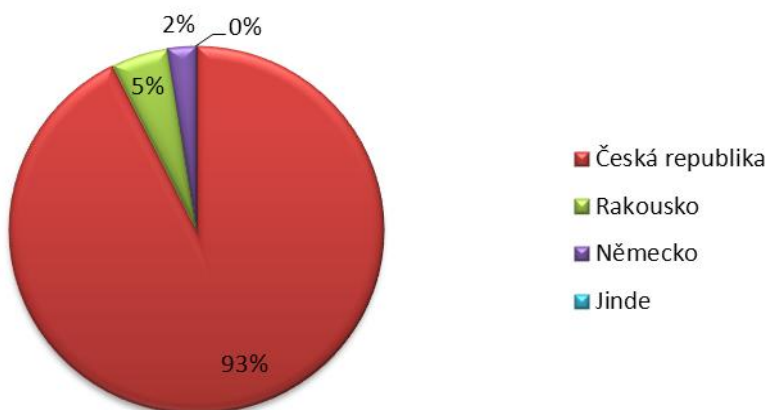
Graf 22: Současná ekonomická aktivita obyvatel



Komentář: Největší zastoupení zde má skupina pracujících dělníků a prodavačů (tj. 31,5 % respondentů). To dokazuje i skutečnost, že v řešené oblasti zajišťují pracovní místa především velké německé či rakouské firmy specializující se na výrobu elektroniky, mrazirenských a chladírenských zařízení, oken, kovovýrobu aj. Skupina občanů tvořících 21 % je zaměstnána ve veřejné správě a ve školství. Třetí nejvíce zastoupenou skupinou jsou studenti (tj. 16,5 % dotázaných).

Otázka číslo 14: Kde se nachází Vaše zaměstnání?¹²⁸

Graf 23: Místo zaměstnání



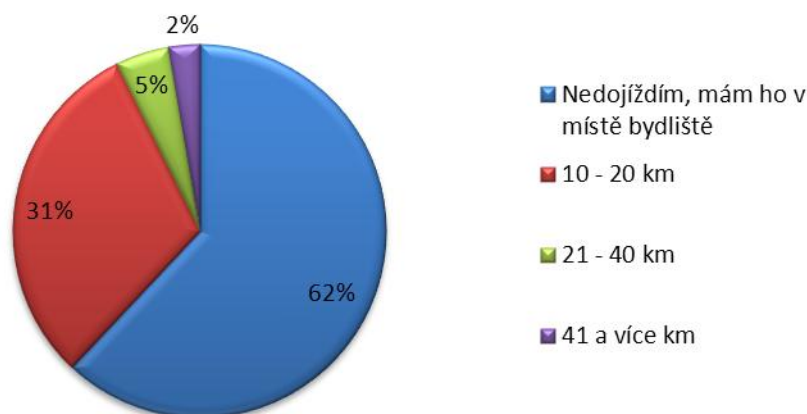
¹²⁷ Vlastní výzkum.

¹²⁸ Vlastní výzkum.

Komentář: Na tuto otázku odpovídali pouze občané, kteří jsou v současné době v pracovním poměru. Většina respondentů pracuje v České republice (tj. 93 % občanů). Do Rakouska za práci vyjíždí 5 % lidí, do Německa 2 %.

Otázka číslo 15: Pokud máte zaměstnání v České republice, jak daleko dojíždíte?¹²⁹

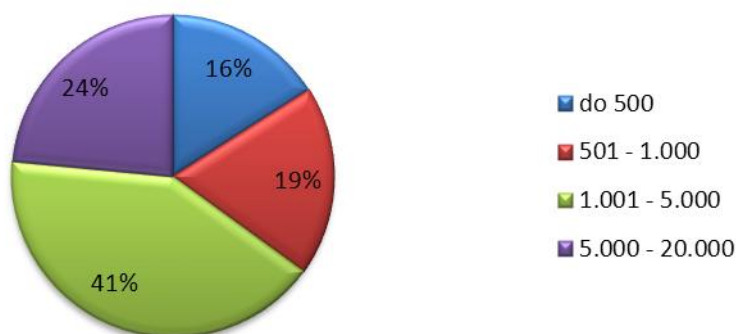
Graf 24: Dojíždka za prací



Komentář: Lidé, kteří mají zaměstnání v místě bydliště představují největší zastoupení v rámci marketingového výzkumu (tj. 62 % dotázaných). Do zaměstnání vzdálených 10 – 20 km dojíždí 31 % občanů. Každodenně absolvuje cesty do zaměstnání vzdálených 21 – 40 km 5% respondentů a pouze 2 % dotázaných dojíždí 41 a více km.

Otázka číslo 16: Velikost Vašeho bydliště podle počtu obyvatel¹³⁰

Graf 25: Počet obyvatel v místi bydliště



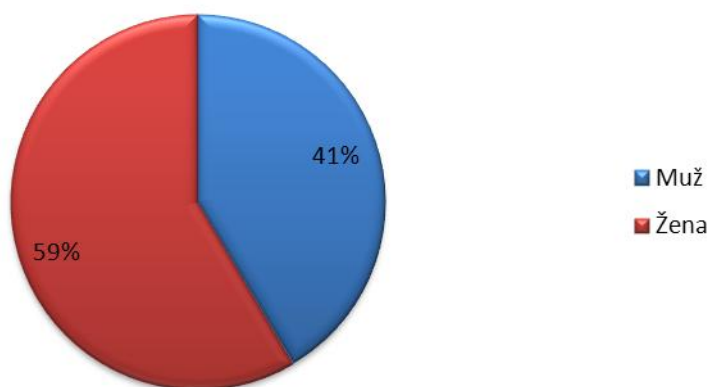
¹²⁹ Vlastní výzkum.

¹³⁰ Vlastní výzkum.

Komentář: Většina respondentů žije v obcích s 1.001 – 5.000 obyvateli (tj. 41 % dotázaných). V řešeném území to je obec Malonty a Benešov nad Černou. Ve městě Kaplici vyplnilo dotazníky 24 % obyvatel. Ve vesnicích a obcích s 501 – 1.000 obyvateli se podílelo na marketingovém výzkumu 19 % obyvatel. Vesnice a obce s tímto počtem obyvatel spadají do katastrálního území řešených sídel. V místě do 500 obyvatel vyjádřilo svůj názor 16 % občanů. Sídlu s počtem obyvatel do 500 je Pohorská Ves s Pohořím na Šumavě.

Otázka číslo 17: Pohlaví respondenta¹³¹

Graf 26: Pohlaví respondenta



Komentář: Z celkového počtu 200 respondentů, kteří se podíleli na realizaci marketingového výzkumu, je 59 % ženského pohlaví a 41 % mužského pohlaví.

8.3 Vyhodnocení marketingového výzkumu

Z marketingového výzkumu vyplývá, že ve městě Kaplici, obci Malonty, Benešově nad Černou, Pohorské Vsi a zaniklé obci Pohoří na Šumavě je nedostatečná nabídka v oblasti služeb, tento názor vyjádřilo 62 % dotázaných z celkového počtu 200. Největší nedostatky spatřují v oblasti zábavně - kulturních služeb (tj. 33,33 občanů), obchodních (tj. 26,47 % občanů), ubytovacích a stravovacích služeb (tj. 17,64 % dotázaných). V hodnocení úrovně služeb nejhůře dopadly služby spojené s provozem domácností, 44 % dotázaných je ohodnotilo známkou 5. Vzhledem k počtu obyvatel v důchodovém věku v Malontech, Benešově nad Černou, Pohorské Vsi chybí

¹³¹ Vlastní výzkum.

poskytování pečovatelských služeb. I v Kaplici, v obci s rozšířenou působností, chybí služby dámského a pánského krejčího, čistírna prádla, oprava obuvi. Velké nedostatky jsou i v ubytovacích a stravovacích službách. Na tom se shodlo dohromady 54 % respondentů, jež 27% je hodnotilo známkou 4 a dalších 27 % známkou 5. Vzhledem k charakteru krajiny mají sídla v řešené oblasti předpoklady k rozvoji cestovního ruchu. Podle odpovědí respondentů je však vidno, že úroveň, ale i rozsah poskytovaných ubytovacích a stravovacích služeb, je nízká. Průměrná úroveň poskytování služeb je v oblasti vzdělávání (tj. 34 % dotázaných), zdravotnictví (tj. 36 %), veřejné správy a obrany (tj. 31 % respondentů), dopravy (tj. 36 %), obchodu (tj. 32 %), služeb spojených s bydlením (tj. 34 %). Nejlépe je hodnocena úroveň spojů, tedy pošty a telekomunikace. Občané by nejvíce uvítali zlepšení obchodních služeb (tj. 50,43 % dotázaných). Přáli by si je vylepšit rozšířením nabídky obchodů s kvalitním textilním zbožím, obuví ve městě Kaplici. V ostatních obcích vyjádřili přání zřízení ještě aspoň jedné maloobchodní jednotky, z důvodu konkurence, vylepšení sortimentu a snížení cen. Poté by mělo následovat vylepšení dopravy, na tomto názoru se shodlo 40 % respondentů. Vylepšení by mělo spočívat v rozšíření spojů o víkendech z Kaplice do obcí a naopak. Rozdíl v názoru, zda je nabídka zábavně – kulturních činností dostatečná, je pouze nepatrný rozdíl. Z celkového počtu 200 dotázaných se 51 % lidí domnívá, že je nabídka dostatečná, vzhledem k počtu obyvatel. Zbylých 49 % občanů vidí nedostatky především v kulturním vyžití – málo zábav, plesů, pořádání besed aj. Tyto názory se týkají hlavně řešených obcí. Ve městě Kaplici se o pořádání kulturních akcí stará kulturní referent, v obcích spíše dobrovolné svazy občanů nežli veřejná správa. Ta na kulturu neklade příliš velký důraz. S růstem fondu volného času je potřeba více se zaměřit na volnočasové aktivity. Pro mládež není dostatečný výběr volnočasových aktivit. To se projevuje v tom, že hledají jinou zábavu, která často není v souladu s českými právními zákony.

Služeb živnostníků využívá 65 % občanů. Lidé navštěvují především kadeřnictví (tj. 23,84 % občanů). Služby týkající se péče o tělo (kadeřnictví, kosmetika) nenavštěvují pouze občané, ale dojíždí za nimi i Rakušané, a to především do Kaplice. Dále jsou využívány především tradiční řemesla – truhlář, zedník, vodoinstalatér, elektroinstalatér.

Z výsledků marketingového výzkumu je patrné, že lidé se do dané oblasti stěhují především z důvodu čistého životního prostředí a klidu. Využívají možnosti koupi levnějších pozemků a staví si vlastní bydlení. Tyto přednosti lidé preferují, i když jsou

si vědomi horší dostupnosti služeb, tedy dojíždění za nimi do větších měst, a také nedostatku pracovních příležitostí. Jsou to většinou lidé ve věku 25 – 44 let, kteří mají práci v místě bydliště (tj. 62 % dotázaných), či dojíždějí do vzdálenosti 10 – 20 km (tj. 31 % respondentů). Nejvíce jich je zaměstnáno ve fabrikách v Kaplici a Benešově nad Černou (tj. 31,5 % lidí). Další jsou zaměstnáni v oblasti veřejné správy, školství, dopravy nebo jsou to osoby samostatně podnikající.

9 SWOT analýza

Při zpracování SWOT analýzy jsem zařadila mezi:

Silné stránky

- zachovalá příroda nedotčená průmyslem
- zdravé životní prostředí
- klidné prostředí bez velkého provozu aut
- síť značených turistických tras a cyklostezek
- levnější stavební parcely a nájmy bytů
- možnost bydlení v rodinném domku se zahradou
- blízkost hranic s Rakouskem (možnost práce v zahraničí s vyššími příjmy)

Slabé stránky

- dopravní dostupnost (málo autobusových spojů)
- obchody s potravinami v jednotlivých obcích většinou nemají konkurenci, potraviny jsou dražší
- nedostatek pracovních příležitostí
- v zimních měsících někdy dochází k nedostatečné úpravě silničních komunikací
- špatná lékařská péče (dojíždění na větší vyšetření do nemocnice v Českém Krumlově či Českých Budějovic, dojezd sanitky trvá dlouho)
- nedostatečná občanská vybavenost v oblasti školství, zdravotnictví, sociální péče, kultury
- nedostatek ubytovacích kapacit pro turisty
- chybějící či nedostačující stravovací zařízení
- malý příliv kapitálových investic do této oblasti
- místní samospráva málo podporuje činnost místních živnostníků

Příležitosti

- širší vztahy s rakouskou stranou zejména z hlediska turistického a cestovního ruchu
- propojení příhraničních turistických a cykloturistických tras s významnými sídly (Vindhag bei Freistadt, Sandl, Karlstift, Harbach)
- rozšíření bytového fondu
- zvýšení ubytovacích kapacit pro turisty
- zlepšení úrovně stravovacích služeb
- rozvoj turistického a cestovního ruchu v kombinaci s agroturistikou a drobnou řemeslnou výrobou
- rozvoj pěší turistiky, cykloturistiky, alternativní turistiky, běžkování a jízdy na koních
- budování sítě piknikových míst
- čerpání finančních prostředků z EU, Ministerstva pro místní rozvoj

Ohrožení

- legislativa (oblast leží v přírodním parku Novohradské hory a mnoho podnikatelských iniciativ musí být v souladu s předpisy a ohledem na životní prostředí)
- poměrně málo dostupných služeb mimo sídel obcí s rozšířenou působností
- finance
- příliv cizinců do této oblasti z důvodu pracovních příležitostí ve fabrikách v blízkém okolí
- soužití několika národnostních menšin
- zvýšení kriminality v důsledku nezaměstnanosti a zvýšeného nezájmu rodičů o děti a mladistvé

Závěr

Oblast Novohradských hor je jedinečná zejména svou krásnou zachovalou přírodou nedotčenou průmyslem. Proto zde byl i v roce 2000 vyhlášen Přírodní park Novohradské hory. Současná moderní doba je velmi uspěchaná, lidé tráví mnoho času v práci, aby byli schopni se uživit. Lidé shání peníze, protože se vše stále zdražuje. Je to způsobeno funkcí politického a ekonomického systému České republiky. Lidé jsou ve stresu, který ovlivňuje funkci lidského organismu. Proto je doporučován vytíženému organismu odpočinek hlavně v přírodě, který je dobré doplnit o sportovní aktivitu. Oblast Novohradských hor je ideálním místem k odpočinku, má veškeré předpoklady – čisté životní prostředí, klid, síť značených turistických a pěších tras. Avšak některá místa jsou obtížná k nalezení i pro občany, kteří zde žijí odmala. Dané předpoklady oblasti Novohradských hor potvrzují i výpovědi 88,34 % občanů z marketingového výzkumu. Rozvoj služeb v této oblasti byl ovlivněn zejména politickými, sociálními a hospodářskými změnami. Vývoj je zde značně zpomalen oproti vnitrozemí. Po vstupu České republiky v roce 2004 do EU je možné využívat finanční prostředky z dotačních programů. Evropská unie poskytuje největší objem finančních prostředků právě do regionální politiky. Obec Malonty, Pohorská Ves, Benešov nad Černou mohou využívat také finanční prostředky ze Sdružení regionu MAS – Sdružení Růže. Zde je rozdíl v aktivitě veřejné správy jednotlivých obcí v získávání těchto finančních prostředků. Častým problémem je neznalost či pohodlnost úředníků veřejné správy napsat žádost do dotačního programu. V řešené oblasti je potřeba zaměřit se na zlepšení úrovně a rozvoje občanského vybavení. Dále je nutné věnovat větší pozornost tvorbě kulturního programu a volnočasových aktivit. Při tvorbě činností v oblasti kultury by bylo vhodné propojení veřejné správy s názory a potřebami občanů, aby bylo dosaženo efektivní tvorby.

Při navrhování možných řešení rozvoje služeb je nutné respektovat výjimečné hodnoty přírodního a krajinného prostředí. Je nutné dodržovat trvalý soulad s přírodními, civilizačními a kulturními hodnotami území.

Podmínky a charakter území předurčují rekreační využití ve formě ekologicky šetrné turistiky zaměřené na pobyt v přírodě, ozdravné pobyty, krajinnou ekologii, rybářství, myslivost, agroturistiku a v omezené míře je možné předpokládat využití turistických sjezdovek a běžkařských tratí v zimních měsících. V souvislosti s nedostatkem pracovních příležitostí jsou v dané oblasti hlavně lidé samostatně

podnikající. Další podnikatelské iniciativy by bylo vhodné směřovat např. do vybudování rekreačního střediska pro team buildingy zaměstnanců firem, rekreačního střediska zaměřeného na honitbu či relaxačního střediska s programy zaměřenými na zdravý životní styl a péči o tělo. Prostředí je vhodné pro ozdravné pobyty dětí z velkých měst, ale také pro agroturistiku a hippoterapii. S rozvojem cestovního ruchu v dané oblasti je potřeba zřídit i další ubytovací kapacity, zejména malé penziony. Špatnou úroveň poskytovaných ubytovacích a stravovacích služeb potvrzují i odpovědi 54 % občanů z marketingového výzkumu, z nichž 27 % je hodnotilo známkou 4 a dalších 27 % známkou 5. Dle mého názoru je zde rozsah a nabídka stravovacích služeb na horší úrovni než ubytovacích služeb. Je potřeba vytvořit příjemné restaurační prostředí nabízející chutné pokrmy. V řešené oblasti jsou ekologické farmy, které produkují kvalitní zemědělské produkty a často o nich neví, ani občané v jejich blízkosti. K prosperitě restauračních zařízení a zároveň ke zviditelnění produktů ekologických farem bych navrhovala vzájemné propojení, tedy aby pokrmy restauračního zařízení zahrnovaly tyto produkty.

V Kaplici většinu obchodů s textilem provozují Vietnamci a chybí zde obchody s kvalitním zbožím a obuví. Obchody s potravinami v řešených obcích mají monopol. A tomu odpovídají i ceny potravinářského a nepotravinářského zboží. Alespoň v Malontech a Benešově nad Černou si lidé přáli zřídit konkurenční prodejnu. Avšak je důležité vzít v potaz, že v Malontech již dříve fungovala ještě jedna maloobchodní jednotka, ale více zákazníků měla Jednota – potraviny Malonty.

Lidé využívají služeb místních živnostníků (tj. 65 % respondentů). Poptávka je hlavně po službách kadeřnic, truhlářů, vodoinstalatérů, zedníků, automechaniků, elektrikářů a kosmetiček. Občané postrádají služby dámského a pánského krejčího, opravy obuvi. Tyto služby nejsou poskytovány ani v Kaplici, v obci s rozšířenou působností. Služby spojené s domácností vyšly z marketingového výzkumu jako nejhůře hodnocené, 44 % respondentů je hodnotilo známkou 5. To je způsobeno tím, že zde není jejich zastoupení, či jejich úroveň poskytování je špatná a drahá. Pečovatelské služby poskytují své služby hlavně v Kaplici.

Vzhledem k tomu, že v současnosti přibývá více nekvalitních a šizených produktů v obchodech, občané v oblasti Novohradských hor se snaží vyrábět kvalitní zemědělské a řemeslné výrobky. Na podporu jejich podnikatelské činnosti by mohla přispět veřejná správa prostřednictvím zveřejnění katalogu podnikatelů na internetových

stránkách. Internetové stránky Pohorské Vsi a Kaplice již podnikatele a firmy zveřejnily. V Kaplici se do tohoto katalogu přihlašují dobrovolně bez poplatku.

V oblasti zábavně – kulturních služeb bych navrhovala rozšíření společenských akcí, aby bylo využito zázemí kulturního domu, a to především v řešených obcích. Sklářská výroba na Pohoří na Šumavě byla proslulá i ve světě. V oživení současného místa Pohoří na Šumavě by napomohlo zřízení malého muzea sklářské výroby propojeného s informačním centrem. V letních měsících občané postrádají koupaliště nebo krytý celoroční bazén. Tento fakt vyplývá i z grafu číslo 17, kde 17,84 % občanů vyjádřilo nedostatky v této oblasti. Opatřením na zlepšení zábavně – kulturních služeb v řešených obcích by se mohlo stát pověření jednoho člověka ve veřejné správě, který se bude zabývat tvorbou kulturního programu a bude se zajímat o modernizaci a rekonstrukci kulturního domu.

Z finančních služeb občané v obcích Malonty a Benešov nad Černou postrádají především bankomat na výběr hotovosti.

Lidé z obcí téměř za všemi službami dojíždějí, a proto by bylo vhodné zvážit, zda by navýšení počtu spojů o víkendy bylo výhodné či ne.

Region Novohradských hor se stane do budoucna jistě místem zájmu o bydlení dalších lidí. Proto je potřeba vylepšovat a rozšiřovat nabídku služeb. Otázkou je, kdo by měl být tím aktivním iniciátorem. Dle názoru autorky by jím měly být jednotlivé veřejné správy v řešených sídlech. Měly by podporovat současné aktivní iniciativy občanů, kteří se snaží o rozvoj např. v oblasti sportu, kultury. Kooperací veřejné správy s iniciativou těchto občanů by mohlo dojít k vytvoření lepší úrovně nabízejících služeb a následně i k jejich rozšíření. Důležitá však je i podpora místních větších ekonomických subjektů. Dle názoru autorky by se tak mohla snížit nespokojenost občanů s nabídkou současných služeb a poklesnout z 62 % nespokojených občanů na 54 % či dokonce méně.

Seznam použitých zdrojů

Literární zdroje

1. CETLOVÁ, H. *Marketing služeb*. 4. vyd. Praha: Bankovní institut vysoká škola, 2007. s. 213. ISBN 978-80-7265-127-6.
2. HESKOVÁ, M. *Teorie, management a marketing služeb*. 1.vyd. České Budějovice: Vysoká škola evropských a regionálních studií, 2012. s. 182. ISBN 978-80-87472-25-5.
3. JAKUBÍKOVÁ, D. *Marketing v cestovním ruchu*. 1.vyd. Praha: Grada Publishing, 2009. s. 288. ISBN 978-80-247-3247-3.
4. JAKUBÍKOVÁ, D. *Strategický marketing*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2008. s. 272. ISBN 978-80-247-2690-8.
5. JANEČKOVÁ, L., VAŠTÍKOVÁ, M. *Marketing služeb*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2001. s. 179. ISBN 80-7169-995-0.
6. JUREČKA, V. a kol. *Mikroekonomie*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2010. s. 359. ISBN 978-80-247-3259-6.
7. KOLEKTIV AUTORŮ, *Novohradské hory a Novohradské podhůří – příroda – historie – život*. 1.vyd. Praha: Baset, 2006. s. 848. ISBN 80-7340-091-X.
8. KOTLER, P., ARMSTRONG, G. *Marketing*. 6. vyd. Praha: Grada Publishing, 2004. s. 864. ISBN 978-80-247-0513-2.
9. KOTLER, P., WONG, V., SAUNDERS, J., ARMSTRONG, G. *Moderní marketing*. 4. evropské vyd. Praha: Grada, 2007. s. 1048. ISBN 978-80-247-1545-2.
10. KROUPA, S. *Hory pout zbavené: Města a vesnice v oblasti Novohradských a Slepických hor*. 1. vyd. České Budějovice: Bohumír Němec – Veduta, 2006. s. 248. ISBN 80-86829-17-0.
11. KUBÁT, J. ŠULC, V. *Kronika obce Malonty od r. 1945 až do r. 1976*. 1.vyd. Malonty: Místní národní výbor Malonty, s. 183.
12. MACÁKOVÁ, L. a kol. *Mikroekonomie – základní kurs*. 11. vyd. Slaný: Melandrium, 2010. s. 276. ISBN 978-80-86175-70-6.
13. MAJER, K. *Kronika obce Malonty od r. 1945 až do r. 1976*. 1.vyd. Malonty: Místní národní výbor Malonty, s. 183.
14. MÄRTIN, J. *Kronika obce Malonty od r. 1945 až do r. 1976*. 1.vyd. Malonty: Místní národní výbor Malonty, s. 183.

15. PRUDIL, M., *Českokrumlovsko a Kaplicko – Sborník poznatků z II. světové války*. Kaplice: Československý svaz protifašistických bojovníků, 1974. s. 62.
16. SKOŘEPA, L., JEŽEK, J., JEŽKOVÁ, R. *Marketing měst a obcí*. 1. vyd. České Budějovice: Vysoká škola evropských a regionálních studií, 2008. s. 165. ISBN 978-80-86708-55-3.
17. ŠULC, V. *Kronika obce Malonty od r. 1945 až do r. 1976*. 1.vyd. Malonty: Místní národní výbor Malonty, s. 183.
18. VAŠTÍKOVÁ, M. *Marketing služeb – efektivně a moderně*. 1.vyd. Praha: Grada Publishing, 2008. s. 232. ISBN 978-80-247-2721-9.
19. ŽÁCI ZŠ A PŠ, OMLENICKÁ, *Zapomenutá řemesla – Rozvoj cechů a řemesel v Kaplici*. 1. vyd. Kaplice: Město Kaplice, 2012. s. 95.

Elektronické zdroje

1. *Benešov nad Černou – Obyvatelstvo* [online]. Praha: Regionální informační servis, 2012 [cit. 2013-03-15]. Dostupný z WWW: <<http://www.risy.cz/cs/vyhledavace/obce/detail?Zuj=545694>>.
2. *COOP TUTY* [online]. Praha: COOP, 2010 [cit. 2013-03-10]. Dostupný z WWW: <<http://www.skupina.coop/cz/Prodejny>>.
3. *Data a fakta* [online]. Rakousko: Engel Strojírenská, 2007 [cit. 2013-03-16]. Dostupný z WWW: <http://www.engelglobal.com/engel_web/emcz/cz/2707.htm>.
4. *Kaplice – Obyvatelstvo* [online]. Praha: Regionální informační servis, 2012 [cit. 2013-03-15]. Dostupný z WWW: <<http://www.risy.cz/cs/vyhledavace/obce/detail?Zuj=545694>>.
5. *Malonty – Obyvatelstvo* [online]. Praha: Regionální informační servis, 2012 [cit. 2013-03-13]. Dostupný z WWW: <<http://www.risy.cz/cs/vyhledavace/obce/detail?Zuj=545619>>.
6. *Novinky – Nejlepší marmeláda na světě* [online]. Pohoří na Šumavě: Moje domácí marmeláda Naše dobroty, 2013 [cit. 2013-03-15]. Dostupný z WWW: <<http://www.nase-dobroty.cz/index.php/novinky>>.
7. *Obchodní rejstřík a sbírka listin: Účetní závěrka Bemagro* [online]. Praha: Ministerstvo spravedlnosti České republiky, 2012 [cit. 2012-03-09]. Dostupný z WWW: <[https://or.justice.cz/ias/ui/vypissl.pdf?subjektId=isor%](https://or.justice.cz/ias/ui/vypissl.pdf?subjektId=isor%20)>

- 3a117941&dokumentId=B+621%2fSL26%40KSCB&partnum=0&variant=1&klic=b2swj5>.
8. *Obchodní rejstřík a sbírka listin. Výpis z obchodního rejstříku: Bemagro* [online]. Praha: Ministerstvo spravedlnosti České republiky, 2012 [cit. 2012-03-09]. Dostupný z WWW: <<https://or.justice.cz/ias/ui/vypis-vypis?subjektId=isor%3a117941&typ=actual&klic=8c40vl>>.
 9. *Obchodní rejstřík a sbírka listin. Výpis z obchodního rejstříku: Brawe* [online]. Praha: Ministerstvo spravedlnosti České republiky, 2012 [cit. 2013-03-16]. Dostupný z WWW: <<https://or.justice.cz/ias/ui/vypis-sl.pdf?subjektId=isor%3a122868&dokumentId=C+4982%2fSL25%40KSCB&partnum=0&variant=1&klic=x2hbvk>>.
 10. *Počet obyvatel v obcích České republiky* [online]. Praha: Český statistický úřad, 2012 [cit. 2013-03-13]. Dostupný z WWW: <[http://www.czso.cz/csu/2012edicniplan.nsf/t/00002BD91A/\\$File/13011203.pdf](http://www.czso.cz/csu/2012edicniplan.nsf/t/00002BD91A/$File/13011203.pdf)>.
 11. *Počet obyvatel v obcích České republiky* [online]. Praha: Český statistický úřad, 2012 [cit. 2013-03-10]. Dostupný z WWW: <[http://www.czso.cz/csu/katalog.nsf/hledat?SearchView&count=20&searchmax=10000&searchorder=1&searchfuzzy=1&query=\(\(po%20E8et%20AND%20obyvatele%20AND%20v%20AND%20obce%20EDch\)\)&ddatabas=all&kraje=all&skupiny=all&start=1](http://www.czso.cz/csu/katalog.nsf/hledat?SearchView&count=20&searchmax=10000&searchorder=1&searchfuzzy=1&query=((po%20E8et%20AND%20obyvatele%20AND%20v%20AND%20obce%20EDch))&ddatabas=all&kraje=all&skupiny=all&start=1)>.
 12. *Podíl vývozu zboží a služeb na HDP* [online]. Praha: Český statistický úřad, 2013, [cit. 2012-11-06]. Dostupný z WWW: <[http://www.czso.cz/csu/2012edicniplan.nsf/t/20003067B3/\\$File/1607120824.pdf](http://www.czso.cz/csu/2012edicniplan.nsf/t/20003067B3/$File/1607120824.pdf)>.
 13. *Pohorská Ves* [online]. Pohorská Ves: Wikipedie, 2013 [cit. 2013-03-14]. Dostupný z WWW: <http://cs.wikipedia.org/wiki/Pohorsk%C3%A1_Ves>.
 14. *Pohorská Ves* [online]. Pohorská Ves: Okrašlovací spolek Terezie, 2013 [cit. 2013-03-14]. Dostupný z WWW: <<http://www.pohorskaves.cz/okraslovaci-spolek-terezie/os-1022/p1=1029>>.
 15. *Pohorská Ves – Obyvatelstvo* [online]. Praha: Regionální informační servis, 2012 [cit. 2013-03-13]. Dostupný z WWW: <<http://www.risy.cz/cs/vyhledavace/obce/detail?Zuj=545694>>.

16. *Pohoří na Šumavě je v Novohradských horách – Dřevaři a zemědělci* [online]. Pohoří na Šumavě: Horydoly, 2008 [cit. 2013-03-15]. Dostupný z WWW: <<http://www.horydoly.cz/turiste/pohori-na-sumave-je-v-novohradskych-horach.html>>.
17. *Současnost obce* [online]. Malonty: Obec Malonty, 2013 [cit. 2013-03-10]. Dostupný z WWW: <<http://www.obecmalonty.cz/index.php?nid=6380&lid=cs&oid=991905>>.
18. *Statistická ročenka České republiky 2011 – Národní účty* [online]. Praha: Český statistický úřad, 2012 [cit. 2012-11-06]. Dostupný z WWW: <<http://www.czso.cz/csu/2011edicniplan.nsf/kapitola/0001-11-2010-0500>>.
19. *Struktura národního hospodářství podle převažující činnosti a zařazení do institucionálních sektorů* [online]. Praha: Český statistický úřad, 2012 [cit. 2012-11-06]. Dostupný z WWW: <[http://www.czso.cz/csu/2012edicniplan.nsf/t/91002FB1B0/\\$File/tabsna_092012.pdf](http://www.czso.cz/csu/2012edicniplan.nsf/t/91002FB1B0/$File/tabsna_092012.pdf)>.
20. *Vybrané statistické údaje za obec Benešov nad Černou* [online]. Praha: Český statistický úřad, 2013 [cit. 2013-03-10]. Dostupný z WWW: <http://vdb.czso.cz/vdbvo/tabdetail.jsp?kapitola_id=5&pro_1_154=545406&cisl_otab=MOS+ZV01>.
21. *Vybrané statistické údaje za obec Malonty* [online]. Praha: Český statistický úřad, 2013 [cit. 2013-03-10]. Dostupný z WWW: <http://vdb.czso.cz/vdbvo/tabdetail.jsp?kapitola_id=5&potvrz=Dokon%C4%8Dit+%C3%BApravy&pro_1_154=545619&cisl_otab=MOS+ZV01&str=tabdetail.jsp>.
22. *Vybrané statistické údaje za obec Pohorská Ves* [online]. Praha: Český statistický úřad, 2013 [cit. 2013-03-10]. Dostupný z WWW: <http://vdb.czso.cz/vdbvo/tabdetail.jsp?kapitola_id=5&pro_1_154=545694&cisl_otab=MOS+ZV01>.
23. *Výroční zpráva za rok 2011 – Bentex Automotive a. s.* [online]. Praha: Ministerstvo spravedlnosti České republiky, 2012 [cit. 2013-03-15]. Dostupný z WWW: <<https://or.justice.cz/ias/ui/vypis-vypis?subjektId=isor%3a117941&typ=actual&klic=8c40vl>>.
24. *Výroční zpráva za rok 2011 – Isotherm s.r.o* [online]. Praha: Ministerstvo spravedlnosti České republiky, 2012 [cit. 2013-03-16]. Dostupný z WWW: <

<https://or.justice.cz/ias/ui/vypis-sl.pdf?subjektId=isor%3a122245&dokumentId=C+4342%2fSL20%40KSCB&artnum=0&variant=1&klic=j394om>.

Ostatní zdroje

Kromě výše uvedených zdrojů byly při zpracování bakalářské práce použity informace získané z besedy p. Koželuha v Malontech a také z rozhovoru s vedením společnosti Bemagra.

Seznam zkratk

CZ – NACE	- Klasifikace ekonomických činností
ČSR	- Československá republika
ČSÚ	- Český statistický úřad
EUROSTAT	- Statistický úřad Evropské unie
FBC	- Florbalový klub
HDP	- Hrubý domácí produkt
IMF	- International Monetary Fund (Mezinárodní měnový fond)
JZD	- Jednotné zemědělské družstvo
OECD	- Organization for Economic Co-operation and Development (Organizace pro hospodářskou spolupráci a rozvoj)
OSN	- Organizace spojených národů
SWOT	- Situační analýza (Strengths – silné stránky, Weaknesses – slabé stránky, Opportunities – příležitosti, Threats – hrozby)
WTO	- World Trade Organization (Světová obchodní organizace)

Seznam obrázků

Obrázek 1: Zjednodušené schéma trhů a tržních subjektů.....	21
Obrázek 2: Vymezení Novohradských hor a Novohradského podhůří.....	25
Obrázek 3: Pomník Pohoří na Šumavě.....	30
Obrázek 4: Pomník Dolní Příbrání.....	30
Obrázek 5: Začlenění Novohradska do župy Böhmerwaldgau.....	30

Seznam tabulek

Tabulka 1: Marketingový mix pro oblast služeb.....	23
Tabulka 2: Malonty - počet obyvatel k 31. 12. 2011.....	36
Tabulka 3: Počet zaměstnanců podle let.....	37
Tabulka 4: Průměrné mzdy.....	38
Tabulka 5: Přehled růstu obrátu v samoobsluze.....	43
Tabulka 6: Přehled ekonomických subjektů v Malontech.....	46
Tabulka 7: Pohorská Ves - počet obyvatel k datu 31. 12. 2011.....	48
Tabulka 8: Přehled ekonomických subjektů v Pohorské vsi.....	50
Tabulka 9: Benešov nad Černou - počet obyvatel k datu 31. 12. 2011.....	54
Tabulka 10: Tržby společnosti v tis. Kč.....	55
Tabulka 11: Stavby zaměstnanců.....	55
Tabulka 12: Přehled ekonomických subjektů v Benešově nad Černou.....	56
Tabulka 13: Kaplice - počet obyvatel k datu 31. 12. 2011.....	57

Seznam grafů

Graf 1: Spokojenost s rozsahem poskytovaných služeb.....	63
Graf 2: Nedostatky v oblasti služeb.....	63
Graf 3: Úroveň vzdělání.....	64
Graf 4: Úroveň zdravotnictví.....	65
Graf 5: Úroveň veřejné správy a obrany.....	66
Graf 6: Úroveň dopravy.....	67
Graf 7: Úroveň spojů.....	68
Graf 8: Úroveň obchodu.....	68
Graf 9: Úroveň ubytovacích a stravovacích služeb.....	69
Graf 10: Úroveň zábavně - kulturních služeb.....	70
Graf 11: Úroveň služeb spojených s bydlením.....	70

Graf 12: Úroveň služeb spojených s provozem domácností.....	71
Graf 13: Vylepšení stávajících služeb.....	72
Graf 14: Využití služeb živnostníků.....	73
Graf 15: Druhy využívaných služeb.....	73
Graf 16: Nabídka možností pro trávení volného času.....	74
Graf 17: Nedostatky v oblasti zábavně - kulturních služeb.....	74
Graf 18: Přednosti místa bydliště.....	75
Graf 19: Nevýhody místa bydliště.....	76
Graf 20: Věk respondentů.....	76
Graf 21: Stupeň vzdělání.....	77
Graf 22: Současná ekonomická aktivita obyvatel.....	78
Graf 23: Místo zaměstnání.....	78
Graf 24: Dojíždka za prací.....	79
Graf 25: Počet obyvatel v místi bydliště.....	79
Graf 26: Pohlaví respondenta.....	80

Přílohy

Dotazník

Vážený pane, vážená paní,

jsem studentkou 3. ročníku oboru management a marketing služeb na Vysoké škole evropských a regionálních studií, o.p.s. v Českých Budějovicích. Jako téma své bakalářské práce jsem zvolila „Příležitosti rozvoje služeb ve vybrané pohraniční oblasti Jihočeského kraje – Novohradské hory – se zaměřením na obchodní služby.“ Ráda bych Vás požádala o zodpovězení několika otázek zaměřených na zjištění spokojenosti obyvatel s nabídkou a kvalitou obchodních služeb v dané lokalitě. Pečlivě si prosím přečtete každou otázku. Děkuji Vám za čas, který strávíte vyplněním následujícího dotazníku.

1. Myslíte si, že je síť služeb v místě Vašeho bydliště dostatečně široká?

- Ano
 Ne

2. V případě odpovědi ne, prosím, uveďte, které služby zde postrádáte?

.....
.....

3. Jak hodnotíte úroveň nabízených služeb ve Vašem bydlišti?

(prosím zaškrtněte, 1 – nejlepší hodnocení, 5 – nejhorší hodnocení)

Hodnocení	1	2	3	4	5
Vzdělání					
Zdravotnictví					
Veřejná správa a obrana					
Doprava					
Spoje (pošty a telekomunikace)					
Obchod					
Ubytovací a stravovací služby					
Zábavně - kulturní činnosti					
Služby spojené s bydlením					
Služby spojené s provozem domácností					

4. Využíváte služby místních živnostníků?

- Ano
- Ne

5. V případě odpovědi ano, prosím, uveďte, které služby využíváte?

.....

.....

6. Je ve Vašem bydlišti dostatečná nabídka možností pro trávení volného času?

- Ano
- Ne

7. Pokud ne, co podle Vás konkrétně v této oblasti chybí?

.....

.....

8. V čem vidíte hlavní přednosti místa, ve kterém žijete?

.....

.....

9. V čem vidíte hlavní nedostatky místa, ve kterém žijete?

.....

.....

10. Kolik je Vám let?

- Do 24 let
- 25 – 44 let
- 45 – 64 let
- 65 a více let

11. Jaké je Vaše nejvyšší dosažené vzdělání?

- Základní
- Střední bez maturity
- Střední s maturitou
- Vyšší odborné
- Vysokoškolské

12. Jaká je Vaše současná ekonomická aktivita?

- Dělník, prodavač
- Podnikatel, živnostník
- Právník, manažer

- Úředník, učitel
- Zdravotník
- Řidič, technik
- Zemědělec
- Žena v domácnosti
- Rodič na mateřské
- Student
- Nezaměstnaný
- Jiné

12. Žijí v domácnosti, která má:

- Žiji sám 2 členy 3 členy 4 členy 5 a více členů

13. Sečtěte si, prosím, přibližně všechny čisté příjmy všech osob ve Vaší domácnosti v průměru za měsíc. Do které skupiny Vaše domácnost patří?

- Do 10.000 Kč 10.001 – 20.000 Kč 20.001 – 50.000 Kč 50.001 a více

14. Velikost Vašeho bydliště podle počtu obyvatel:

- Do 500 501 – 1.000 1.001 – 5.000 5.001 – 20.000 20.000 – 100.000

15. Pohlaví respondenta:

- Muž Žena