

ZÁPADOČESKÁ UNIVERZITA V PLZNI

FAKULTA EKONOMICKÁ

Bakalářská práce

Analýza marketingových aktivit obce Vřeskovice

Analysis of marketing activities in Vřeskovice

Martina Rymusová

Plzeň 2013

Čestné prohlášení

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci na téma:

„Analýza marketingových aktivit obce Vřeskovice“

vypracovala samostatně pod odborným dohledem vedoucího bakalářské práce Ing. Jana Tluchoře, Ph.D. za použití pramenů uvedených v příložené bibliografii.

V Plzni, dne 29. dubna 2013

.....
podpis autora

Poděkování

Na tomto místě bych ráda poděkovala všem, kteří mi byli oporou při psaní této práce. Velké poděkování patří mému vedoucímu Ing. Janu Tluchořovi, Ph.D. za odborné konzultace během vypracovávání celé práce, jeho cenné rady, ochotu a trpělivost.

Poděkování bych dále chtěla věnovat všem občanům obce Vřeskovice, kteří se zúčastnili dotazníkových šetření a přispěli tak svými názory k charakteristice marketingových aktivit obce. V neposlední řadě děkuji starosti obce Vřeskovice, panu Václavu Matouškovi, který mi poskytl důležité informace pro vypracování práce a aktivně se podílel na navrhování námětů do budoucna.

OBSAH

1	ÚVOD.....	7
2	METODIKA ŘEŠENÍ PRÁCE	8
3	ZÁKLADNÍ POJMY.....	11
3.1	Marketing.....	11
3.1.1	Obecná definice	11
3.1.2	Regionální politika, regionální marketing	12
3.1.3	Marketing obcí.....	13
3.1.4	Cílové skupiny obecního marketingu	14
3.2	Marketingový výzkum.....	14
3.2.1	Marketingový výzkum.....	14
3.2.2	Metody získávání informací	14
3.2.3	Druhy otázek v dotaznících	15
3.2.4	Zásady pro formulaci otázek.....	16
3.2.5	Zpracovávání získaných informací.....	16
4	OBEC VŘESKOVICE	18
4.1	Charakteristika obce	18
4.2	Historie, okolí a památky obce	19
4.3	Členění obce	19
4.4	Spolupráce obce.....	20
4.5	Aktivity v obci	20
4.5.1	Místní spolky	20
4.5.2	Kultura	21
4.5.3	Sport, volný čas.....	22
4.5.4	Životní prostředí	23
4.5.5	Cestovní ruch, zajímavosti.....	24
4.5.6	Doprava.....	25
4.5.7	Infokanál	26
4.5.8	Sociální péče a služby.....	26
4.5.9	Realizované projekty	27
4.6	Marketingové prostředí obce	28
4.6.1	Vnější prostředí.....	28

4.6.2	Vnitřní prostředí.....	31
4.7	SWOT analýza.....	32
4.8	Strategické plánování obce	34
4.9	Marketingový mix obce Vřeskovice.....	34
4.9.1	Obecná definice	34
4.9.2	Produkt.....	35
4.9.3	Cena	35
4.9.4	Distribuce.....	36
4.9.5	Materiální prostředí.....	36
4.9.6	Komunikace	36
4.9.7	Lidé	37
4.9.8	Partnerství	37
5	NÁVRHY A ZLEPŠUJÍCÍ OPATŘENÍ.....	39
5.1	Diskusní fórum na webových stránkách obce	40
5.2	Vybudování naučné stezky na Stříbrnici	41
5.3	Pořádání dobrovolných pracovních brigád.....	45
5.4	Vyznačení nové cyklotrasy.....	46
5.5	Informační panely na měření rychlosti	47
5.6	Změna otevírací doby knihovny	48
5.7	Zavedení nedělního klidu.....	49
5.8	Vybudování chodníků.....	49
5.9	Vyvěšení jízdních řádů na veřejně přístupném místě	50
5.10	Zvýšení frekvence autobusových linek.....	50
5.11	Doplnění obsahu měsíčníku Vřeskovák	51
5.12	Posílení telefonního signálu v kulturním domě	51
5.13	Rekonstrukce dětského hřiště	52
5.14	Další dílčí návrhy.....	53
6	ZÁVĚR	54
7	SEZNAM POUŽITÝCH TABULEK.....	56
8	SEZNAM POUŽITÝCH OBRÁZKŮ	57
9	SEZNAM POUŽITÝCH ZDROJŮ	58
10	SEZNAM PŘÍLOH.....	63

1 ÚVOD

Malé obce v dnešní době nevěnují příliš pozornosti marketingu a nepropagují se. Důvodem mohou být starosti s nepříliš velkým rozpočtem a nedostatkem finančních prostředků pro budoucí rozvoj. Marketing obce má za hlavní cíl pomoci obci v jejím rozvoji, v propagaci služeb, lidí, názorů, událostí a míst. Mezi další cíle obecního marketingu patří zvýšení atraktivity obce, zajištění konkurenceschopnosti a potenciálu obyvatel, zlepšení spokojenosti cílových skupin v obci. Snahou autorky je zdůraznit význam marketingu malých obcí. Jeho posláním je zaměřením se na cílové skupiny a na aktivity, které se na cílové skupiny soustředí. Patří mezi ně zejména obyvatelé obce a jejich potřeby. Marketingové aktivity jsou zaměřené především na poznání potřeb a přání obyvatel, jejich předvídání, zvyšování atraktivnosti a konkurenceschopnosti obce a získání konkurenční výhody. Díky těmto činnostem dokáží představitelé obce pomocí marketingu reagovat na různé změny.

Obsahem práce je analýza marketingových aktivit obce Vřeskovice. Jedná se o malou obec v Západních Čechách v okrese Klatovy. Výběr tématu souvisel s úzkou spjatostí autorky s touto obcí. Pozitivní faktor pro výběr tohoto tématu práce představoval starosta obce, který byl velice vstřícný a otevřený ke spolupráci na zpracovávání práce. Ocenil snahu autorky pomoci malé obci a spolupracovat s obyvateli obce.

Hlavní cíl této bakalářské práce spočívá v navržení a vypracování různých možností pro zlepšení marketingových aktivit a pro zlepšení života občanů v obci Vřeskovice za využití metod marketingového výzkumu. Ke splnění zmíněného cíle poslouží zejména názory a přání občanů, které budou výstupem dvou dotazníkových šetření v obci. Dotazníky se zaměří na problematické oblasti, na které si občané nejvíce stěžují.

Celá práce poslouží zejména zastupitelům a vedení obce Vřeskovice. V budoucnosti budou tyto návrhy využity při plánovaných změnách vedoucích ke zlepšení propagace, marketingových aktivit a života v obci.

2 METODIKA ŘEŠENÍ PRÁCE

Předložená práce je členěna do kapitol. Jsou vysvětleny základní teoretické pojmy mezi které patří zejména regionální, obecní marketing a marketingový výzkum. Dále je představena obec Vřeskovice. Na základě dvou dotazníkových šetření byly vypracovány konkrétní realizovatelné návrhy, které přispějí ke zlepšení marketingových aktivit a života občanů v obci.

Problematika práce byla uchopena tak, aby co nejlépe vystihla potřeby a přání obyvatel obce. Téma bylo vybráno na základě zkušeností autorky se zmíněnou obcí Vřeskovice. Na počátku bylo zapotřebí nastudovat sekundární zdroje, tzn. odbornou literaturu orientující se zejména na marketing, marketingový výzkum a marketing obcí. Na základě získaných znalostí se začal připravovat marketingový výzkum v obci Vřeskovice. Byl realizován v dotazníkových šetření, které se uskutečnily ve dvou kolech. Náměty do obou dotazníků vyplývaly z problémových oblastí v obci, které byly konzultovány jak s občany, tak i se zastupitelstvem obce pomocí osobních rozhovorů. Po přípravě výzkumu následovala jeho realizace, která spočívala v roznášení tištěných dotazníků do schránek obyvatelů. V případě jakýchkoliv dotazů jim byly ihned zodpovězeny. Druhou možností zúčastnění se výzkumu bylo on-line. Po vyhodnocení prvního dotazníku byl vytvořen druhý dotazník. Každého dotazníku bylo rozeseno celkem 232 výtisků. Výsledkem druhého dotazníku byly návrhy na realizaci do budoucna, které si občané přáli. Následně byla zpracována výzkumná zpráva, za kterou je možno považovat tuto předloženou bakalářskou práci. Závěr zprávy představují návrhy na realizaci.

První dotazník

O prvním dotazníku (Příloha A), roznášeném v červenci, byli občané informováni z měsíčních novin Vřeskovák a z místního obecního rozhlasu. Tento dotazník zjišťoval názory, přání a potřeby obyvatel obce. Vytištěný dotazník dostávali obyvatelé do své poštovní schránky v obálkách. Na vyplnění dotazníku měli obyvatelé obce zhruba dva měsíce. Během této doby dotazník vhodili do schránky umístěné v prodejně COOP nebo do poštovní schránky obecního úřadu. Druhou možností vyplnění dotazníku bylo on-line na webových stránkách, které byly uvedeny ve Vřeskováku. Hlavní výhoda tohoto dotazování měla být v získání vyplněných dotazníků i od studentů a mladých

lidí, kteří by nebyli ochotni vyplnit písemné dotazníky, a kteří tráví svůj čas na Internetu. Bohužel tuto možnost nikdo z dotazovaných nevyužil.

Dotazník se skládal celkem z jedenácti otázek. První otázka byla nejdelší a zjišťovala postoj a hodnocení občanů na různé oblasti v obci, kterých bylo celkem sedm. V oblasti volnočasových aktivit občané hodnotili kulturní vyžití, sportovní vyžití, pohostinství, knihovnu a koupaliště. Ohledně oblasti obce se respondenti vyjadřovali k práci zastupitelstva, webovým stránkám, propagaci, životnímu prostředí, kvalitě ovzduší a měsíčních novinách Vřeskovák. Ve třetí oblasti s názvem pozemní komunikace se hodnotil současný stav, údržba a absence chodníků. Čtvrtá oblast se týkala telefonního signálu, pátá oblast hromadné dopravy, šestá oblast vodovodu a kanalizace a v sedmé oblasti respondenti ohodnotili dostupnost sociální péče a služeb. Další otázky v dotazníku se týkaly vyjíždění obyvatel z obce, používané dopravy, priorit do budoucnosti, využívání cyklostezky a ochoty pomoci obci v jejím rozvoji. Šestá a sedmá otázka byly otevřené. První z nich se týkala nejlepších a nejproblematictějších oblastí v obci. Druhá otázka byla místem pro vlastní návrhy na zlepšení života v obci a jiné postřehy z obce. Závěrečné čtyři otázky se týkaly přímo osoby respondenta, jeho věku, pohlaví, rodinného stavu a ekonomické aktivity.

Druhý dotazník

Na základě výsledků z prvního dotazníku byl vypracován druhý dotazník (Příloha B), který občané našli ve svých poštovních schránkách na začátku listopadu 2012. Obsahoval konkrétní návrhy na vyřešení zjištěných problémů, ke kterým občané v dotazníku mohli vyjádřit svůj postoj a názor.

Druhý dotazník byl roznášen stejným způsobem jako první a platily pro něj stejné podmínky odevzdávání. Pro zvýšení atraktivnosti vyplňování on-line dotazníků byla internetová adresa dotazníku umístěna na webové stránky obce, do měsíčníku Vřeskovák a dále rozeslána některým občanům elektronicky. Ukázalo se, že větší propagace on-line dotazníků se vyplatila, neboť této možnosti využilo celkem 13 občanů. Většina z nich se o možnosti on-line vyplňování dotazníků dozvěděla z internetových stránek obce Vřeskovice.

Druhý dotazník se skládal pouze ze třech otázek. V první otázce vyjadřovali respondenti svůj souhlas/nesouhlas s navrženými opatřeními. Veškeré návrhy byly rozděleny celkem do třech oblastí: Infrastruktura, Kvalita života, Cestovní ruch. Tyto oblasti

obsahovaly konkrétní přání obyvatel z prvního dotazníku a další návrhy na zlepšení života v obci, které byly navrženy na základě konzultace autorky se zastupiteli obce. Druhá otázka se týkala nedělního klidu a občané vyjadřovali souhlas/nesouhlas s jeho zavedením. V případě souhlasu navrhovali konkrétní čas od kdy do kdy by měl klid platit, v případě záporné odpovědi uváděli důvod, proč nesouhlasí s jeho zavedením. Třetí otázka byla otevřená a dávala respondentům prostor pro jejich vlastní návrhy a připomínky.

Velikost základního souboru odpovídala počtu obyvatel nad 15 let. Statistika návratnosti jednotlivých dotazníků je uvedena v následující tabulce.

Tabulka 1: Návratnost dotazníků

	První dotazník	Druhý dotazník
Celkem rozneseno	232	232
Vráceno	85	73
Vyplněno on-line	0	13
Neúplné dotazníky	8	7
Celková návratnost v %	36,6	31,5

Zdroj: Vlastní zpracování, Plzeň, 2013

Oba dotazníky byly rozneseny ve stejném počtu. Návratnost prvního dotazníku byla 36,6 %, což odpovídá 85 vráceným kusům. Druhý dotazník vyplnilo sice méně obyvatel, než prvního, ale i tak byla celková návratnost uspokojivá (31,5 %). Blížící se termín odevzdávání byl obyvatelům několikrát připomínán obecním veřejným rozhlasem a také umístěním nápisu s datem odevzdávání na schránku v prodejně COOP.

3 ZÁKLADNÍ POJMY

V této kapitole budou vysvětleny základní pojmy, které souvisejí s tématem marketing. Jedná se zejména o definici samotného pojmu marketing v aplikaci na zvolené téma včetně regionálního marketingu a marketingu obcí. Marketingový výzkum bude vymezen jak z pohledu teoretického, tak i praktického v návaznosti na prováděný výzkum v obci Vřeskovice.

3.1 MARKETING

3.1.1 Obecná definice

Marketing jako aplikovaný vědní obor se vyčlenil z nauky o řízení podniků ve druhé polovině 20. let. Kotler s Kellerem ve své knize *Marketing Management* (2007, s. 44) uvádí následující společenskou definici: „Marketing je společenský proces, v němž jedinci a skupiny získávají to, co potřebují a chtějí, a během něhož vytváříme, nabízíme a svobodně směňujeme s jinými výrobky a službami, které mají hodnotu.“ Zamazalová (2010, s. 3) definuje marketing jako „proces, v němž jednotlivci a skupiny získávají prostřednictvím tvorby a směny produktů a hodnot to, co požadují“.

Existuje celá řada definic marketing, z nichž upřednostňuji zejména následující:

„Marketing je sociálním a manažerským procesem, jehož pomocí získávají lidé to, co buď potřebují anebo po čem touží, a to na základě výroby komodit a jejich směny za komodity jiné anebo za peníze.“ (Foret a kol., 2003, s. 8)

„Marketing představuje proces plánování a realizace koncepcí, tvorby cen, propagace a distribuce myšlenek, výrobků a služeb s cílem dosáhnout takové směny, která uspokojí požadavky jednotlivců a organizací.“ (Foret a kol., 2003, s. 8)

„Marketing je organizační funkce a sada procesů pro tvorbu, komunikaci a přenášení důležitosti na zákazníky a pro řízení vztahů se zákazníky tak, že to bude přinášet prospěch společnosti a jejím majitelům.“ (Ferrell, Hartline, 2011, s. 8)

3.1.2 Regionální politika, regionální marketing

V souvislosti se zdokonalováním národní regionální politiky států Evropské unie se začaly prosazovat snahy o rozvíjení a působení marketingových aktivit a přístupů v regionech a obcích.

Regionální politika (nazývá se též politika hospodářské a sociální soudržnosti) představuje souhrn činností, které se zaměřují na zlepšování životní úrovně, rozvoj měst a venkovských regionů, a zvyšování jejich soudržnosti a konkurenceschopnosti. Úkolem regionální politiky je poskytovat pomoc prostřednictvím různých programů, které slouží k podpoře regionů.

Regionální politika se provádí buď na úrovni státu jako celku prostřednictvím orgánů státních správy, nebo na úrovni samotného regionu prostřednictvím orgánů regionální samosprávy. Je naplňována prostřednictvím strukturálních fondů a Fondu soudržnosti. Mezi strukturální fondy „evropských politik“, které podporují regiony, patří Evropský sociální fond a Evropský fond pro regionální rozvoj. Prostředky z těchto strukturálních fondů se investují na základě tzv. Národních programů. Pro jejich získání je potřeba vypracovat dané programové dokumenty. V případě regionálního rozvoje mluvíme o tzv. Regionálním rozvojovém plánu a o tzv. Rámci podpory Společenství, který schvaluje Evropská komise. Tato komise dále schvaluje také tzv. Operační programy, které se vypracovávají v rámci regionů. (Blažek, Uhlíř, 2011)

Marketing je disciplína, která se stále vyvíjí a to platí i pro regionální (příp. městský) marketing. Regionální marketing má velice úzké spojení s regionální politikou, které se velmi intenzivně věnuje Evropská unie. Díky regionální politice byly zdokonalovány principy regionálního marketingu jako forma prezentace daného regionu při různých akcích.

Hlavním úkolem regionálního marketingu je poskytovat informace o regionu, městech a obcích konečným zájemcům a příjemcům z České republiky i ze zahraničí. Poskytované informace se týkají podpory ekonomických aktivit a využívání rozvojových záměrů. Tyto informace využívá regionální politika, která je zpracovává a vyhodnocuje. Výstupem jsou návrhy pro zlepšování životní úrovně a s tím související návrhy na získání různých grantů. (Kala, 2003; Ministerstvo pro místní rozvoj, 2012; Strukturální fondy, 2012)

3.1.3 Marketing obcí

Marketing využívají obce a města již od druhé poloviny sedmdesátých let. Většina malých obcí je názoru, že se pro ně využívání marketingu nehodí. Soustředí se pouze na každodenní činnosti a utápějí se v bojích s nevelkým rozpočtem. Tato strategie ale není vhodná pro jejich budoucí vývoj. I malé obce by se měly soustředit na své marketingové aktivity. Zvýšení atraktivnosti a zlepšení marketingu může obec dokázat různými způsoby. Řešení může spočívat například ve využití některého z nástrojů marketingového mixu. K rozšíření povědomosti turistů o dané obci lze využít partnerství a spojit se s ostatními obcemi (okolními, v jiných regionech či státech) nebo dalšími subjekty (například soukromé společnosti a podnikatelé, neziskové organizace). Partnerské obce mohou připravit strategii k přilákání investorů, turistů apod. Dále se obec může zaměřit na rozšíření svých služeb a zlepšení jejich distribuce, nebo na komunikační prostředí. (Janečková, Vašítková, 1999)

Hlavním cílem marketingu obce je reagování konkrétní cílové skupiny na konkrétní nabídku obce. Soustředí se na činnosti, které se zaměřují na vytvoření, udržení a změnu postojů ke konkrétnímu městu. Ve středu všech marketingových aktivit stojí samo město, který svůj rozvoj provádí a optimalizuje v rámci svých strategických procesů. Marketing obce slouží především představitelům místní správy jako nástroj pro dosahování stanovených cílů. (Kala a kol., 2007; Pauličková, 2005a,b)

Na následujícím obrázku je uvedena vzájemná souvislost mezi marketingem místa, centra města, města a regionu. Je patrné, že městský marketing úzce spolupracuje s regionálním marketingem a má na něj největší vliv. (Pauličková, 2005b)

Obrázek 1: Souvislost mezi marketingem místa, centra města, města a regionu



Zdroj: Pauličková, 2005b, s. 13

3.1.4 Cílové skupiny obecního marketingu

Cílovou skupinou obecního marketingu rozumíme takovou skupinu zákazníků (neboli segment), na který obec soustřeďuje svou pozornost. Na zvolený segment obec stanovuje specifické cíle a zvláštní způsob komunikace. Správně zvolený způsob vzbuzuje zájem jak u obyvatel obce, tak i u potencionálních investorů a firem.

Rozlišujeme interní a externí cílové skupiny obecního marketingu. Mezi externí skupiny patří obyvatelé obce, obyvatelé regionu, návštěvníci a turisté, místní podnikatelé a místní firmy. Interními cílové skupiny se zaměřují na místní samosprávu. (Pauličková, 2005a)

3.2 MARKETINGOVÝ VÝZKUM

3.2.1 Marketingový výzkum

Marketingový výzkum byl největším úkolem této práce. Výzkum probíhal v měsících červenec-prosinec 2012 v obcích Vřeskovice a Mstice. Na základě údajů z výzkumu byly dále rozpracovány návrhy na řešení problémů vyplývajících z názorů a přání obyvatel.

„Marketingový výzkum je systematické určování, shromažďování, analyzování a vyhodnocování informací týkající se určitého problému, před kterým firma stojí.“ (Kotler, 1998, s. 111)

Z uvedené definice vyplývá, že do marketingového výzkumu zahrnujeme všechny činnosti, které nám slouží ke sběru, analýze a zobecnění informací. (Malý, 2008; Zamazalová a kol., 2010) Získané poznatky se využijí zejména pro vymezení cílů marketingových aktivit.

3.2.2 Metody získávání informací

Charakter materiálů, které jsou podkladem k marketingovému výzkumu, rozlišujeme na primární a sekundární. Sekundární podklady jsou takové podklady, které byly původně shromážděny za jiným účelem, než ke kterému je zpracováváme. Většinou jsou levnější než primární podklady, které se získávají aktuálně ke konkrétnímu cíli.

Provedený výzkum ve Vřeskovicích zahrnoval sběr primárních informací. Takový výzkum je sice nákladnější a náročnější než získávání sekundárních informací, ale je mnohem významnější. Hlavní výhodou je získání odpovědí, na které byly kladeny přesné otázky od cílových skupin, které jsme potřebovali. (Pauličková, 2005a)

Pro výzkum byly použity písemné dotazníky a on-line dotazování. Písemný dotazník byl doručen konkrétní osobou a vhozen do schránky občanů. Mezi výhody tohoto dotazování patří nízká cena, větší upřímnost odpovědí a neovlivnitelnost tazatelem. Mezi hlavní nevýhody lze řadit nutnost potřeby seznamu adres dotazových, absenci kontroly porozumění dotazníku a nízkou návratnost vyplněných dotazníků. On-line dotazování probíhá pomocí Internetu. Hlavní výhodou je rychlost, nízké náklady a spojení výhod písemného a telefonického dotazování. Nevýhodami jsou potřeba přístupu k PC a nutnost připojení k Internetu, a s tím souvisí tedy závislost na počtu účastníků elektronické pošty. (Foret, Stávková, 2003; Malý, 2008; Zamazalová, 2010)

3.2.3 Druhy otázek v dotaznících

V prováděném výzkumu byly použity otevřené otázky, uzavřené otázky a škály.

Otevřené otázky znamenají, že není na výběr žádná z odpovědí, dotazovaný odpovídá vyjádřením svého názoru slohově. Nevýhodou je obtížnější zpracovávání při obsáhlých souborech, obtížnější interpretace a závislost odpovědi na verbálních schopnostech respondenta. V prvním dotazníku se otevřené otázky týkaly nejlepších a nejproblematičtějších oblastí v obci. Druhá otevřená otázka sloužila jako místo pro vlastní návrhy respondentů na zlepšení života v obci a jiné postřehy z obce. Ve druhém dotazníku se otevřené otázky týkaly pouze vyjádření možnosti o zavedení nedělního klidu a místa pro vlastní nápady.

Oproti otevřeným existují uzavřené otázky, které nabízí respondentovi volbu mezi různými možnostmi odpovědi. Nevýhodou je náročnost přípravy. Takové otázky by měly obsahovat i neutrální odpovědi typu „nevím“, „nechci se vyjadřovat“, „jinak“ apod. Uzavřené otázky, kterých v dotaznících převažovalo, se v prvním dotazníku týkaly využívání dopravního prostředku, využívání cyklostezky a dále sloužily pro zjišťování věku, pohlaví, rodinného stavu a ekonomické aktivity obyvatel. Ve druhém dotazníku byl tento typ otázky využit pro zjištění názoru občanů na navrhované konkrétní změny a zavedení nedělního klidu.

Pro obsáhlejší otázky byly použity škály. Vyjadřovaly postoj respondentů na určitý problém pomocí stupnice. V prvním dotazníku byly využity dvě škály – škála pořadí na otázku „Jaké priority by si obec měla stanovit pro svůj vývoj?“ a škála hodnotící pro zjišťování spokojenosti občanů s volnočasovými aktivitami, pozemními komunikacemi, se samotnou obcí, telefonním signálem, hromadnou dopravou, vodovodem a kanalizací, se sociální péčí a službami. U této druhé škály měli dotazovaní na výběr hodnotící stupnici „výborné-dobré-uspokojivé-neuspokojivé-špatné-nechci/nelze hodnotit“.

3.2.4 Zásady pro formulaci otázek

Při vytváření otázek pro dotazování se musí respektovat určité zásady, mezi které patří podle Malého (2008) zejména následující:

- používat jednoduchý jazyk, aby otázky byli schopni pochopit všichni respondenti bez ohledu na jejich vzdělání,
- používat známý slovník – tzn. vyloučit odborné termíny,
- používat krátké, jasné a srozumitelné otázky,
- používat jednoznačné otázky – tzn. vyloučit dvojsmyslné výrazy,
- neslučovat více témat do jedné otázky,
- vyloučit odhady – zajímá nás přímý názor respondentů, ne jejich odhady,
- vyloučit sugestivní otázky, které v sobě favorizují určitou odpověď,
- vyloučit nepříjemné otázky, které by byly příliš osobní.

3.2.5 Zpracovávání získaných informací

Informace získané z metod marketingového výzkumu se musí nejdříve zpracovat a upravit. Po získání vyplněných dotazníků je potřeba zhodnotit, zda údaje opravdu vyjadřují to, co vyjadřovat mají. Je nutné prověřit možné zdroje chyb, které mohly vzniknout při sběru údajů. Mezi nejčastější chyby patří takové, které jsou způsobené tazatelem díky nesprávnému způsobu dotazování, způsobené špatnou spoluprací respondenta, nekonzistentní a neadekvátní odpovědi, nezřetelné odpovědi zejména při odpovědích na otevřené otázky a irelevantní odpovědi, které se netýkají položené otázky.

Po těchto krocích přichází na řadu analýza zpracovaných dat. Každou otázku je potřeba zanalyzovat a následně vyhodnotit. Dalším krokem je interpretace výsledků výzkumu. Jako poslední krok se sestavuje závěr (závěrečná zpráva), ve kterém se zhodnotí výsledky výzkumu, navrhnou se různá doporučení nebo návrhy řešení a vše se odprezentuje. (Malý, 2008)

4 OBEC VŘESKOVICE

4.1 CHARAKTERISTIKA OBCE

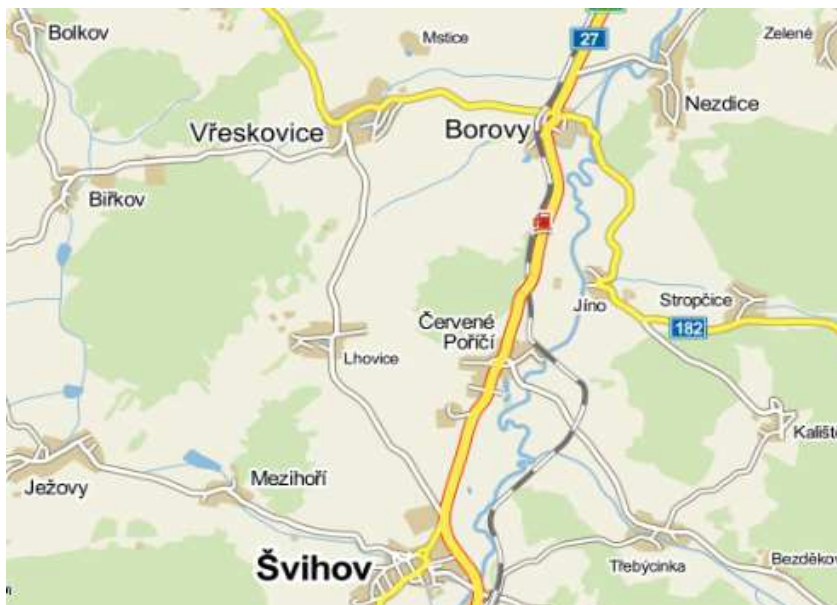
Obec Vřeskovice leží v Západních Čechách v Plzeňském kraji. Tento kraj je třetí největší v České republice a skládá se z 8 okresů. Obec leží na rozhraní okresů Plzeň-jih a Klatovy, spadá do okresu Klatovy, který tvoří celkem 94 obcí. Od zmíněných Klatov se rozkládá asi 18 kilometrů. (Plzeňský kraj, 2013) Leží mimo hlavní tah Plzeň-Klatovy. Od nedalekých Borov, které na tomto přímém tahu leží, jsou Vřeskovice vzdáleny dva a půl kilometru. Od Plzně dělí Vřeskovice 31 kilometrů. (Mapy.cz, 2013)

Vřeskovice leží v průměrné výšce 406 metrů nad mořem. Rozloha obce činí 868 ha, o kterou se dělí dvě části obce – Mstice a Vřeskovice. Většina obyvatel žije ve Vřeskovicích, ve Msticích bydlí pouze 7 obyvatel a je zde pár domů, které jsou obývané jen občasně (chaty, chalupy). (Vřeskovice, 2013)

Počet obyvatel Vřeskovic a Mstic ke dni 1.1.2012 činil celkem 291, z toho bylo 152 mužů a 139 žen. Průměrný věk obyvatel v obci ke dni 1.1.2012 byl 43,1 let, průměrný věk mužů 40,4 let a průměrný věk žen 46,0 let. (Český statistický úřad, 2012)

Zastupitelstvo obce se skládá celkem ze 7 členů. Starostou obce je od podzimních voleb v roce 2010 pan Václav Matoušek, místostarosty se stali paní Andrea Faloutová a pan Václav Bláha.

Obrázek 2: Mapa okolí obce



Zdroj: Mapy.cz, 2013

4.2 HISTORIE, OKOLÍ A PAMÁTKY OBCE

První písemnou zmínku o obci lze nalézt v historických pramenech z roku 1352. Od slova vřes vzniklo v České republice pojmenování mnoha obcí, avšak Vřeskovice jsou u nás pouze jedny.

Obec se rozkládá v kotlině Vřeskovického potoka, která je otevřena východním směrem k Borovům. Ze severu, západu a jihu je zakryta zalesněnými vrchy. Hora Stramchý (též někdy nazývaná Stramchyně či Stramchýn) má svůj nejvyšší bod ve výšce 542,3 metru. Na vrcholu se nachází státem chráněný triangulační bod.

Další významnou plochou je lesní vrch Stříbrnice s nejvyšším bodem ve výšce 539,9 metru. Zajímavým místem je rozcestí "U Obrázku". Křižují se zde lesní cesty na Lhovice, Ježovy, Biřkov a Vřeskovice. Traduje se, že se za bouřky pod stromem schoval poustevník. Do stromu udeřilo a jemu se nic nestalo. Na počest této události tam byl umístěn svatý obrázek. Později, když se okolní stromy v lese kácely, byl tento ponechán. V současné době je na borovici svatý obrázek, dva kříže a směrové cedule s názvy obcí.

Z dalších lesů lze jmenovat například Les U Boudy, ve kterém stojí starý dřevorubecký srub, který sloužil lesním dělníkům k odpočinku.

Významným místem v okolí Vřeskovic jsou Lázně Stříbrnice, které se nacházely neda-leko již zmíněného vrchu Stříbrnice se v letech 1839-1865. Podle dat z historie zde vyvěrá železitý pramen zvaný Dobrá voda. V minulosti lázně sloužily pro léčbu onemocnění srdce a pro odpočinek místního panstva. Dnes je stavba v soukromém vlastnictví.

Dominantou obce je Kostel svatého Jana Křitele, u kterého se nachází místní hřbitov a Socha svatého Jana Nepomuckého umístěná přímo na návsi obce. (Vřeskovice, 2012)

4.3 ČLENĚNÍ OBCE

Dle administrativního členění Plzeňského kraje se Vřeskovice řadí do správního obvodu obce s rozšířenou působností (ORP) Klatovy a do správního obvodu obce s pověřeným obecním úřadem (POU) Klatovy. Správní obvod obce Vřeskovice se skládá ze 2 místních částí: Vřeskovice a Mstice. Osada Mstice leží vzdálena asi 1 km severovýchodně od vlastní obce. (Interní informace obce Vřeskovice, 2013)

4.4 SPOLUPRÁCE OBCE

Obec Vřeskovice je aktivním členem mikroregionu Běleč. Jedná se o zájmové sdružení právnických osob, které bylo založeno na začátku roku 1999 z iniciativy starostů okolních obcí. Mikroregion Běleč je členem Místní akční skupiny Pošumaví, které bylo založeno v roce 2004. Hlavní cíl skupiny spočívá v podpoře rozvoje venkova a spolupráci místních samospráv s jejími obyvateli a podnikateli v obci. Dlouhodobým cílem je všestranný rozvoj venkovského mikroregionu za předpokladu koordinace činností a vzájemné spolupráce zapojených obcí a dalších subjektů, přeshraniční spolupráce, regionální rozvoj. Působnost mikroregionu Běleč je v okresech Domažlice a Klatovy, svoje sídlo má v nedaleké obci Švihov. Sdružuje celkem 16 obcí: Biřkov, Červené Poříčí, Dolany, Chocomyšl, Chudenice, Ježovy, Kaničky, Křenice, Mezihorí, Němčice, Poleň, Švihov, Úboč, Únějovice, Vřeskovice, Všepadly. (Běleč, 2013, Vřeskovice, 2012)

Vřeskovice dále spolupracují i s okolními vesnicemi a městy. Z takové spolupráce lze zmínit například město Švihov, které leží od Vřeskovic necelých 6 kilometrů. Švihov nabízí obyvatelům Vřeskovic různé kulturní, společenské, sportovní či další akce. Z dalších spolupracujících obcí lze uvést například města Přeštice a Klatovy (viz 3.5.2).

4.5 AKTIVITY V OBCI

4.5.1 Místní spolky

V obci Vřeskovice v současné době fungují dva spolky – Sbor dobrovolných hasičů Vřeskovice (dále jen „SDH“) a Tělovýchovná jednota Vřeskovice (dále jen „TJ“).

SDH ve Vřeskovících vznikl v roce 1894 na popud Josefa Berky, Petra Racka, Ondřeje Mornšteina, Františka Topinky a dalších. SDH pořádá jednou ročně v zimě hasičský bál. V květnu pořádá oslavy svátku sv. Floriána, při kterém připravuje pro děti různé soutěže spojené s opékáním vuřtů, prohlídkou hasičské zbrojnice a ukázkou hasičského vybavení. Dále pravidelně pořádá hasičskou soutěž v požárním sportu O pohár starosty obce Vřeskovice. Dvakrát ročně zajišťuje svoz šrotu a pálení větví. Předsedou SDH je v současné době pan Jan Majer st., velitelem je pan Ladislav Lehocký ml. Činnost SDH se orientuje převážně na soutěžní „A“ družstvo, které pravidelně startuje od roku 2006 v závodech Západočeské hasičské ligy OKAL cup. Družstvo dosahuje v této soutěži

velkých úspěchů. Největším úspěchem bylo zatím 1. místo této prestižní soutěže v roce 2010, kde družstvo vyhrálo v konkurenci více než 40 družstev. Příležitostně se muži zúčastňují i soutěží Extraligy ČR. V současné době má místní SDH celkem 90 členů.

TJ ve Vřeskovcích byla založena v roce 1919. Předsedou výboru je pan Vladimír Kadlec. Dále výbor spolupracuje s tajemníkem (p. Václav Votýpka), místopředsedou a hospodářem (p. Václav Berka), předsedou oddílu Národní házené (p. Petr Štich) a údržbářem (p. Karel Simbartl). V současnosti pod TJ působí pouze oddíl národní házené, i když v letech 1949 - 1980 byl také aktivní oddíl ledního hokeje. Oddíl národní házené se může chlubit „A“ a „B“ družstvy mužů, družstvem mladších žáků, dorostenců a dorostenek. Největším úspěchem tohoto oddílu bylo 1. místo „A“ družstva mužů v roce 2011 a postup do 2. ligy mužů. Dnes má TJ zhruba 120 členů z Vřeskovice a okolí, z nichž zhruba polovina jsou aktivní hráči. (Vřeskovice, 2012)

Obyvatelé vyjádřili kladný postoj k obou místním spolkům, chválili je zejména za vzornou reprezentaci a propagaci obce. Toto zjištění vyplývá z obou dotazníků (Příloha C, D).

4.5.2 Kultura

Vřeskovice se snaží o bohaté kulturní vyžití v obci. Slouží jim k tomu převážně místní kulturní dům se sálem. Celoročně se zde pořádají divadla různých ochotnických spolků (z Lužan, Příchovic, Kbel, Prahy). V zimních měsících se zde konají 2 bály. Hasičský bál pořádá SDH Vřeskovice a Maškarní šibřinky pořádá TJ Vřeskovice. SDH dále organizuje na podzim Oslavy svatého Floriána, TJ volejbalové a nohejbalové turnaje. Na jaře samotná obec pořádá Vítání občánků, Den matek, v červnu Dětský den a pouťovou zábavu. Na podzim obec pořádá pro děti lampiónový průvod, soutěž v pouštění draků a Mikulášskou besídku. Nárazově obec organizuje Setkání rodáků, které se naposledy uskutečnilo v roce 2010. Výjimkou nejsou ani taneční zábavy pořádané v kulturním domě, pořádání zájezdů za různými památkami nebo za účelem návštěvy divadelního představení.

Pro využití volného času je obyvatelům v obci k dispozici místní knihovna, která je otevřena vždy v pondělí a ve středu odpoledne. Otevírací doba obyvatelům nevyhovuje, a požadují přesunutí spíše do večerních hodin (Příloha C).

Obec dostává od Infocentra v nedalekých Přešticích, města Klatovy a města Švihov několikrát do roka e-mailem nabídku na různé kulturní vyžití. Z Přeštic se jedná především o akce konané Cestovní kanceláří Přeštice-tour, mezi které patří například divadelní představení pořádané do nejrůznějších měst republiky nebo nabídky promítání v kině v kulturním domě. Z Klatov přichází nabídky filmů v kině, akcí v hifiklubu, v Galerii Jednorožec nebo v Domě dětí a mládeže. Město Švihov nabízí obci a jejím obyvatelům různé kulturní a sportovní akce. Jedná se například o turistické akce související s propagací Státního hradu Švihov nebo jarního hudebního festivalu Švihovské hudební léto. Poslední tři roky se stalo tradicí, že se v kulturním domě ve Vřeskovících pořádá páteční koncert Dechového orchestru vedeného při Základní škole Švihov. Tento koncert je součástí festivalu Švihovské hudební léto. Organizátoři koncert přemístili ze Švihova do Vřeskovice z důvodu přestavby jejich kulturního domu a nehodlají koncert navrátit zpět do Švihova. Koncert je hojně navštěvován jak místními obyvateli, tak i posluchači ze širokého okolí a návštěvníky festivalu z celé republiky.

S celkovým kulturním vyžitím v obci jsou obyvatelé spokojeni, nejvíce dotazovaných ho považuje za dobré (celkem 30). 1 respondent považuje toto vyžití v obci za špatné. Dva respondenti uvedli v otevřené otázce návrh na uspořádání skupinových výletů a zájezdů (Příloha C).

V případě vyjíždění z obce za kulturou byly názory nejasné. Polovina dotazovaných za kulturou vyjíždí z obce, což je ale jistě zapříčiněno moderními možnostmi zábavy ve velkých městech. Otázku ohledně kulturního vyžití zodpovědělo všech 85 respondentů (Příloha C).

4.5.3 Sport, volný čas

Sportovní vyžití v obci je bohaté. Zajišťují ho převážně dva výše uvedené místní spolky – Sbor dobrovolných hasičů a Tělovýchovná jednota.

SDH pořádá každý rok v létě hasičskou soutěž O pohár starosty obce, které se účastní převážně družstva z okolních vesnic, ale výjimkou nejsou i několik desítek kilometrů vzdálené soutěžící. „A družstvo“ se pravidelně účastní i již zmíněné Západočeské hasičské ligy.

TJ Vřeskovice se zaměřuje převážně na házenou. V sezóně se hrají každý víkend zápasy v příslušné skupině ligy na místním zrekonstruovaném víceúčelovém hřišti s umělým

povrchem (nalajnované na národní házenou, nohejbal a volejbal) s kabinami a sociálním zázemím.

Obec každý rok v červnu pořádá turnaj v malé kopané a rybářské závody. Obyvatelé mohou využívat tenisový kurt s antukovým povrchem a posilovnu. Rodiče s dětmi využívají dětské hřiště, které je umístěno za prodejnu COOP. V obou dotaznících se vyskytl názor na rekonstrukci a modernizaci tohoto hřiště (Příloha C, D). Ve středu obce pod kulturním domem se nachází sportovní plocha pro malou kopanou, která slouží pro rekreační sport obyvatel. Každou neděli a středu se koná v sále kulturního domu cvičení pro ženy, kterých se účastní i ženy z okolních vesnic. V zimě obec pořádá dětské lední revue nebo hokejové zápasy mezi místními obyvateli nebo závody ve sjezdu na saních.

Pro obec je velmi uspokojující, že obyvatelé jsou se sportovním vyžitím v obci spokojeni, a proto více než 80 % dotazovaných za sportem z obce nevyjíždí. V hodnocení sportovní vyžití dotazovaní nejčastěji využívali hodnocení „dobré“ (Příloha C).

4.5.4 Životní prostředí

Kvalita životního prostředí v obci a přilehlé místní části je dána polohou celého řešeného území mimo hlavní dopravní tahy. I přesto, že Vřeskovice se dají považovat za venkov, kde se většinou očekává čistý vzduch a příroda, ne vždy je tomu tak. Životní prostředí je narušeno především vlivem dopravy, zemědělské výroby na sloučených pozemcích, vlastního osídlení a vlivem firmy ASAVET.

Firma ASAVET, a. s. se sídlem v Biřkově se specializuje na zpracování odpadů živočišného původu. Zápach, který tato firma produkuje, doléhá i do Vřeskovic. Automobilová i nákladní doprava je v této obci zvýšena právě díky této firmě, a s tím souvisí i znečišťování vzduchu. Obec po mnoho let vedla s firmou ASAVET jednání a situace se v obci po 10ti letech zlepšila. I občané se tuto situaci naučili už respektovat, a proto životní prostředí v obci považují za dobré až uspokojivé. S tímto hodnocením skončila i kvalita ovzduší (Příloha C). Je pochopitelné, že občasný zápach občanům vadí a chtěli by mu naprosto zamezit. Vzhledem k velikosti firmy ale nelze předpokládat, že zápach zcela zmizí. Díky této negativní externalitě obec dostává od ASAVETU každý rok sponzorský dar ve výši několika tisíců korun. ASAVET také podporuje místní Tělovýchovnou jednotu sponzorskými dary na provoz a údržbu víceúčelového hřiště.

4.5.5 Cestovní ruch, zajímavosti

Jelikož obec leží v atraktivní oblasti (blízko památných míst), je samozřejmé, že obcí projíždí mnoho turistů. Ať už na kole, nebo autem. Bohužel se zde nezdržují, a jejich cílem cesty nejsou Vřeskovice. V okolí je láká převážně vodní hrad Švihov, zámek Chudenice, Bolfánek¹, město Klatovy atd. V současné době v okolí Vřeskovic prochází pouze dvě turistické trasy (žlutá a zelená). Cyklisté projíždění obcí z důvodu napojení se na cyklostezku číslo 38, která vede ze Švihova do Běšin, a dále na Šumavu. Tuto cyklostezku využívají občasně i místní obyvatelé. Někteří z nich se v prvním dotazníku ve třetí otázce vyjádřili, že ji využívají často (celkem 16 dotázaných). Tuto cyklostezku nikdy nevyužilo 26 z celkových 85 dotázaných, občas ji využívá celkem 25 dotázaných a o její existenci neví celkem 18 dotázaných (Příloha C).

Samotné Vřeskovice mohou nabídnout turistům památkové stavby, mezi které patří zejména Kostel svatého Jana Křitele, socha svatého Jana Nepomuckého, Kampelička², fara. Nejvýznamnější současnou památkou je již zmíněný trojlodní kostel sv. Jana Křitele stojící na starých gotických základech, který je dominantou obce a je vidět již z dalekého okolí. Tento kostel byl v 16. století přestavěn a dále rozšířen o boční lodě a předsíň. Součástí kostela je i přilehlý místní hřbitov.

Ten, kdo by se rozhodl navštívit Vřeskovice, a případně zde pobýt i delší dobu, může využít místní ubytovnu, kterou má pod správou TJ Vřeskovice. Součástí ubytovny je letní restaurace a sauna. Ubytování mohou využít místní koupaliště, které je umístěno přímo před ubytovnou. Kapacita ubytovny je cca 40 lůžek. Stravovací zařízení představuje místní hostinec v kulturním domě.

¹ Bolfánek je lidový název pro rozhlednu u obce Chudenice, která měří 45 metrů a připomíná svou podobou klatovskou černou věž. Významnost tomuto místo dává pověst o biskupovi Wolfgangovi z Prahy, který zde vysvětil v roce 973 prvního českého biskupa Dětmara. V letech 1722 – 1725 na místě dnešního Bolfánku František Josef Černín postavil velký poutní kostel, který byl za císaře Josefa II. v roce 1782 zrušen. Kostel chátral, v roce 1810 byl částečně zbořen a zachovala se pouze věž, která se v dnešní době nazývá Bolfánek.

² Kampelička byl dříve název pro spořitelni a záložní spolek založený v roce 1905. Spolek se scházel v soukromém domě, který mu byl později prodán. Jednalo se o obecní pastoušku, na jejímž místě spolek o rok později postavil patrovou budovu. Tato budova byla postavena spolkem díky penězům místních, kteří sami naspořili dostatečné množství finančních prostředků. Obec zakoupila tuto budovu v roce 2001. V dnešní době slouží jako knihovna a v prvním patře je obecní byt.

4.5.6 Doprava

Silniční doprava

Intenzita silničního provozu v obci je pro občany neuspokojivá. Obcí projede za den několik desítek osobních aut a převážně nákladních automobilů z ASAVET Biřkov. Občané jsou s touto situací nespokojeni a vadí jim nepřiměřená rychlost projíždějících vozidel (Příloha C). I na tak časté projížďky těchto vozidel ale nejsou komunikace poškozené a jsou ve velmi dobrém stavu.

Autobusová doprava

Autobusovou dopravu ve Vřeskovících zajišťuje především společnost ČSAD Plzeň a.s., která působí v celém okrese Klatovy. Tato společnost se zaměřuje na pravidelnou linkovou, ale i nepravidelnou dálkovou přepravu. Pravidelné linkové autobusy směřují zejména do nejbližších obcí - Borovy, Švihov a Klatovy.

Hromadná autobusová doprava je v obci problémem, protože frekvence autobusových linek je pro některé obyvatele nedostačující. Velkou nevýhodou je, že Vřeskovice neleží na hlavní tepně Plzeň-Klatovy, a tak se obyvatelé dostanou autobusy pouze do nedalekých Borov, Švihova a Klatov. Autobus směrem na Borovy, který je nutný na další spojení do Plzně nebo Klatov jezdí pouze 2krát denně, a to ve 4 a v 16 hod. Proto si obyvatelé musí nechávat vlastní auto na vlakovém nádraží v Borovech nebo chodit pěšky. Autobus směrem na Švihov a Klatovy jezdí sice ve více frekvencích (4.30, 6.30, 7.30, 14.00, 16.00 hod.), ale stále je to pro některé občany nevyhovující (Příloha C). Dá se říci, že bez vlastního auta jsou obyvatelé ve Vřeskovících odkázáni pouze na místní příležitosti.

Železniční doprava

Obec Vřeskovice není napojena na železniční síť. Obyvatelé mohou tedy využít železnice pouze v kombinaci s jinou formou dopravy, nejbližší železniční stanice je jim k dispozici v Borovech.

Ve čtvrté otázce prvního dotazníku občané stanovovali priority pro budoucí vývoj obce. Mezi prioritami byly na výběr tyto možnosti: rozšíření hromadné dopravy, realizace chodníků, vybudování nových parcel pro zástavbu, realizace vlastního vodovodního systému nebo zlepšení volnočasových aktivit v obci a rozvoj kultury. Právě rozšíření

hromadné dopravy je pro 24 z 85 dotázaných první prioritou vývoje do budoucnosti (Příloha C).

4.5.7 Infokanál

Jako novinku zprostředkovala obec ve spolupráci se společností Telefónica O2 v roce 2011 infokanál. Tato služba umožňuje obci pohodlně komunikovat se svými občany. Jedná se o zasílání SMS zpráv o jakémkoli dění v obci na osobní mobilní telefony obyvatel. Pro aktivaci stačí pouze na místním obecním úřadě nebo přímo na webových stránkách obce uvést vaše telefonní číslo a kdykoliv se bude v obci konat jakákoliv akce, budete o ní informováni pomocí SMS zprávy zdarma.

Pro občany, kteří nevlastní mobilní telefony, je velkou výhodou možnost zanechávání zprávy v hlasové podobě na pevné lince.

Tuto službu obyvatelé uvítali, jelikož se jedná o pohodlný způsob získání důležitých informací o dění v obci. Pravidelně občané dostávají SMS o konání zápasů národní házené, konání různých sportovních či společenských akcí, odstávkách vody či elektrické energie, termínech svozu odpadů či konání veřejného zasedání zastupitelstva obce.

4.5.8 Sociální péče a služby

Poptávka po sociálních službách je v obci zaznamenána zejména ze strany skupiny seniorů, a to v oblasti pomoci při zajištění jejich stravování. V obci přímo nepůsobí žádný subjekt zabývající se poskytováním sociálních a pobytových služeb. Zajišťování pravidelného stravování si několik obyvatel společně domluvilo u soukromé firmy z Kolince, která jim každé dopoledne přiveze oběd přímo domů. Domovy pro seniory jsou v současné době provozovány v blízké dojezdové vzdálenosti v Přešticích a ve Švihově.

Občané jsou se současnou situací spokojeni, což vyplývá z prvního dotazníkového šetření. Úroveň sociálních služeb a sociální péče považují za dobrou až uspokojivou. Nikdo aktuální situaci nepovažuje za špatnou. K otázce se nevyjádřilo 8 z 85 respondentů, což znamenalo největší počet nehodnotících respondentů u dané otázky (Příloha C). Skutečnost lze přisuzovat tomu, že dotazník vyplňovali i mladí lidé, kteří této oblasti v současnosti nevěnují příliš pozornosti.

4.5.9 Realizované projekty

Podle údajů v časopise „moderní obec“ nejvíce finančních prostředků na rozvoj obcí v České republice poskytly evropské fondy. (moderní obec, 2013) Vřeskovice jsou celkem aktivní ve využívání různých dotačních fondů. Obec využila v roce 2012 celkem dvou dotací, Tělovýchovná jednota získala jednu dotaci.

Tělovýchovná jednota obdržela dotaci z Programu rozvoje venkova (v rámci Státního zemědělského intervenčního fondu, dále jen „SZIF“) na rekonstrukci šaten na víceúčelovém hřišti. Celkové náklady na rekonstrukci byly ve výši 499.000,- Kč, přiznaná dotace dosáhla částky 449.000,- Kč.

Obec využila přiznané dotace na opravu místní budovy a na budování kanalizace a ČOV. Dotaci na opravu Kampeličky (oficiální název „Modernizace obecní budovy Vřeskovice č. p. 22“) obdržela obec z Plzeňského kraje z Programu na stabilizaci a obnovu venkova Plzeňského kraje 2012. Celkové náklady na tuto opravu byly vyčísleny na 425.361,- Kč, dotace byla ve výši 280.000,- Kč.

Druhou schválenou dotací obce v roce 2012 byla dotace z Programu rozvoje venkova (v rámci SZIF). Oficiální název je „Splašková kanalizace a ČOV“. Celkové výdaje této akce jsou 19.496.040,- Kč. Výdaje, které lze uplatit v rámci dotace, jsou ale nižší kvůli maximální hranici 70.000,- Kč na občana. Tyto snížené výdaje jsou tedy ve výši 16.076.700,- Kč. Obec obdržela dotaci ve výši 90 %, tedy v částce 14.469.030,- Kč.

V roce 2011 obec obdržela dotaci na zpracování projektu „Vřeskovice – splašková kanalizace a ČOV“ ve výši 90.000,- Kč z rozpočtu Plzeňského kraje na podporu ekologických projektů (celkové náklady na projekt byly 197.380,- Kč). Realizace a výstavba celého projektu začala v roce 2012.

I v minulosti byla obec v žádání o dotace velmi aktivní. Využila poskytnuté dotace například na vybudování víceúčelového hřiště (slavnostně otevřeno 21.4.2007), rekonstrukci topení v kulturním domě, plynofikaci kulturního domu, vyčištění rybníka a vybudování přepadu, opravy místních komunikací nebo na vybudování odpočinkového místa pro cyklisty. (Interní informace obce Vřeskovice, 2012)

4.6 MARKETINGOVÉ PROSTŘEDÍ OBCE

Marketingové prostředí obce je soubor vlivů, které působí na aktivity obce i na obec samotnou. Vymezuje postavení obce vůči jednotlivým subjektům ovlivňující život v obci. (Hálek, 2008) Prostředí, které působí na vedení měst a obcí, se podle Janečkové a Vašítkové (1999) dělí na vnitřní a vnější prostředí.

4.6.1 Vnější prostředí

Do vnějšího prostředí řadíme podle Janečkové a Vašítkové (1999, s. 21-) tato prostředí:

- demografické,
- ekonomické,
- politicko-právní,
- sociálně-kulturní,
- přírodní,
- technologické.

Demografické

Demografické prostředí pojednává o počtu obyvatel a s tím související jejich mobilitě, věkové a vzdělanostní struktuře, sociální a příjmové struktuře a kvalifikační struktuře. Toto prostředí představují i vývojové trendy ve struktuře obyvatel (stárnutí populace) a změny v ekonomické aktivitě obyvatel (pokles ekonomicky aktivních). Obec by měla znát toto prostředí, protože díky tomu může pochopit demografické prostředí a navrhnout konkrétní strategii. Seznámí se s různými skupinami obyvatel, jejich potřebami a tím může přizpůsobit poskytování konkrétní veřejných služeb daným skupinám. (Hálek, 2008; Kala, 2007; Janečková, Vašítková, 1999)

V roce 1971 žilo v obci celkem 366 obyvatel, od roku 1972 vývoj počtu obyvatel (až na zanedbatelné výjimky) klesal. Od roku 2001 počet obyvatel v obci kolísá. Největší nárůst byl zaznamenán mezi lety 2002 a 2004, a to o 36 osob, kdy začala výstavba rodinných domů. Další větší nárůst počtu obyvatel nastal kolem roku 2010 především z důvodu migrací, a to přes 300 obyvatel.

V obci Vřeskovice je zastoupena nejvíce skupina osob, které absolvovaly některý z výučních oborů nebo střední odborné vzdělání bez maturity. Další významný podíl tvoří obyvatelé se základním vzděláním, úplným středním vzděláním a s vysokoškolským

vzděláním. Nejmenší podíl tvoří obyvatelé s vyšším odborným vzděláním. (Interní informace obce Vřeskovice, 2013)

Vřeskovice mají celkem 291 obyvatel, z toho 152 mužů a 139 žen. Dle údajů od vedení obce je v obci tato demografická struktura obyvatel (stav k 1.1.2012). (Interní informace obce Vřeskovice, 2013)

Tabulka 2: Demografická struktura obyvatel Vřeskovic k 10.1.2013

Věk	Počet obyvatel
do 10 let	29
11 -18 let	19
19 - 30 let	46
31 - 50 let	82
51 - 70 let	73
nad 70 let	42

Zdroj: Interní informace obce Vřeskovice, 2013

V posledních letech probíhá v obci výstavba nových rodinných domů, především v rozvojových plochách určených k funkčnímu využití bydlení územním plánem obce.

Srovnání průměrného věku obyvatel uvádí následující tabulka.

Tabulka 3: Průměrný věk obyvatel

	Obec Vřeskovice	Plzeňský kraj	Česká republika
Obě pohlaví	43,1	41,5	41,1
Ženy	46,0	42,7	42,5
Muži	40,4	40,2	39,6

Zdroj: Český statistický úřad, 2013

Průměrný věk obyvatel v obci je 43,1 let (k 1.1.2012). Dle údajů Českého statistického úřadu je průměrný věk obyvatel v České republice 41,1 let, v Plzeňském kraji 41,5 let (k 31.12.2011). Z údajů v tabulce vyplývá, že obyvatelé žijící ve Vřeskovících jsou v průměru starší než v České republice. (Český statistický úřad, 2013)

Ekonomické

Ekonomické prostředí obce představuje vlivy ekonomické povahy. Je tvořeno hospodářskou situací státu a regionu (vývojem ekonomiky) a také ekonomickou situací

příslušné obce (zadlužení, výše příjmů). V neposlední řadě je představováno různými pravidly pro hospodaření obce. Vývoj ekonomického prostředí lze ovlivnit realizací vhodné strategie. (Hálek, 2008; Kala a kol., 2007)

Ekonomicky aktivních je více než polovina obyvatel obce Vřeskovice (viz Tabulka 2).

Politicko-právní

Politicko-právní prostředí je ovlivněno legislativou na úrovni obce. Určuje chování představitelů obcí a s tím související i jejich pravomoci při řízení určité obce (dáno zákony, vyhláškami a předpisy). Uplatněním některých zákonů může obec obyvatelům i pomoci a chránit je před různými nepříznivými důsledky. (Kala a kol., 2007; Janečková, Vašítková, 1999)

Politicko-právní prostředí ovlivňují změny v zákonech, tudíž je toto prostředí nestabilní.

Sociálně-kulturní

Do tohoto prostředí zahrnujeme kulturní prostředí obce - kulturu v obci, její tradice, společenské akce, spolkovou činnost, obecné zvyklosti i vzdělání. Dlouhodobě to určuje chování obyvatel a slouží k celkovému vnímání obrazu o obci. Správné využití kulturních tradic může obec využít jako svojí konkurenční výhodu a zviditelnit se. (Hálek, 2008; Kala a kol., 2007)

Každoročně Vřeskovice pořádají několik kulturních a sportovních akcí jak pro dospělé, tak i pro děti. Většina obyvatel se zapojuje i do pořádání nebo vypomáhá při těchto akcích. Ze společenských akcí lze zmínit plesy, zábavy. Spolková činnost představuje pořádání ochotnických divadel a činnost místních spolků.

Přírodní

Přírodní prostředí je definováno geografii obce. Základem v tomto prostředí je umístění obce v regionu, její velikost a s tím související klimatické podmínky, přírodní zdroje, dopravní a technická infrastruktura, členitost krajiny (lesy, rybníky, skály) a urbanizace obce. (Kala a kol., 2007; Janečková, Vašítková, 1999)

Rozloha obce Vřeskovice, která leží v Plzeňském kraji, je 868 ha. V obci je mírné klimatické podnebí, nejsou zde žádné přírodní zdroje. Životní prostředí je zde zachovalé, kvalita ovzduší je zhoršena díky nedalekému podniku ASAVET Biřkov. Obcí prochází stará silnice směrem z Borov do Roupova. Na návsi se dělí tato okresní silnice na 2 směry – do Švihova a Biřkova.

Technologické

Technologické prostředí závisí na vývoji a rozvoji vědy a techniky. Jedná se o využívání vědy a techniky pro řízení obce, vytvoření informačního systému, komunikačních technik apod. Jde tedy o vybavení obce komunikačními technologiemi (např. knihovna s připojením na internet) a systémy včasného varování (např. místní rozhlas). (Kala a kol., 2007; Janečková, Vašítková, 1999)

Obec Vřeskovice je vybavena bezdrátovým internetem Wi-Fi. Jsou jím dva poskytovatelé – místní obyvatel Jan Baxa a INet Home. Novinkou v obci je infokanál, který obec využívá od roku 2011. Obec využívá často i místní rozhlas pro zvýšení informovanosti obyvatel. Lze konstatovat, že v porovnání s jinými obcemi je technologické vybavení Vřeskovice na velmi dobré úrovni.

4.6.2 Vnitřní prostředí

Vnitřní prostředí je představováno především obecním rozpočtem (tj. příjmy a výdaji), dotacemi ze státního rozpočtu, mandatorními výdaji, vydáváním obecně závazných vyhlášek a nařízení, ustanoveními obecního úřadu a veřejností. Toto prostředí využívají představitelé obce, protože mají možnost aktivně ovlivňovat chod obce. Mezi vnitřní prostředí lze dále zařadit obecní úřad (starostu + zaměstnance obecního úřadu) a instituce zřízené obcí (zajišťující veřejné služby – např. odvoz komunálního odpadu). (Kala a kol., 2007; Janečková, Vašítková, 1999)

V následující tabulce je uveden návrh rozpočtu na rok 2012 a výsledek od počátku roku. Tento výsledný rozpočet byl sestaven k 31.12.2012.

Tabulka 4: Rozpočet na rok 2012

Rozpočet na rok 2012 (v Kč)		
	Navrhovaný	Výsledný
Příjmy	3 236 570,00	3 324 366,55
Výdaje	7 657 387,62	7 457 095,28

Zdroj: Interní informace obce Vřeskovice, 2013

Z tabulky vyplývá, že obec hospodařila nad své očekávání. Skutečné příjmy byly vyšší než navrhované, a skutečné výdaje byly nižší než navrhované. Velký rozdíl mezi příjmy a výdaji je zapříčiněn výstavbou kanalizace, na kterou byl získaný projekt (viz 3.5.9).

Z návrhu rozpočtu na rok 2013 uvedeného v následující tabulce vyplývá, že obec si na rok 2013 stanovila nižší příjmy než v roce 2012. Výdaje na aktuální rok jsou téměř dvojnásobné, což lze přikládat výstavbě kanalizace. Obec má zajištěné finanční rezervy (úvěr), ze kterých bude kryt deficitní schodek rozpočtu. V následujících letech se očekává přebytek rozpočtu vzhledem k vyplacení dotace, resp. proplacení uznatelných nákladů.

V následující tabulce je uveden návrh rozpočtu na rok 2013.

Tabulka 5: Návrh rozpočtu na rok 2013

Rozpočet na rok 2013 (v Kč)	
Příjmy	2 716 000,00
Výdaje	14 716 000,00
Schodek rozpočtu	- 12 000 000,00
Krátkodobé, dlouhodobé přijaté půjčky	20 449 000,00
Splátky úvěrů	- 8 000 000,00

Zdroj: Interní informace obce Vřeskovice, 2013

V obci Vřeskovice je v platnosti celkem 5 obecních předpisů týkajících se například nakládání s komunálním odpadem, provozování výherních automatů, místních poplatků apod.

Další součástí vnitřního prostředí jsou zaměstnanci obce – ve Vřeskovicích je zaměstnancem obce na plný úvazek jen pracovnice obecního úřadu paní Hana Kašparová. Dále obec zaměstnává brigádníky na péči o zeleň v obci a na správu webových stránek obce. Starosta obce je pouze uvolněná funkce.

Obecní úřad má na starost zejména správu obecního majetku. Lze hovořit tedy o kulturním domě, Kampeličce a místních komunikacích. Dále obec zajišťuje provoz obecní knihovny, která je otevřená 4 hodiny týdně. V knihovně je i možnost internetového připojení. Obec spravuje i fungování sboru dobrovolných hasičů podílením se na spolufinancování zajišťování materiálního vybavení a hrazení nákladů na provoz.

4.7 SWOT ANALÝZA

SWOT je zkratka 4 anglických slov: Strengths (silné stránky), Weaknesses (slabé stránky), Opportunities (příležitosti) a Threats (hrozby). Tato analýza slouží

k přehlednému uspořádání poznatků o obci a danou obec charakterizuje. Umožní získat rychlý a ucelený přehled o pozici obce. Skládá se ze 2 „analýz“ – vnitřní a vnější. Do „vnitřní analýzy“ patří silné a slabé stránky. Silné stránky představují různé výhody pro rozvojové aktivity, slabé stránky naopak faktory, které tyto aktivity ohrožují. Do „vnější analýzy“ patří příležitosti a hrozby, což je druhá polovina SWOT analýzy. Hrozby a příležitosti jsou popisovány různými vztahy a hodnotí faktory či okolnosti, které obec nemůže ovlivnit. (Jakubíková, 2008)

SWOT analýzu obce Vřeskovice znázorňuje následující tabulka.

Tabulka 6: SWOT analýza obce Vřeskovice

Silné stránky	Slabé stránky
realizace kanalizace	absence chodníků
nové parcely pro zástavbu	omezená hromadná doprava, tzn. nutnost dojíždění do okolních vesnic na dopravní spoje (autobus, vlak)
pořádání mnoha kulturních a sportovních akcí	neexistence školských a sociálních zařízení, tzn. nutnost dojíždění do okolních vesnic na dopravní spoje
možnost využití víceúčelového hřiště, tenisového kurtu, hřiště pro malou kopanou	neuspokojivý stav tenisového kurtu
existence dvou místních spolků (TJ, SDH)	zápach v obci z ASAVET Biřkov
památkové objekty	nevyhovující stav památkových objektů
možnost ubytování	špatný technický stav ubytovny
Příležitosti	Hrozby
napojení na turistické cíle	získání dotace pro takto malou obec
využití neobydlených domů	nedostatečná péče o památky
využití původních polních cest k rozvoji turismu	zatížení obce nákladní dopravou (především z ASAVET Biřkov)

Zdroj: Vlastní zpracování, Plzeň, 2013

4.8 STRATEGICKÉ PLÁNOVÁNÍ OBCE

Strategické plánování představuje souhrn kroků sloužících k dlouhodobým změnám a k řízení těchto změn. Výstupem strategického plánování je tzn. strategický plán. Lze ho chápat jako dohodu o dalším využití současných zdrojů a možnosti nalezení návrhů, které se budou postupně uskutečňovat.

Strategický plán určuje strategické cíle. Tyto cíle jsou zaměřeny na zdokonalování určitých činností. Strategický plán úzce souvisí s územním plánem obce, který by měla obec respektovat. (Cooper, Lane, 1999)

Obec Vřeskovice si nechala zpracovat „Strategický plán rozvoje obce Vřeskovice“ s platností od září 2011. Ze závěrů tohoto plánu vyplývají tři prioritní oblasti, na které by se obec měla zaměřit při svém rozvoji:

1. Infrastruktura.
2. Kvalita života.
3. Propagace, spolupráce, partnerství, cestovní ruch.

Zmíněné doporučené oblasti byly využity ve druhém dotazníku jako celky, ve kterých byly navrhovány změny a opatření pro další rozvoj a zlepšení života v obci. (Interní informace obce Vřeskovice, 2012)

4.9 MARKETINGOVÝ MIX OBCE VŘESKOVICE

4.9.1 Obecná definice

Marketingový mix je sada kontrolovatelných a taktických marketingových nástrojů, které organizace využívá k tomu, aby získala požadovanou odpověď cílového trhu. (Kotler, Armstrong, 2010)

Z výše uvedené definice vyplývá, že marketingový mix slouží organizaci ke zvýšení poptávky po produktu. Pro maximální účinnost marketingového mixu je důležité zkombinovat všechny proměnné tak, aby byla zákazníkům poskytnuta maximální hodnota.

4.9.2 Produkt

Produktem obce je vše, co obec poskytuje a nabízí svým obyvatelům, návštěvníkům, potencionálním investorům a dále slouží k uspokojování jejich potřeb. (Janečková, Vašítková, 1999)

Obec Vřeskovice poskytuje různé služby svým občanům i turistům – např. kulturu, místní dopravu, bydlení, údržbu komunikací, úklid obce. Novou službou, kterou obec začne poskytovat je kanalizace (výstavba začala v srpnu 2012). Dále lidé v obci mohou využívat hřiště určené pro malou kopanou, víceúčelové hřiště určené pro házenou, nohejbal a volejbal, tenisový kurt, dětské hřiště, koupaliště, ubytovnu, knihovnu, posilovnu. V zimních měsících je v obci možnost bruslení a ledního hokeje na místním rybníku. Ze služeb, které obec v nedostatečné míře poskytuje, lze jmenovat hromadnou dopravu. Dostupnost obce je omezena z důvodu nízké frekvence autobusových linek.

Po 12 letech obec obnovila nabídku na možnost zakoupení leteckých snímků obce, které si lze objednat na obecním úřadě.

4.9.3 Cena

Veřejné služby jsou placeny ze státního rozpočtu, konkrétně z daní občanů a podniků. (Janečková, Vašítková, 1999) Tyto služby poskytuje i obec svým občanům. Jedná se např. vyvážení komunálního odpadu, využívání knihovny či posilovny. V případě placení za služby poskytované obcí je nutné, aby obec znala sociálních situaci svých obyvatel, a zbytečně tak nezvyšovala ceny nad určitou přijatelnou hranici z důvodu hrozby neplacení a zadlužování svých obyvatel.

Ceník služeb pro občany (za odvoz komunální odpadu za jednu popelnici na rok 2013, poplatek ze psů) je uveden v následující tabulce. Samostatně žijící občané důchodového věku a matky samoživitelky (mající ve vlastní péči alespoň jedno dítě mladší patnácti let) mohou uplatnit slevu na komunálním odpadu ve výši 500,- Kč.

Tabulka 7: Ceník služeb pro občany

Komunální odpad	1 x týdně	2 000,- Kč
	Kombinovaný	1 700,- Kč
	1 x 14 dní	1 350,- Kč
	1 x měsíčně	750,- Kč
	Jednorázový	80,- Kč
Poplatky ze psů	za prvního	50,- Kč
	za každého dalšího	100,- Kč

Zdroj: Interní informace obce Vřeskovice, 2013

4.9.4 Distribuce

Podstatou distribuce je především cesta, jakou se produkt či služba od obce dostane ke konečnému spotřebiteli. (Janečková, Vašítková, 1999) O produktech obce se lidé mohou dozvědět z webových stránek obce nebo z mediálních informací. O dostupnosti obce informují také webové stránky. Jelikož Vřeskovice leží od hlavního tahu Plzeň-Klatovy dva a půl kilometru, do obce se dostaneme využitím vlastního automobilu nebo hromadné dopravy (autobusu), který ovšem jezdí pouze několikrát za den.

4.9.5 Materiální prostředí

Materiální prostředí obec využívá, aby odlišila své produkty od ostatních na trhu. Toto prostředí tvoří příroda a celkové územní uspořádání, budovy, zařízení, komunikace, zeleně a podobně. (Janečková, Vašítková, 1999)

Obec Vřeskovice je obklopena mnoha lesy a poli. Na nedostatek přírody si obyvatelé tedy nemohou stěžovat. Obecní úřad sídlí společně s místní hospodou v jedné budově. Z nemovitostí má obec ve svém vlastnictví dále místní Kampeličku, veškeré pozemní komunikace, rybník, koupaliště, Kostel svatého Jana Křtitele a hasičskou zbrojnici. Právě zmíněné koupaliště občané oceňují a váží si ho (Příloha C).

4.9.6 Komunikace

Jedním z důležitých komunikačních nástrojů je propagace. Obec má k dispozici propagační materiály, např. pohlednice obce, propisovačky, mapy, upomínkové předměty. (Janečková, Vašítková, 1999)

Mezi nejmodernější komunikační prostředky patří Internet. Vřeskovice mají své webové stránky, pro jejichž tvorbu a údržbu si obecní úřad najímá místního obyvatele. Tyto stránky charakterizují samotnou obec, popisují místní spolky, volnočasové aktivity, historii obce, uveřejňují veřejné vyhlášky apod.

Dále obec využívá k informování obyvatel veřejný rozhlas, měsíční noviny Vřeskovák, obecní vývěsku umístěnou u prodejny COOP. Nedávno obec zavedla novinku - tzn. infokanál. Jedná se o zasílání SMS zpráv svým občanům o aktuálním dění v obci. Obyvatelé oceňují nejvíce měsíční noviny Vřeskovák, které vydává zastupitelstvo obce každý měsíc. Jsou s nimi velmi spokojeni a považují je za výborné (Příloha C).

Na podzim roku 2012 mikroregion Běleč vydal „Katalog poskytovatelů sociálních a návazných služeb“, který je zdarma k dostání na obecním úřadě. Jsou v něm obsaženy užitečné informace o sociálních službách a o případné pomoci občanům. Od jara roku 2013 je k dostání informační brožura o mikroregionu Běleč a v ní aktualizované informace o Vřeskovících. O vzniku této brožury byli obyvatelé informováni na veřejném zasedání zastupitelstva obce v září 2012.

4.9.7 Lidé

Dojem, který si obyvatelé a návštěvníci udělají o obci, je velmi důležitý. Tento dojem si odnášejí o samotném produktu. Lidé v obci jsou klíčoví pro cestovní ruch a turisty.

Obec může lidem nabídnout využívání spolkových aktivit v jejich volném čase. Jsou v kompetenci dvou místních spolků - Tělovýchovné jednota a Sboru dobrovolných hasičů. Přehled aktivit pořádaných těmito spolky je uveden v kapitole 3.5.2 a 3.5.3.

Vzhledem k průměrnému věku obyvatel v Plzeňském kraji a České republice lze konstatovat, že obyvatelé ve Vřeskovících jsou staršího věku než je průměr v Plzeňském kraji a České republice (viz Tabulka 3). Problémem obce je tedy zvyšující se průměrný věk obyvatel v obci.

4.9.8 Partnerství

Na nabízení produktů obce se podílí různé subjekty a sektory. Proto se obec neobejde bez spolupráce – partnerství. Obec Vřeskovice je součástí mikroregionu Běleč.

Partnerskou obec zatím nemá žádnou. Před několika lety se snažila navázat partnerství s německou obcí, ovšem tato obec neopětovala zájem. O další partnerství s jinými obcemi se Vřeskovice prozatím nepokusily.

Obec spolupracuje s městy Švihov a Přeštice (viz 3.5.2). Z právnických osob lze uvést spolupráci s firmou ASAVET Biřkov, což je hlavní zaměstnavatel obyvatel Vřeskovice. Obec se snaží s touto firmou o vzájemnou spolupráci a odstranění zápachu, který z Biřkova doléhá až do Vřeskovic.

V obci fungují dva místní spolky – Tělovýchovná jednota a Sbor dobrovolných hasičů. S oběma spolky obec úzce spolupracuje, navzájem si vypomáhají a pořádají společně různé kulturní a společenské akce.

5 NÁVRHY A ZLEPŠUJÍCÍ OPATŘENÍ

Kapitola se zabývá návrhy a opatřeními, které přispějí k zlepšení marketingových aktivit. Celkem 16 změn bylo navrženo na základě výsledků a názorů občanů z prvního dotazníku. Všechny se objevily ve druhém dotazníku a občané k nim vyjadřovali svůj souhlas či nesouhlas. Přijetí návrhu bylo podmíněno nadpoloviční většinou všech odpovědí, tzn. návrh byl prioritní pro více než 50 % respondentů. Druhý dotazník vyplnilo celkem 73 obyvatel obce. Návrhy, které získaly více než 37 hlasů, jsou v následující tabulce na základě podmíněného formátování zobrazeny od zelené po žlutou barvu. Návrhy, které nedostaly nadpoloviční většinu hlasů, jsou považovány za druhořadé. Tyto návrhy jsou v tabulce podbarveny červeně. Druhý sloupec tabulky představuje počet hlasů od respondentů. Práce se bude dále zabývat pouze návrhy a změnami, které získaly nadpoloviční většinu a jsou tedy pro občany prioritní.

Tabulka 8: Přehled navržených změn a opatření

diskusní fórum na webových stránkách obce - možnost plánování společných cest	58
vybudování naučné stezky na Stříbrnici	55
uspořádání dobrovolných pracovních brigád	52
vybudování cyklotrasy z Ježov do Vřeskovice	51
2 informační panely na měření rychlosti projíždějících vozidel	48
změna otevírací doby knihovny	46
zavedení nedělního klidu	44
vybudování chodníků	43
vyvěšení jízdních řádů autobusů a vlaků na veřejně přístupném místě	42
zvýšení frekvence autobusových linek	41
doplnění obsahu měsíčníku Vřeskovák	40
posílení telefonního signálu v kulturním domě	39
pořádání skupinových výletů, zájezdů	26
zavedení Kroužku maminek s dětmi	25
vytvoření diskusního fóra („chatu“) na webových stránkách obce	16
modernizace koupaliště	13
vytvoření místa pro vývoz bioodpadu	10

Zdroj: Vlastní zpracování, Plzeň, 2012

Dotazovaní nejvíce ocenili a souhlasili se zřízením diskusního fóra na webových stránkách obce ohledně plánování společných cest autem. Rozvoj cestovního ruchu by uvítali všichni dotazovaní, což se ukázalo přijetím obou návrhů - vybudování cyklotrasy z Ježov do Vřeskovice a vybudování naučné stezky na nejvyšší vrchol Stříbrnice. Dále občané nejvíce přivítali uspořádání dobrovolných pracovních brigád pro obec. Nadpoloviční většinu všech hlasů a tudíž pro občany prioritní návrhy jsou v neposlední řadě tyto změny: zakoupení a instalace dvou informačních panelů na měření rychlosti projíždějících vozidel (od Lhovic a Biřkova), změna otevírací doby knihovny, vybudování chodníků, vyvěšení jízdních řádů na veřejně přístupném místě, zvýšení frekvence autobusových linek, v měsíčníku Vřeskovák připomínat více informací o obyvatelích a posílení telefonního signálu v kulturním domě.

Z 16 navržených změn dotazovaní nepreferují pět navržených, a to vytvoření místa pro vývoz bioodpadu, modernizaci koupaliště, vytvoření diskusního fóra, tzn. chatu, na webových stránkách obce, zavedení Kroužku maminek s dětmi a pořádání skupinových výletů, zájezdů.

V otevřené otázce, kterou měli občané k dispozici ve druhém dotazníku, se několikrát objevil názor na modernizaci a rekonstrukci dětského hřiště. Jelikož se tento návrh objevoval i v prvním dotazníku³, práce se jím nadále zabývá.

5.1 DISKUSNÍ FÓRUM NA WEBOVÝCH STRÁNKÁCH OBCE

Zvýšení frekvence autobusových linek je pro obec velice nákladnou položkou, kterou bohužel nemůže v blízké době akceptovat (více rozebíráno v kapitole 5.6). Proto byl občanům předložen návrh na založení diskusního fóra na webových stránkách obce ohledně plánování společných cest.

Fórum by fungovalo na principu vzájemné komunikace mezi občany. Pokud by člověk jel autem na nějaký autobusový nebo vlakový spoj, napsal by na fórum počet volných míst v autě a dobu odjezdu z obce. Tyto nabídky jednotlivých občanů by se zobrazovaly veřejně, každý by si je mohl přečíst a reagovat na ně. V případě zájmu by se potenciální zájemce domluvil s nabízejícím.

³ Respondenti se vyjadřovali ve druhém dotazníku pouze k takovým návrhům, které zmínilo deset či více občanů v dotazníku prvním. Návrh na modernizaci a rekonstrukci dětského hřiště se v prvním dotazníku objevil celkem šestkrát, nebyl tedy do druhého dotazníku zařazen. Nicméně i přesto se v odpovědích druhého dotazníku objevil dvanáctkrát, zřejmě je tedy pro občany důležitý a proto je v práci zařazen.

Diskusní fórum by ušetřilo čas i peníze lidem, kteří každodenně dojíždí na autobusový nebo vlakový spoj do Borov nebo Švihova. Nebyla by teda potřeba vyšší frekvence autobusových linek na další spoje do větších měst.

Náklady na vytvoření tohoto fóra by spočívaly pouze v odměně brigádníkovi, který má na starosti správu webových stránek obce. Vedení obec bylo s tímto návrhem seznámeno. V průběhu února 2013 byl kontaktován zmíněný brigádník a výše uvedený návrh je nyní ve fázi realizace.

5.2 VYBUDOVÁNÍ NAUČNÉ STEZKY NA STŘÍBRNICI

Naučnou stezkou se nazývá vyznačovaná výchovně vzdělávací trasa, která vede přírodně nebo v kulturně pozoruhodných prostorech, na nichž jsou vybrány takové významné jevy a objekty, které se zvláště vysvětlují. Výklad na stanovištích je zpravidla umístěn na informační panely nebo do průvodcovského textu, případně kombinací obou uvedených možností. (Česká geologická služba, 2013)

Hlavním cílem nové naučné stezky ve Vřeskovicích a okolí by bylo přilákat do obce více turistů, zvýšit jejich informovanost, zaujmout a zdržet je v obci, kde najdou možnosti ubytování i stravování. Naučná stezka by jistě potěšila i samotné občany obce, kteří vyjádřili svůj souhlas s jejím vybudováním. V obci by se tak rozvinula další aktivity, která by zvýšila atraktivnost obce jak pro samotné občany, tak i pro turisty. Na naučné stezce by se návštěvníci seznámili s přírodními a historickými poznatky. Část naučné stezky by byla navíc využita jako cyklotrasa. V rámci této nové možnosti by se vytvořily nové cíle pro cykloturistiku.

Průběh a forma

Naučná stezka by začínala na návsi obce Vřeskovice. Zvýšila by se tak i návštěvnost samotné obce, ne pouze naučné stezky. Dále by stezka pokračovala přes obec, za obcí mimo hlavní komunikaci na zajímavá místa v okolí Vřeskovic. Na celé stezce by bylo umístěno celkem 10 informačních tabulí (Obrázek 3). Obsahovaly by převážně historické události a pověsti, ale výjimkou by nebyly ani informace o vyskytujících se rostlinách, stromech a zvířatech. Devět tabulí by bylo naučných. Návštěvníci by se přiučili historii o obci Vřeskovice a jejího blízkého okolí. Jedna tabule, v práci nazývána jako nultá, by byla uvítací.

Základní informační tabule (nultá) by návštěvníky naučné stezky přivítala na jejím začátku. Jednalo by se o uvítací tabuli se seznámením se s projektem a stezkou a stručnou historií obce Vřeskovice. Další informační tabule by byla umístěna také na návsi obce a návštěvníci by se seznámili s Vřeskoviciemi jako sídlem šlechtického rodu. Byly by zde informace o historii pánů z Vřeskovice coby jedné z větví mocného západočeského rodu Drslaviců a zajímavosti o panském sídle ve Vřeskovících. Tabule číslo dvě by byla umístěna již v průběhu trasy u vrcholu Hůrka, kde je výhled na místní Kostel sv. Jana Křtitele. Třetí tabuli by návštěvníci potkali u Lázní Stříbrnice, kde by se seznámili i s jejich historií. V pořadí již čtvrtá tabule by stála na okraji lesa, kde je výhled na celý Švihov, a zejména na Státní hrad Švihov. Pojednávála by o zmíněném hradu coby dominantě kraje a sídlu hrdého panského rodu s pány z Vřeskovice příbuzensky spojeného. Pátá informační tabule by byla umístěna přímo na vrcholu Stříbrnice, kde je umístěná keška, která je součástí série Pahorky pro stonožky. (Stříbrnice, 2013) Šestou tabuli by návštěvníci našli na rozcestí „U křížku“ a dozvěděli by se o pověsti spojené s tímto místem. Zde je i dostatečný prostor pro umístění odpočívadla pro návštěvníky naučné stezky i cyklotrasy. Sedmá a osmá tabule by byla věnována přírodním zajímavostem krajiny, popisu vegetace a živočichů v lesích na Vřeskovicku. Poslední tabule by uváděla historii obce Biřkov coby panského sídla a další větve rodu Drslaviců na tamní tvrzi. Kompletní mapa trasy je znázorněna v Příloze E. Návrhy všech osmi tabulí jsou uvedeny v Příloze F.

Značení

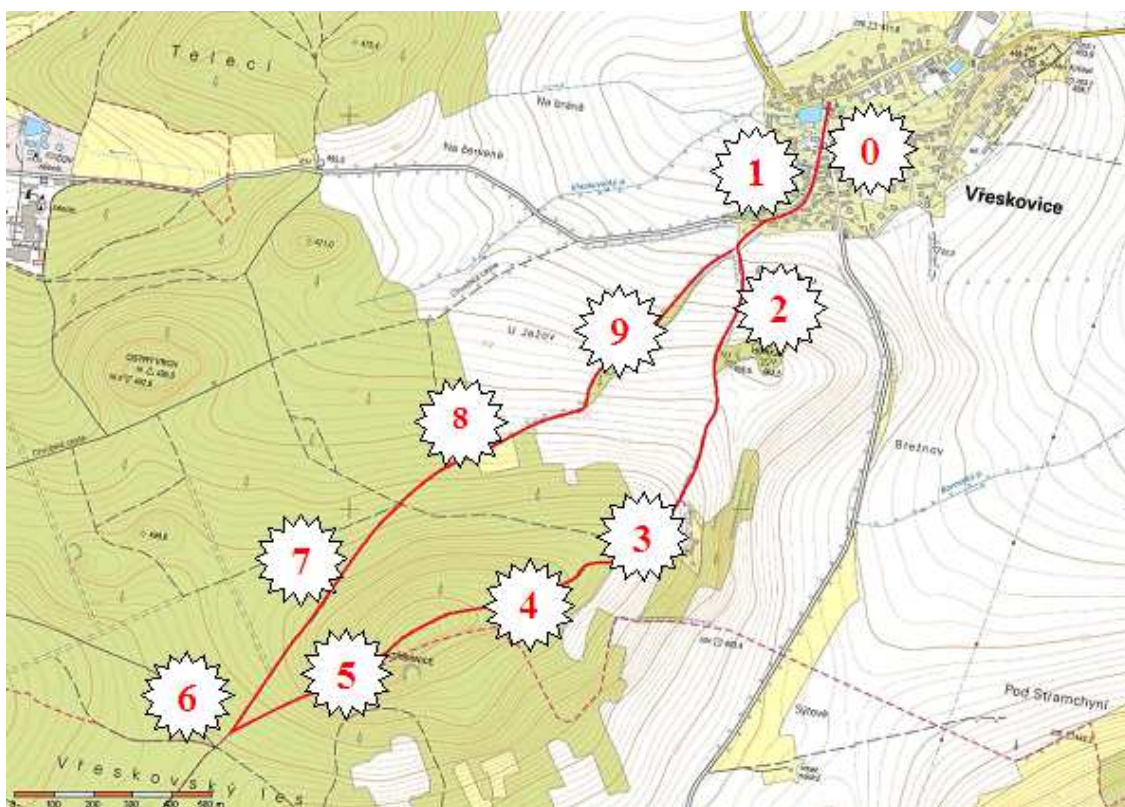
Označení pro naučnou stezku dle metodiky Klubu českých turistů (dále jen „KČT“) je bílý čtverec se šikmým zeleným pruhem vedoucím z pravého dolního rohu do levého horního rohu. Spolupráci při plánování, projektování, realizaci, zakreslení do turistických map a pravidelnou údržbu naučných stezek nabízí Krajská komise značení Plzeňského kraje. Zřizovatel si sám s KČT dohodne způsob vyznačení naučné stezky a uzavření s ním na tuto činnost a údržbu smlouvu. KČT přidělí zřizovateli značku pro naučnou stezku a evidenční číslo nové stezky. Zřízení naučné stezky musí respektovat určitá pravidla, která vznikly ve spolupráci Ministerstva pro místní rozvoj (dále jen „MMR“), Ministerstva životního prostředí (dále jen „MŽP“) a Klubu českých turistů. Jejich splnění je základní podmínkou pro získání dotací na zřízení a údržbu z dotačních programů MŽP a MMR. Rovněž jsou základní podmínkou pro spolupráci s Klubem českých turistů, který by mohl převzít úlohu vyznačování naučné stezky

včetně její údržby (pravidelná obnova po třech letech). Na základě této spolupráce Klub českých turistů zanese zákres průběhu nové naučné stezky do svých turistických map a i do map, na jejichž vydávání bude spolupracovat. (Česká geologická služba, 2013)

Další možností vyznačení trasy naučné stezky je využití vlastních sil.

Níže je uvedena mapa průběhu naučné stezky s vyznačenými místy umístění jednotlivých informačních tabulí

Obrázek 3: Mapa trasy s vyznačenými místy umístění informačních tabulí



Zdroj: Vlastní zpracování, Plzeň, 2013

Propagace

Ke zvýšení povědomosti o nové naučné stezce a k propagaci by sloužily čtyři propagační materiály. Jednalo by se o informační leták, DVD ROM, Youtube a brožuru. Informační leták by obsahoval na jedné straně mapu celé naučné stezky. Na druhé straně by zájemci našli podrobný průběh celé trasy, možnosti občerstvení, ubytování a ukrytí v případě nepříznivého počasí. DVD ROM by obsahovalo video z průběhu celé trasy s pohledy na nejzajímavější místa v okolí. Uvedení cyklostezky na internetovou stránku Youtube.com by představovalo moderní formu propagace, která je v dnešní době hojně využívána. Informační brožura by obsahovala texty z informačních tabulí

a mapu průběhu celé naučné stezky. Posloužila by návštěvníkům jako průvodce, výstup z absolvování stezky a i vzpomínka na ni. Její součástí by mohlo být i již zmíněné DVD.

Náklady

Náklady na vyznačení turistických značek po celé trase naučné stezky vlastními silami by představovaly cenu nákupu barev na vyznačení takových značek. S pomocí dobrovolníků by se tak ušetřily náklady na vyznačení trasy.

Náklad na obnovu 1 km značení se pohybuje okolo 300 Kč. Za jednu hodinu je Klub českých turistů schopen průměrně obnovit 1,5 km trasy. (Klub českých turistů Plzeňského kraje, 2013)

Náklady na výrobu informačních tabulí a propagačních materiálů jsou uvedeny v následujících tabulkách. O předběžnou kalkulaci nákladů na jejich výrobu byla požádána paní Simona Ullspergerová na základě doporučení od jiných realizátorů podobných akcí. Jedná se o fyzickou osobu podnikající na základě živnostenského zákona v Praze 10.

Tabulka 9: Náklady na výrobu informačních tabulí

	Cena bez DPH (v Kč)
Informační tabule (1 ks)	
výroba + potisk	15 000,00
grafický návrh	800,00
Celkem	15 800,00
Celkem za 10 ks	158 000,00

Zdroj: Simona Ullspergerová, 2013

Cenová nabídka od paní Simony Ullspergerové představuje kalkulaci na informační tabule a reklamní materiál. Informační tabule by byly vyrobeny z bukového dřeva, mořené s povrchovou úpravou a stříškou. Cena 15 000 Kč bez DPH zahrnuje výrobu jedné tabule včetně potisku a ocelových kolíků pro upevnění do země. Grafický návrh jedné tabule by podle kalkulace vyšel na 800 Kč.

Tabulka 10: Náklady na výrobu propagačních materiálů

	Cena bez DPH (v Kč)
Brožura (1 000 ks)	
grafický návrh	8 500,00
tisk	25 000,00
Informační leták (1 000 ks)	
grafický návrh	3 600,00
tisk	9 300,00
Celkem	46 400,00

Zdroj: Simona Ullspergerová, 2013

Náklady na 30ti stránkovou brožuru, která by sloužila jako průvodce, v celkovém počtu 1 000 kusů by dosahovaly výše 33 500 Kč (grafický návrh 8 500 Kč, tisk 25 000 Kč). Náklady informačního letáku v celkovém počtu 1 000 kusů byly vyčísleny na 12 900 Kč (grafický návrh 3 600 Kč, tisk 9 300 Kč). Náklady na propagační materiály (výrobu brožur a informačních letáků) by byly ve výši 46 400 Kč. Náklady na výrobu 10 kusů informačních tabulí se dle nabídky odhadují na 158 000 Kč bez DPH. Celkové náklady na informační tabule a propagační materiály jsou vyčísleny na 204 400 Kč.

5.3 POŘÁDÁNÍ DOBROVOLNÝCH PRACOVNÍCH BRIGÁD

Z prvního dotazníkového šetření vyplynulo, že občané jsou ochotni pomoci obci aktivně i pasivně (sdělováním nápadů). Souhlasili s pořádáním dobrovolných pracovních brigád, které by pořádala obec pro občany. Na tyto brigády by se ale také vztahoval nedělní klid od 11 do 13 hodin.

Obec má zpracovaný přehled drobných prací, které by byly potřeba vykonat. Práce jsou rozděleny do několika oblastí: práce v obci, práce v kulturním domě, sekání křovinořezem a sekačkou. Ve všech 3 zmíněných oblastech je prací nespočet. Z prací po obci lze uvést například péči o dětské hřiště – natřít lavičky a atrakce, dodělat plot a dvířka, upravit povrch, zajistit péči o pomník na návsi – vyčistit žlabovnice a mříže na kanálech, udržovat živý plot u koupaliště, zajistit chemický postřik obecních cest a strouh. Na cestě do Mstic je potřeba doplňovat kamení, prořezat, pročistit propustky a strouhy. V kulturním domě je zapotřebí například zajistit údržbu sklepa – vyklidit, natřít dveře

a schodiště, zamykání stojanů na kola, výrobu a instalaci zábradlí u venkovního schodiště. Sekání křovinořezem a sekačkou je zapotřebí po celé obci, na hřbitově, na cestě do Mstic.

Výhodami pořádání těchto brigád by bylo především zlepšení mezilidských vztahů mezi obyvateli, seznamování se navzájem, navazování nových kontaktů. Pro obec by to znamenalo jak lepší vztahy v obci, tak realizaci různých prací, za které by obec musela platit někomu jinému. Jako odměnu pro zúčastněné občany těchto pracovních brigád by obec zařídila a přispěla na večerní posezení s hudbou a občerstvením. Případně by obec poskytla zúčastněným slevu při platbě na vývoz komunálního odpadu, za domácí zvíře, apod.

Náklady na zařízení hudební produkce jsou vyčísleny na zhruba dva až tři tisíce korun. Z občerstvení by obec brigádníkům poskytla svačinu přes den a večer dva nápoje a jeden chod k jídlu. Náklady na zmíněné občerstvení by závisely na počtu zúčastněných brigádníků. Na jednoho člověka lze počítat přibližně s dvě stě korunami.

5.4 VYZNAČENÍ NOVÉ CYKLOTRASY

Cyklotrasa je taková dopravní cesta, která vede po silnicích, místních či účelových komunikacích. Z hlediska bezpečnosti a plynulosti silničního provozu je vhodná pro provoz cyklistů. Značení respektuje Zákon o provozu na pozemních komunikacích. Používá se tří základních cykloznaček: Návěst před křižovatkou, Směrová tabule a Směrová tabulka. Všechny obsahují symbol kola, číslo příslušné trasy a směrové tabule obsahují i kilometrové vzdálenosti k dalším cílům na dané trase. (českojede.cz, 2013; Klub českých turistů, 2013)

V okolí Vřeskovice vede mnoho cyklotras. Přes město Švihov vede např. cyklotrasa č. 2042 (průběh Nepomuk-Prapořiště), která se ve městě napojuje na cyklostezku č. 38 vedoucí ze Švihova do Běšin a dále až na Šumavu. V nedaleké obci Roupov začíná cyklotrasa č. 2186, která vede z Roupova přes Lužany, Horšice do Měčina. Tam se střetávají 3 cyklotrasy a dále pokračuje cyklotrasa č. 2082 směrem na Plánici. Vyznačení obou cyklotras je uvedeno v Příloze G. (Mapy.cz, 2013)

Průběh

Jelikož cyklisté projíždějí Vřeskovice často, zřídila obec na své návsi i odpočinkové místo s odpočívadlem a informačními tabulemi, které obsahují různé informace o obci

Vřeskovice. Ke zvýšení návštěvnosti a propagace obce se obyvatelé vyjadřovali k vybudování nové cyklotrasy. Návrh nové cyklotrasy spočívá v propojení cyklotras č. 2042 a 2186. Propojily by se tak města Ježovy, Vřeskovice a Roupov. Cyklisté by mohli přejíždět mezi jednotlivými obcemi a rozhodovat se mezi různými cíli svých cest. Cyklotrasa by tedy splňovala svůj účel propojit taková místa, kde je cyklistická doprava. Tato nová cyklotrasa by vedla z rozcestí za obcí Ježovy, podél navrhované naučné stezky na náves Vřeskovic, odtud po silnici do Roupova. Cyklotrasa by rozšířila i povědomost o navrhované nové naučné stezce ve Vřeskovících. Z rozcestí za obcí Ježovy vede vyhovující zpevněná cesta podél lesa až na okraj obce Vřeskovice. Vřeskovícemi by cyklisté projížděli po asfaltové komunikaci až do Roupova.

Značení

Značení cyklotras a jejich údržba je v kompetenci Klubu českých turistů (za podpory státu a regionu). Používají se zvětšené značky se žlutými krajními pásy nebo speciální silniční směrové značky žlutooranžové barvy.

Financování značení je možné z dotace od ministerstva pro místní rozvoj, kraje, mikroregionů nebo sponzorů. Evidence i propagace nové cyklotrasy jsou také v kompetenci Klubu českých turistů.

Náklady na vybudování nové cyklotrasy by spočívaly ve výrobě a umístění jednotlivých směrových dopravních značek. Na základě dohody je zřizuje a udržuje Klub českých turistů. (Klub českých turistů, 2013)

5.5 INFORMAČNÍ PANELY NA MĚŘENÍ RYCHLOSTI

Občané si stěžovali na vysokou rychlost projíždějících vozidel. Na základě těchto stížností začala obec uvažovat o zakoupení informačních panelů pro měření rychlosti projíždějících vozidel. V průběhu vypracování práce bylo poptáváno sedm nezávislých firem z různých koutů České republiky. Na základě získaných nabídek se jeví jako nejvhodnější nabídka od firmy RAMET, a. s. z důvodu dodání úplné nabídky, přijatelné ceny a dobré komunikace. Obec dostala i doporučení na tuto společnost fungující na trhu už 11 let.

Tabulka 11: Nabídka informačního panel na měření rychlosti

Dodávka	Cena bez DPH (v Kč)
Panel zn. RAMER8 RS	39 450,00
Instalace panelu	2 500,00
Přídavný panel s nápisem „zpomal“	4 900,00
Přídavný panel s nápisem „POZOR DĚTI“	5 900,00
Přídavný panel s nápisem „POZOR DĚTI A ZPOMAL“	11 600,00

Zdroj: RAMET, a. s., 2013

Společnost doporučila obci typ měřiče rychlosti RAMER8 RS z důvodu jeho nízké ceny, malé hmotnosti a variability. Měřič zobrazuje okamžitou rychlost projíždějících vozidel. Tento měřič rychlosti může být vybaven přídavným světelným panelem (např. s nápisem zpomal, pozor děti, pozor děti a zpomal), je ideální k montáži na sloup veřejného osvětlení i pro montáž na sloupy s trvalým přívodem elektrické energie. Při překročení maximální povolené rychlosti (v obci 50 km/h) projíždějícího vozidla začnou číslice indikující rychlost blikat. Měřič umožňuje bezdrátové stažení statistiky pomocí zařízení Bluetooth. Statistiky zaznamenávají veškeré informace o projíždějících vozidlech – datum, čas, průměrná a maximální rychlost.

Základní cena bez DPH včetně instalace za jeden panel bez jakéhokoliv přídavného panelu by byla ve výši 41 950,00 Kč + náklady na cestovné.

5.6 ZMĚNA OTEVÍRACÍ DOBY KNIHOVNY

Občané si v prvním dotazníkovém šetření stěžovali na nevyhovující otevírací dobu knihovny, která byla každé středy a pátky od 16 do 18 hodin.

Po konzultacích s vedením obce a knihovnicí se otevírací doba změnila dle přání občanů a ti mohou knihovnu nově navštěvovat již v změněné otevírací době od ledna 2013. Do prosince mohli občané knihovnu navštěvovat vždy ve středu a pátek od 16 do 18 hodin, od nového roku si lze literaturu vypůjčit od 17 do 19 hodin. Na přání občanů všední dny zůstaly stejné, otevírací doba se pouze přesunula do večerních hodin.

5.7 ZAVEDENÍ NEDĚLNÍHO KLIDU

Na přání občanů a stížností na neohleduplnost obyvatel, se ve druhém dotazníku objevila otázka ohledně zavedení nedělního klidu. Z dotazníkového šetření vyplynulo, že z 73 dotázaných si celkem 44 přeje zavedení nedělního klidu (Příloha D). Po domluvě s vedením obce Vřeskovice by tento nedělní klid platil od 11 do 13 hodin.

Zavedení nedělního klidu by bylo pouze žádostí obce. Obec by porušení tohoto klidu nijak netrestala, šlo by pouze o veřejnou prosbu občanům, která by byla uveřejněna na obecní vývěsce a v měsíčníku Vřeskovák. Seznámit občany s tímto plánem lze také předběžně na veřejném zasedání na jaře roku 2013.

Zákaz by platil na veškeré pracovní činnosti v neděli od 11 do 13 hodin, včetně dobrovolných pracovních brigád pro obec.

Odhad nákladů na zavedení tohoto opatření je minimální. Obec by vydala pouze vyhlášku na zavedení nedělního klidu a požádala občany o jeho dodržování. Případně by mohla obec propagovat toto nové opatření nějakým symbolem – například obrázkem přeškrtnuté sekačky na trávu (Obrázek 4).

Obrázek 4: Návrh obrazové propagace nedělního klidu



Zdroj: Vlastní zpracování, Plzeň, 2013

5.8 VYBUDOVÁNÍ CHODNÍKŮ

V obou dotazníkových šetřeních vyslovili občané přání vybudovat v obci chodníky. Po konzultacích s vedením obce bude obec o této realizaci uvažovat až po vybudování kanalizace z důvodu aktuálního nedostatku finančních prostředků. Od loňského roku se v obci provádí velice nákladná akce týkající se budování kanalizace. S tím souvisí i splácení úvěru, který si obec na tuto realizaci vzala. Po částečném splacení všech dluhů obec plánuje vypracování cenové nabídky projektu a zahájení realizace budování

chodníků podél hlavní silnice v obci směrem k prodejně COOP a kulturnímu domu. Tato trasa byla určena z důvodu největší frekvence chodců po celé obci.

5.9 VYVĚŠENÍ JÍZDNÍCH ŘÁDŮ NA VEŘEJNĚ PŘÍSTUPNÉM MÍSTĚ

Občané jsou s hromadnou dopravou v obci nespokojeni, což vyplývá z obou dotazníkových šetření.

Autobusovou dopravu v obci využívají převážně školáci a důchodci. Právě druhá zmíněná skupina nemá velké zkušenosti s výpočetní technikou a internetem, kde si mohou jízdní řády vyhledat. Proto by bylo pro mnoho z nich jistě prospěšné uveřejnit jízdní řády autobusů směrem na Švihov a Klatovy, na Borovy a vlaků směrem na Klatovy a Plzeň na veřejně přístupném místě. Vhodná by byla například obecní vývěska. Tato změna by přispěla k větší informovanosti obyvatel.

Náklad na realizaci této změny by pro obec představoval pouze výtisk jízdních řádů jednotlivých spojů autobusů a vlaků.

5.10 ZVÝŠENÍ FREKVENCE AUTOBUSOVÝCH LINEK

Mezi další změny v rámci infrastruktury a dopravy patří zvýšení frekvence autobusových linek, jelikož si respondenti stěžovali na nedostatečnou frekvenci. Největším požadavkem občanů ohledně autobusových linek bylo zavedení linky do Plzně na 8 hodinu ránní. Jelikož ale z Borov jezdí několik autobusů v hodině, je zbytečné tuto novou linku zavádět až do Plzně.

Problém ohledně zavedení autobusového spoje do Plzně na 8 hodinu by vyřešil pouze autobusový spoj do Borov, na který by navazovaly další spoje do Plzně. Autobus, který přijede ze Švihova do Vřeskovic v 6.05 hodin se vrací zpět do Švihova a Klatov až v 6.35 hodin. Během čekací půl hodiny v obci by stihl dojet až do Borov, tam se otočit a jet zpět do Vřeskovic. Celá tahle cesta by mu nezabrala více než 15 minut, takže časová rezerva pro plynulý průběh by byla dostatečná. Autobusy směrem na Plzeň jezdí od 6 hodin zhruba po 15ti minutových intervalech (6.18, 6.33). Vlaky na Plzeň jezdí v 6.21 a 7.06 hodin. Autobusy směrem na Klatovy jezdí v 6.20 a 6.55, vlak 6.49 hodin. Tento nový autobusový spoj by byl pro občany optimální, protože do Plzně by se dostali před 8 hodinou ránní. Byl by tedy v Plzni i dostatečný časový prostor

pro přesun po městě. Využívali by ho převážně studenti a pracující, kteří musí být ve škole nebo v práci v 8 hodin.

Na základě těchto informací obec Vřeskovice provedla poptávku na možnost prodloužení jízdy autobusu nebo přidání nového spoje do Borov. Z ČSAD Plzeň obdržela odpověď, že zařazení nového spoje jejich společnost nevyřizuje. Přidání nového autobusového spoje je v kompetenci odboru dopravy Plzeňského kraje a společnosti, která zajišťuje koordinaci veřejné dopravy v kraji. Obec by musela udat předpokládanou vytíženost daného spoje. V případě zařazení nového spoje by se obec musela podílet na financování. Vyšší finančního příspěvku ale ČSAD Plzeň nebyla schopna sdělit.

V minulosti, kdy se obec zajímala o zvýšení frekvence autobusových linek a zařazení nových spojů, se náklady na tuto realizaci pohybovaly v desítkách tisíc korun (přidání jednoho autobusového spoje vyšlo zhruba na 40 000 – 50 000 korun).

O tomto návrhu obec do budoucna nadále uvažuje, zastane aktivní přístup při dalším jednání o jízdních řádech. Tato možnost zůstává tedy otevřena, v případě zájmu obce bude kontaktován koordinátor veřejné dopravy.

5.11 DOPLNĚNÍ OBSAHU MĚSÍČNÍKU VŘESKOVÁK

Z marketingového průzkumu vyplynulo, že obyvatelé jsou spokojeni s měsíčními novinami Vřeskovák. V otevřených otázkách se ovšem objevily návrhy na doplnění některých informací. Občané by se z těchto novin rádi dozvěděli více informací o obyvatelích – nově přistěhovalých, narozených, zemřelých, přestěhovaných. Tyto noviny vydává obecní úřad, kterému byly sděleny veškeré návrhy na jejich aktualizaci.

Náklady na tuto změnu jsou minimální, jde pouze o přidání aktuálních údajů do každo-měsíčních výtisků. Zaměstnankyně obecního úřadu má přehled o těchto změnách.

5.12 POSÍLENÍ TELEFONNÍHO SIGNÁLU V KULTURNÍM DOMĚ

Obyvatelé Vřeskovice si již několik let stěžují na nekvalitní signál v celé obci. S tímto problémem se vedení obce již zabývalo i v minulosti, kdy několikrát kontaktovalo telefonní operátory. Ti i přes opakované výzvy na zesílení signálu neprojevíli žádnou snahu o pokrytí celé oblasti obce, a to především z finančních důvodů.

S pomocí vedení obce se autorka snažila vyhovět přání občanům a navrhnout takové řešení, které by posílilo mobilní signál. Proto vzešel návrh na posílení signálu v kulturním domě, což je nejnavštěvovanější veřejná budova v obci. Vyřešení problému by zajistila koupě zesilovačů mobilního signálu (tzn. repeatrů). Nevýhodou těchto zařízení je ale pouze jejich vnitřní použití.

Náklady na přístroje, které by umožnily posílení signálu (ovšem pouze v jednotlivých budovách), se pohybují v desítkách tisíc korun. Nezabezpečilo by to tedy pokrytí telefonního signálu v celé obci. Vzhledem k současné finanční situaci obce není tato možnost pohledem vedení obce považována za prioritní situaci k realizaci.

5.13 REKONSTRUKCE DĚTSKÉHO HŘIŠTĚ

Ve středu obce za prodejnu COOP se nachází dětské hřiště. Na tomto hřišti mohou děti využívat houpačku, kolotoč a pískoviště. Hřiště, které již několik let neprošlo žádnou rekonstrukcí, je v nevyhovujícím stavu. Atrakce jsou zastaralé, chybí jakákoli inovace. Občané si na úroveň hřiště stěžovali. Takový stav se dal očekávat vzhledem k vzrůstajícímu počtu rozených dětí.

V minulosti, kdy se obec poptávala po rekonstrukci dětského hřiště, dostala nabídky pohybující se v rozmezí od 300 000 do 400 000 korun. Obec nemá ve svém rozpočtu přebytečné peníze na rekonstrukci a modernizaci dětského hřiště. Zdrojem financí by mohly být tzv. projektové soutěže.

Grantová instituce, kraj, některé z ministerstev, nadace či jiná organizace. Společně s vedením obce byla hledána taková dotace či grant, kde podmínkou nebude spoluúčast žadatele. Z tohoto důvodu lze uvést například Nadaci ČEZ, která zajišťuje granty na podporu výstavby a kompletní rekonstrukce dětských, sportovních a dalších hřišť.

Nadace ČEZ

Energetická společnost ČEZ založila v roce 2002 organizaci Nadace ČEZ. Svou činnost nadace soustřeďuje především na podporu aktivit dětí a mládeže a aktivní spolupráci s regiony.

Nadace ČEZ vyhlásila grantové řízení **Oranžové hřiště 2013**. Toto grantové řízení je zaměřeno na podporu výstavby a kompletní rekonstrukci dětských, sportovních

či jiných hřišť. Podmínkou pro žadatele je veřejná přístupnost hřiště s výjimkou hřišť v areálech mateřských škol a zdravotních a sociálních zařízení.

Žádost se podává elektroniky odesláním webového formuláře, písemné žádosti se nepřijímají. Není povinnost do žádosti uvést detailní rozpočet na realizaci, ten se povinně posílá až po výběru úspěšných žadatelů. Každá žadatel může podat pouze jednu žádost ročně. Uzavírka žádostí pro tento rok je 30. září 2013.

Tato dotace by byla pro obec Vřeskovice nejvhodnější z důvodu uplatnění 100 % uznatelných nákladů. Nadace ČEZ netrvá na spoluúčasti žadatele na financování hřiště. (Nadace ČEZ, 2013)

5.14 DALŠÍ DÍLČÍ NÁVRHY

Práce se podrobně zabývá všemi návrhy, které občané v dotazníkových šetření označili za prioritní a získaly nadpoloviční většinu hlasů všech respondentů. Níže jsou uvedeny dílčí návrhy, které vyplynuly z otevřených otázek v dotaznících, ale nezískaly dostatečný počet hlasů na uveřejnění v dotaznících. Mezi těmito návrhy jsou i takové, které navrhla sama autorka na základě zjištěných informací a poznatků během celé práce. Tyto návrhy nejsou dále rozpracovávány, jelikož s nimi nebyli občané seznámeni v dotaznících. Práce se zabývala pouze návrhy, které byly předloženy občanům obce. Níže uvedené návrhy představují pouze nápady a inspiraci pro další diskuze obce s občany do budoucna.

Návrhy na realizaci do budoucna:

- rozvinout spolupráci s městem Švihov, navázat na spolupráci při festivalu Švihovské hudební léto,
- rozvinout spolupráci s okolními obcemi a městy, dohodnout se na spolupráci při pořádání kulturních či sportovních akcích,
- navázat partnerství s obcí či městem,
- pravidelně v obci pořádat Setkání rodáků,
- najmout na údržbu koupaliště brigádníka nebo rozšířit dosavadní popis práce brigádníkovi na péči o zeleň,
- zlepšit péči o úpravu zeleně po obci.

6 ZÁVĚR

V rámci předložené bakalářské práce jsou analyzovány marketingové aktivity obce Vřeskovice. V práci se autorka zaměřila na analýzu pomocí dotazníkových šetření. Obyvatelé příslušné obce se vyjadřovali k aktuálním problémům v obci a k navrženým opatřením na zlepšení života v obci.

Na začátku práce jsou vymezeny cíle práce a charakterizována metodika práce, ve které je popsán průběh prováděného výzkumu v obci Vřeskovice. Pro dobré pochopení a porozumění problematiky jsou v následující části vysvětleny základní pojmy vztahující se k tématu marketingu. Stručně je definován regionální marketing, marketing obcí a jsou objasněny cílové skupiny obecního marketingu. Hlavním tématem třetí kapitoly je charakteristika a popis obce Vřeskovice. Jsou vymezeny aktivity v obci, marketingové prostředí, SWOT analýza a marketingový mix. V kapitole je popisován život v obci a probíhající události. Ze zjištěných poznatků byl sestaven první dotazník, který zajistil přísun názorů obyvatel obce. Z výsledků prvního dotazníku vznikly návrhy na zlepšení situace a vyřešení zjištěných problémů. Hlavní částí poslední kapitoly, která je výsledkem celé práce autorky, je charakteristika návrhů a zlepšujících opatření, které vyplynuly z problémů zjištěných ze dvou dotazníkových šetření. Tyto návrhy jsou v textu detailně rozpracovány. K ulehčení finančního rozpočtu obce autorka v práci navrhuje i možnost využití grantu.

V průběhu vypracovávání práce byly poptávány různé firmy – na vypracování podrobné kalkulace na zřízení informační panelů na měření rychlosti nebo na vypracování nabídky na výrobu informačních tabulí pro naučnou stezku. Z uvedených nabídek byl vždy vybrán nejvhodnější kandidát, který byl nejpříznivější jak cenou, tak byl hodnocen i dalšími kritérii (např. způsobem komunikace či distribuce).

Zjištěné názory, přání obyvatel i všechny návrhy na realizaci byly předány vedení obce. Ti velice ocenili navržené změny a opatření, které je budou inspirovat při práci do budoucna. Po celou dobu výzkumu s autorkou aktivně spolupracoval starosta obce Vřeskovice a podílel se na vypracovávání návrhů na realizaci do budoucna.

Hlavním cílem bylo zjistit názory a přání obyvatel obce. Na jejich základě vypracovat návrhy na realizaci a vyřešení problémů, které přispějí k zlepšení života v obci a k zlepšení propagace obce. Mezi dílčí cíle lze zařadit pomoc obci v jejím rozvoji

a přesvědčení občanů, že jejich názory jsou pro obec důležité. Výhodou pro vedení obce je, že jednotlivé dílčí návrhy mohou být ihned realizovatelné.

7 SEZNAM POUŽITÝCH TABULEK

Tabulka 1: návratnost dotazníků	10
Tabulka 2: Demografická struktura obyvatel Vřeskovic k 10.1.2013	29
Tabulka 3: Průměrný věk obyvatel	29
Tabulka 4: Rozpočet na rok 2012	31
Tabulka 5: Návrh rozpočtu na rok 2013	32
Tabulka 6: SWOT analýza obce Vřeskovice	33
Tabulka 7: Ceník služeb pro občany.....	36
Tabulka 8: Přehled navržených změn a opatření	39
Tabulka 9: Náklady na výrobu informačních tabulí	44
Tabulka 10: Náklady na výrobu propagačních materiálů	45
Tabulka 11: Nabídka informačního panel na měření rychlosti.....	48

8 SEZNAM POUŽITÝCH OBRÁZKŮ

Obrázek 1: Souvislost mezi marketingem místa, centra města, města a regionu	13
Obrázek 2: Mapa okolí obce	18
Obrázek 3: Mapa trasy s vyznačenými místy umístění informačních tabulí.....	43
Obrázek 4: Návrh obrazové propagace nedělního klidu.....	49

9 SEZNAM POUŽITÝCH ZDROJŮ

ARON, Lubomír a kol. Československé opevnění 1935-1938. 2. vydání, Dvůr Králové nad Labem: Fortprint, 1998, 194 s. ISBN 80-86011-05-4.

Archiv Vlastivědného muzea Dr. Karla Hostaše v Klatovech, březen, 2013.

BLAŽEK, Jiří., UHLÍŘ, David. Teorie regionálního rozvoje. 2. vydání, Praha: Karolinum, 2011, 342 s. ISBN 978-80-246-1974-3.

BĚL, Jiří. Kapličky, kaple a kostely na Přešticku. Přeštice: Spolek pro záchranu historických památek na Přešticku, 2006, 114 s. ISBN 80-254-1116-8.

COOPER, John., LANE, Peter. Marketingové plánování – praktická příručka manažera. Praha: Grada Publishing, a.s., 1999, 230 s. ISBN 80-7169-641-2.

ČERNOHORSKÝ, Jiří. Příručka člena zastupitelstva obce. 1. vydání, Praha, 2002, 180 s. ISBN 80-238-9120-0.

Česká geologická služba [online]. Doporučené zásady pro zřizování, značení a údržbu naučných stezek a pro zřizování bodových informačních panelů. Praha: Česká geologická služba, 2012. [cit. 2013-02-26]. Dostupné z: <http://www.geology.cz/extranet/popularizace/naucne-stezky/nszasady.pdf>

českojede.cz [online]. Značení cyklotras - ČESKO JEDE [cit. 2013-02-23]. Dostupné z: <http://www.ceskojede.cz/rubriky/znaceni-cyklotras/>

Český statistický úřad [online]. 1301-12, Počet obyvatel v obcích, obsah. Praha: ČSÚ, 2012. [cit. 2012-11-15]. Dostupné z: <http://www.czso.cz/csu/2012edicniplan.nsf/p/1301-12>

Český statistický úřad [online]. 4003-12, Věkové složení obyvatelstva, obsah. Praha: ČSÚ, 2013. [cit. 2013-02-07]. Dostupné z: http://www.czso.cz/csu/2012edicniplan.nsf/publ/4003-12-r_2012

DVOŘÁČKOVÁ, Simona. Rok 2013: Poslední výzvy, ale i včasná příprava na léta 2014+. moderní obec, 2013, 2/2013. ISSN 1211-0507

FERRELL, Odies C., HARLINE, Michael D. Marketing Strategy. 5. edition, South-Western: Cengage Learning, 2011, 768 s. ISBN-13 978-0-538-46738-4.

FORET, Miroslav., PROCHÁZKA, Petr., URBÁNEK, Tomáš. Marketing - základy a principy: [marketingové prostředí, řízení, nástroje, postupy]. 1. vydání, Brno: Computer Press, 2003, 199 s. ISBN 80-722-6888-0.

FORET, Miroslav., STÁVKOVÁ, Jana. Marketingový výzkum: jak poznávat své zákazníky. 1. vydání, Praha: Grada Publishing, a.s., 2003, 159 s. ISBN 80-247-0385-8.

FRANČÍK, Josef a kol. Plzeňská čára: československé opevnění z let 1935-1938 v západních Čechách. 1. vydání, Dvůr Králové nad Labem: Fortprint, 2006, 391 s. ISBN 80-86011-33-X.

HÁLEK, Vítězslav. Marketing obcí. 1. vydání, Hradec Králové: GAUDEAMUS, 2008, 54 s. ISBN 978-80-7041-226-8.

Hrady.cz [online] Hrady a zámky České republiky: Bolfánek, Chudenice [cit. 2013-03-09]. Dostupné z: <http://www.hrady.cz/index.php?OID=883>

HEBER, Franz Alexander. České hrady, zámky a tvrze. První díl, Západní Čechy. 1. vydání, Praha: Argo, 2002, 532 s. ISBN 80-7203-424-3.

HOSTAŠ, Karel., VANĚK, Ferdinand. Soupis památek historických a uměleckých v království Českém od pravěku do počátku XIX. století. XXV., Politický okres Přeštický. Praha: Archeologická komise při České akademii císaře Františka Josefa pro vědy, slovesnost a umění, 1907, 131 s.

Chráněná území ČR: Plzeňsko a Karlovarsko. Klatovy. 1. vydání, Praha: Agentura ochrany přírody a krajiny ČR, 2004, 48 s.

JIRÁK, Jan, archivář, Vlastivědné muzeum Dr. Hostaše v Klatovech, příspěvková organizace. Osobní rozhovor. Klatovy, 24.2.2013, 7.3.2013.

JAKUBÍKOVÁ, Dagmar. Strategický marketing: Strategie a trendy. Praha: Grada Publishing, a.s., 2008, 272 s., ISBN 978-80-247-2690-8.

JANEČKOVÁ, Lidmila., VAŠTÍKOVÁ, Miroslava. Marketing měst a obcí. 1. vydání, Praha: Grada Publishing, a.s., 1999, 178 s. ISBN 80-7169-750-8.

KALA, Tomáš. Regionální a mezinárodní marketing. 1. vydání, Hradec Králové: Gaudeamus, 2003, 136 s. ISBN 80-7041-929-6.

- KALA, Tomáš., BACHMANN, Pavel., HÁLEK, Vítězslav. Management malé obce. Management a marketing v podmínkách malých obcí. 1. vydání, Hradec Králové: Gaudeamus, 2007, 83 s. ISBN 978-80-7041-957-1.
- KAREL, Tomáš., KRČMÁŘ, Luděk. Panská sídla západních Čech - Plzeňsko. 1. vydání, České Budějovice: Veduta, 2006, 327 s. ISBN 80-86829-21-9.
- KLIMEK, Hynek. Šumava: Klatovsko. 1. vydání, Praha: Regia, 2009, 199 s. ISBN 978-80-86367-66-8.
- Klub českých turistů [online]. KČT - Turistické značení KČT. Praha: KČT, 2013. [cit. 2013-02-23]. Dostupné z: <http://www.kct.cz/cms/turisticke-znaceni-kct>
- Klub českých turistů Plzeňského kraje [online]. Naučné stezky jako turistické cíle Plzeňského kraje a blízkého okolí [cit. 2013-02-26]. Dostupné z: <http://www.plzenskykraj.kct.cz/nastezky/nastezky.htm>
- KOTLER, Philip. Marketing Management. 9. vydání, Praha: Grada Publishing, a.s., 1998, 712 s. ISBN 80-7169-600-5.
- KOTLER, Philip., KELLER, Kevin, Lane. Marketing Management. 12. vydání, Praha: Grada Publishing, a.s., 2007, 792 s. ISBN 978-80-247-1359-5.
- KOTLER, Philips., ARMSTRONG, Gary. Principles of Marketing. 13. edition, New Jersey: Pearson Education, 2010, 637 s. ISBN 978-0-13-700669-1.
- MALÝ, Václav. Marketingový výzkum – Teorie a praxe. 2. vydání, Praha: Oeconomica, 2008, 181 s. ISBN 978-80-245-1326-3.
- Mapy.cz [online]. Mapy.cz [cit. 2013-02-23]. Dostupné z: <http://www.mapy.cz/>
- MATOUŠEK, Václav, starosta, Obec Vřeskovice. Osobní rozhovor. Vřeskovice, 1.7.2012, 14.7.2012, 26.9.2012, 6.10.2012, 15.11.2012, 11.2.2013.
- MMR – Regionální politika [online]. Praha: MMR, 2012. [cit. 2012-09-10]. Dostupné z: <http://www.mmr.cz/cs/Podpora-regionu-a-cestovni-ruch/Regionalni-politika>
- Nadace ČEZ: Oranžové hřiště - vyhlašovaná grantová řízení [online]. Praha: Nadace ČEZ, 2013. [cit. 2013-02-10]. Dostupné z: <http://www.nadacecez.cz/cs/vyhlasovana-grantova-rizeni/oranzove-hriste.html>

OBERFALCER, Eduard. Turistický průvodce Pošumaví (3) a Povydrí. Sušicko, Kašperskohorsko, Klatovsko, Horažďovicko, Vacovsko. 1. vydání, 2009, 164 s. ISBN 978-80-254-6397-0.

Obec Vřeskovice [online]. Vřeskovice: Oficiální internetová prezentace obce. Vřeskovice, 2013. [cit. 2012-12-10; 2013-12-2]. Dostupné z: <http://www.vreskovice.cz/>

PAULIČKOVÁ, Renáta. Regionální a městský marketing. Bratislava: EUROUNION spol. s r. o., 2005a, 132 s., ISBN 80-88984-72_6.

PAULIČKOVÁ, Renáta. Teoretické otázky regionálního a městského marketingu. 1. vydání, TYPOS – Digital Print, spol. s r. o., 2005b, 126 s. ISBN 80-7043-365-5.

Plzeňský kraj [online]. Mapové kompozice ke stažení: Referenční mapy ke stažení – správní členění. Plzeň, 2013. [cit. 2013-01-28]. Dostupné z: <http://www.plzensky-kraj.cz/cs/clanek/mapove-kompozice-ke-stazeni>

RAMET, a. s. Individuální cenová nabídka pro obec Vřeskovice. 7. února, 2013.

Sedláček, August. Hrady, zámky a tvrze Království českého. Praha: Argo, 1996, 279 s. ISBN 80-7203-041-8.

SLÁMA, Jan., KULHÁNEK, Pavel. Lhovice: zajímavosti a obrázky z historie obce. Švihov: Městský úřad Švihov, 2001, 64 s. ISBN 80-238-9961-9.

Strukturální fondy [online]. Strukturální fondy EU - Informace o fondech EU. Praha: MMR, 2012. [cit. 2012-10-03]. Dostupné z: <http://www.strukturalni-fondy.cz/Informace-o-fondech-EU/Regionalni-politika-EU>

Stříbrnice [online]. Stříbrnice (GC1VKQQ) [cit. 2013-02-26]. Dostupné z: <http://www.hauner.cz/GC1VKQQ/>

SVOBODA, Ladislav a kol.. Encyklopedie českých tvrzí. Díl 1, A-J. 1. vydání, Praha: Argo, 1997, 272 s., ISBN 80-7203-068-X.

SVOBODA, Tomáš., LAKOSIL, Jan., ČERMÁK, Ladislav. Velká kniha o malých bunkrech / československé lehké opevnění 1936-1938. 1. vydání, Praha: Mladá fronta, 2011, 335 s. ISBN 978-80-204-2422-8.

ULLSPERGEROVÁ, Simona. Individuální cenová nabídka. Praha, 8. března, 2013.

ÚLOVEC, Jiří a kol. Encyklopedie českých tvrzí. III. díl. (S-Ž). 1. vydání, Praha: Argo, 2005, 1171 s. ISBN 80-7203-700-5.

ÚLOVEC, Jiří. Hrady, zámky a tvrze Klatovska. 1. vydání, Praha: Libri, 2004, 275 s. ISBN 80-7277-240-6.

ÚLOVEC, Jiří. Zaniklé hrady, zámky a tvrze Čech. 2. vydání, Praha: Libri, 2001, 397 s. ISBN 80-7277-037-3.

VANĚK, Ferdinand., HOSTAŠ, Karel., BOROVSKEÝ, František Adolf. Soupis památek historických a uměleckých v politickém okrese Klatovském. Praha: Archaeologická komise při České Akademii císaře Františka Josefa pro vědy, slovesnost a umění, 1899, 193 s.

Zájmové sdružení právnických osob Běleč [online]. Švihov: Běleč, 2013. [cit. 2013-02-07]. Dostupné z: <http://www.belec.jz.cz/>

ZAMAZALOVÁ, Marcela a kol. Marketing. 2. přepracované a doplněné vydání, Praha: C. H. Beck, 2010, 498 s. ISBN 978-80-7400-115-4.

ZEMAN, František., TEPLÝ, František. Kniha o Švihově a okolí. Švihov: František Trnka, 1927, 622 s.

10 SEZNAM PŘÍLOH

Příloha A: První dotazník

Příloha B: Druhý dotazník

Příloha C: Výsledky prvního dotazníkového šetření

Příloha D: Výsledky druhého dotazníkového šetření

Příloha E: Mapa trasy naučné stezky

Příloha F: Návrh informačních tabulí

Příloha G: Mapy cyklotras č. 2042 a č. 2186

PŘÍLOHA A: 1. DOTAZNÍK

DOTAZNÍK – ZJIŠTĚNÍ PŘÁNÍ A POTŘEB OBČANŮ OBCE

Vážení spoluobčané,

ve spolupráci se Západočeskou univerzitou v Plzni Vás žádáme o vyplnění tohoto dotazníku zaměřeného na zjištění Vašich názorů, přání a potřeb v obci Vřeskovice. Na tento dotazník naváže ještě jeden (říjen-listopad), ve kterém budou uvedeny konkrétní způsoby řešení problémů a opatření ke zlepšení života v obci, ke kterým se budete moci vyjádřit.

Vyplněné dotazníky si vyzvedneme osobně do 14 dnů nebo je můžete anonymně vhodit do schránky, která je umístěna za dveřmi v Jednotě COOP.

Výsledky obou dotazníků budou prezentovány na veřejném zasedání obce na jaře roku 2013.

Děkujeme za Vaši spolupráci!

1. Svůj názor vyjádřete křížkem do daného okénka.

	výborné ☝	dobré ☺	uspokojivé ☺	neuspokojivé ☹	špatné ☹	nechci/ nelze hodnotit
Volnočasové aktivity						
➤ kulturní vyžití						
➤ sportovní vyžití						
➤ pohostinství						
➤ knihovna						
➤ koupaliště						
Obec						
➤ práce zastupitelstva						
➤ webové stránky						
➤ propagace						
➤ životní prostředí						
➤ kvalita ovzduší						
➤ měsíčník Vřeskovák						
Pozemní komunikace						
➤ současný stav						
➤ údržba						
➤ absence chodníků						
Telefonní signál						
Hromadná doprava						
Vodovod, kanalizace						
Sociální péče, služby						

2. Vyjždíte z obce? Za jakými aktivitami?

	ano	ne	jak často	kam
sportovní vyžití				
kulturní vyžití				
práce, škola				
nákupy				

Jakého dopravního prostředku využíváte nejčastěji?

automobil autobus vlak jiné:

3. Využíváte cyklostezku č. 38, která vede ze Švihova do Běšin?

ano, často ano, občas ne, nikdy nevím, že existuje

4. Jaké priority by si obec měla stanovit pro svůj vývoj? (seřad'te číselně od 1 do 5 podle priorit)

... zlepšení volnočasových aktivit v obci, rozvoj kultury

... realizace chodníků

... realizace vlastního vodovodního systému

... rozšíření hromadné dopravy

... vybudování nových parcel pro zástavbu

další:

5. Jakým způsobem jste ochotni pomoci obci v jejím rozvoji?

být aktivní (brigády, ...) sdělování podnětů, nápadů

další:

.....

6. Uved'te, jaké jsou podle Vás nejlepší a neproblematičtější oblasti v obci.

Nejlepší:.....

.....

.....

.....

Nejproblematičtější:.....

.....

.....

.....

7. Místo pro vlastní návrhy na zlepšení života v obci, jiné postřehy z obce.

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

8. Věk

15-25 26-35 36-45 46-55 56-65 nad 65

9. Pohlaví

žena muž

10. Rodinný stav

svobodný(á) ženatý(á) rozvedený(á) vdovec (vdova)

11. Ekonomická aktivita

zaměstnaný/podnikatel nezaměstnaný v důchodu

žena na mateřské dovolené student SŠ, VŠ

PŘÍLOHA B: 2. DOTAZNÍK

DOTAZNÍK – ZJIŠTĚNÍ NÁZORŮ OBČANŮ NA NAVRHOVANÉ ZMĚNY V OBCI

Vážení občané,

ve spolupráci se Západočeskou univerzitou v Plzni se na vás obracíme již podruhé v tomto pololetí s prosbou o vyplnění dotazníku. Tento dotazník je výsledkem vyhodnocení prvního dotazníku roznášeného v červenci 2012 a navrhuje různá opatření pro další rozvoj obce a zkvalitnění života v obci.

Žádáme vás o vyplnění tohoto dotazníku, který můžete anonymně vhodit do schránky v Jednotě COOP nebo do poštovní schránky obecního úřadu do 10. prosince 2012. Tento dotazník lze také elektronicky anonymně vyplnit na internetové adrese: <http://zjisteni-nazoru-obcanu-na-na.vyplnto.cz/> do 7. prosince 2012.

Děkujeme za vaši spolupráci!

1. **Souhlasíte s navrhovanými změnami? Svůj souhlas/nesouhlas vyjádřete křížkem do daného okénka. Tři (pro Vás nejdůležitější) návrhy očísľujte od 1 do 3 podle priorit před tabulku.**

Priorita		ANO	NE	NECHCI HODNOTIT
	Infrastruktura			
	- vybudování chodníků			
	- vyvěšení jízdních řádů autobusů a vlaků (odjezdy z Borov) na veřejně přístupném místě			
	- zvýšení frekvence autobusových linek			
	- diskusní fórum na webových stránkách obce - možnost plánování společných cest = kdy a kam jedete, počet volných míst v autě			
	Kvalita života			
	- posílení telefonního signálu v kulturním domě			
	- 2 informační panely na měření rychlosti projíždějících vozidel (od Lhovic, od Biřkova)			
	- modernizace koupaliště			
	- zavedení Kroužku maminek s dětmi			
	- vytvoření místa pro vývoz bioodpadu			
	- ve Vřeskováku připomínat narození, úmrtí, přestěhování			
	- uspořádání dobrovolných pracovních brigád pro občany			
	- pořádání skupinových výletů, zájezdů			
	- vytvoření diskusního fóra na webových stránkách obce pro vaše dotazy a náměty („chat“)			
	- změnit otevírací dobu knihovny			
	Cestovní ruch			
	- vybudování cyklotrasy z Ježov do Vřeskovic			
	- vybudování naučné stezky na „Stříbrnici“			

2. Souhlasíte se zavedením nedělního klidu?

ANO NE

V případě odpovědi ANO: Proč? Od kdy do kdy by měl v neděli platit?

.....
.....
.....
.....

V případě odpovědi NE: Proč?

.....
.....
.....
.....

3. Máte vlastní návrhy nebo připomínky? Podělte se s námi o ně!

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

**DĚKUJEME ZA VAŠE NÁZORY A VÁŠ ČAS PŘI VYPLŇOVÁNÍ
DOTAZNÍKŮ!**

PŘÍLOHA C: VÝSLEDKY PRVNÍHO DOTAZNÍKOVÉHO ŠETŘENÍ

1. otázka

Svůj názor vyjádřete křížkem do daného okénka.

Odpovědí: 85

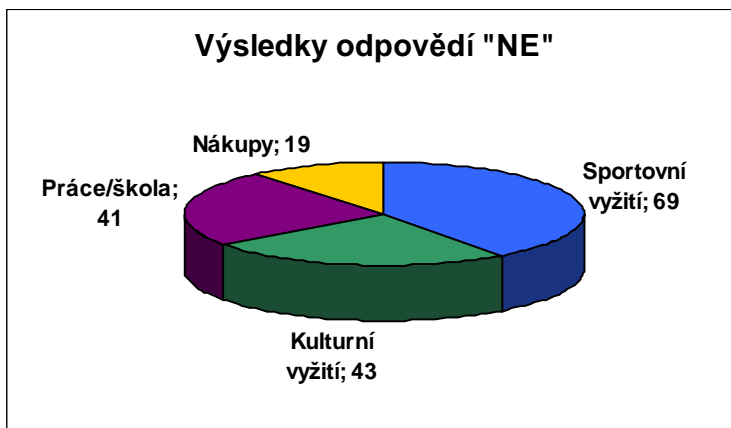
	výborné 👍	dobré 😊	uspokojivé 😐	neuspokojivé 😞	špatné 👎	nechci/ nelze hodnotit
Volnočasové aktivity						
➤ kulturní vyžití	21	30	28	5	1	0
➤ sportovní vyžití	18	36	13	7	11	0
➤ pohostinství	36	27	17	2	1	2
➤ knihovna	44	28	12	0	1	0
➤ koupaliště	28	18	17	19	3	0
Obec						
➤ práce zastupitelstva	18	29	26	5	4	3
➤ webové stránky	18	38	23	2	2	2
➤ propagace	11	33	25	10	2	4
➤ životní prostředí	12	23	25	15	10	0
➤ kvalita ovzduší	4	31	32	12	6	0
➤ měsíčník Vřeskovák	36	24	19	5	1	0
Pozemní komunikace						
➤ současný stav	12	28	21	15	7	2
➤ údržba	23	20	19	14	9	0
➤ absence chodníků	2	10	14	15	39	5
Telefonní signál	3	9	8	26	38	1
Hromadná doprava	7	10	25	23	20	0
Vodovod, kanalizace	18	19	22	17	9	0
Sociální péče, služby	16	28	19	14	0	8

2. otázka

Vyjíždíte z obce? Za jakými aktivitami?

Odpovědí: 85

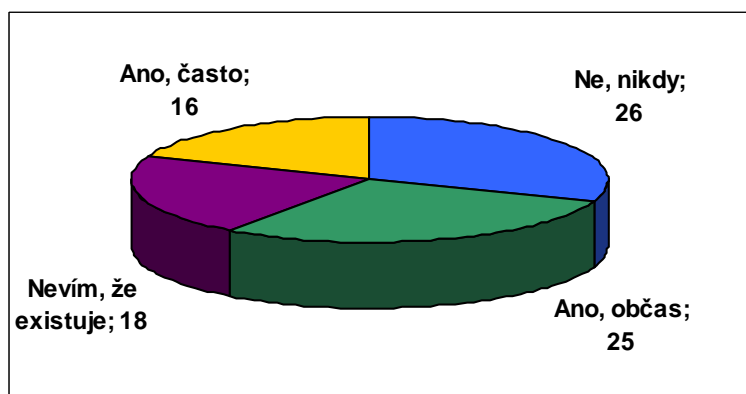




3. otázka

Využíváte cyklostezky č. 38, která vede ze Švihova do Běšin?

Odpovědí: 85



4. otázka

Jaké priority by si obec měla stanovit pro svůj vývoj?

Odpovědí: 85

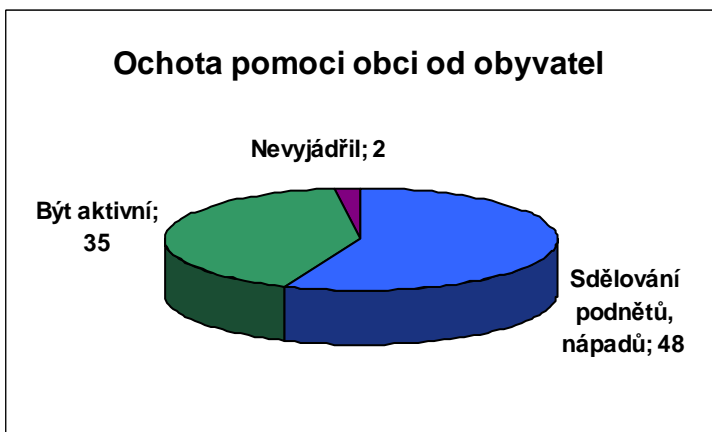
	Zlepšení volnočasových aktivit v obci, rozvoj kultury	Realizace chodníků	Realizace vlastního vodovodního systému	Rozšíření hromadné dopravy	Vybudování nových parcel pro zástavbu
1. priorita	6	26	12	24	10
2. priorita	16	26	13	19	7
3. priorita	18	14	18	18	10
4. priorita	20	10	17	17	26
5. priorita	25	9	25	7	32

5. otázka

Jakým způsobem jste ochotni pomoci obci v jejím rozvoji?

Odpovědí: 83

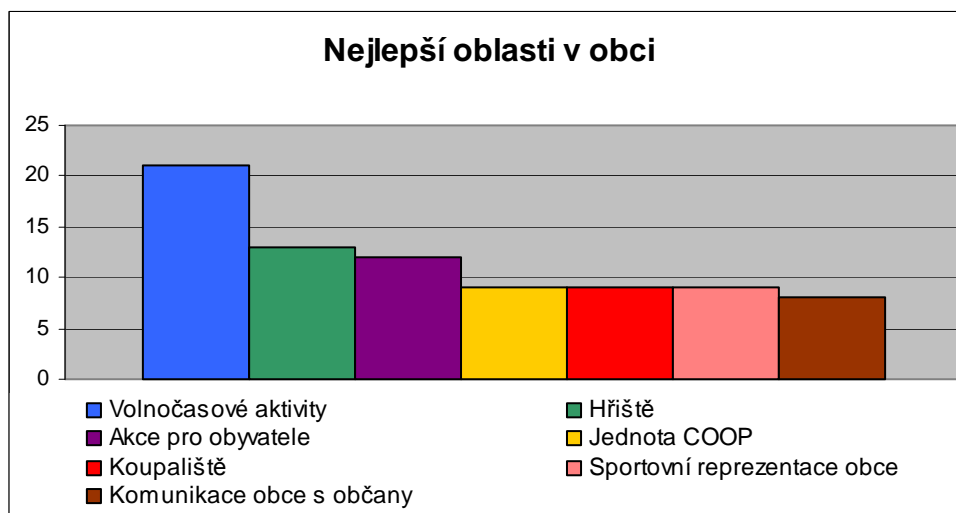
Sdělování podnětů, nápadů	48
Být aktivní	35
Nevyjádřil	2



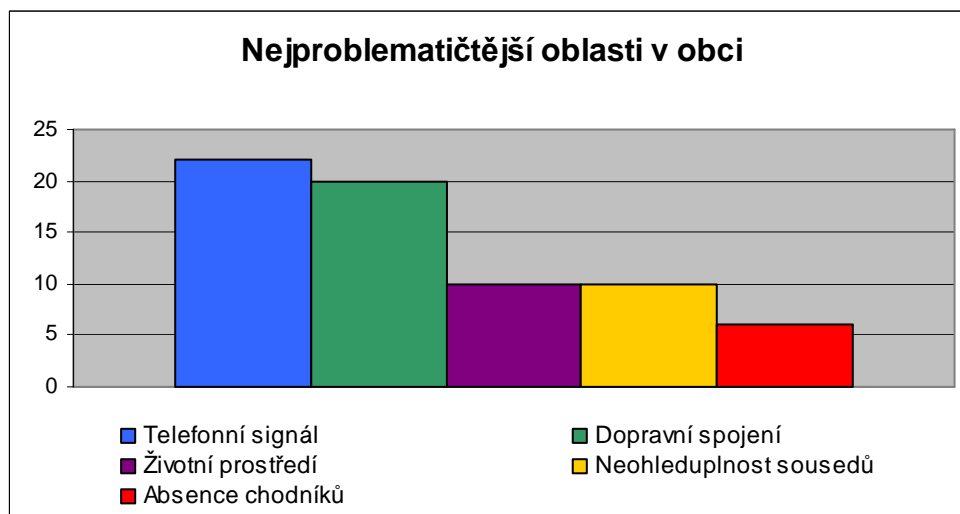
6. otázka

Uveďte, jaké jsou podle Vás nejlepší a nejproblematictější oblasti v obci.

Odpovědí: 81



Odpovědí: 68



7. otázka

Místo pro vlastní návrhy

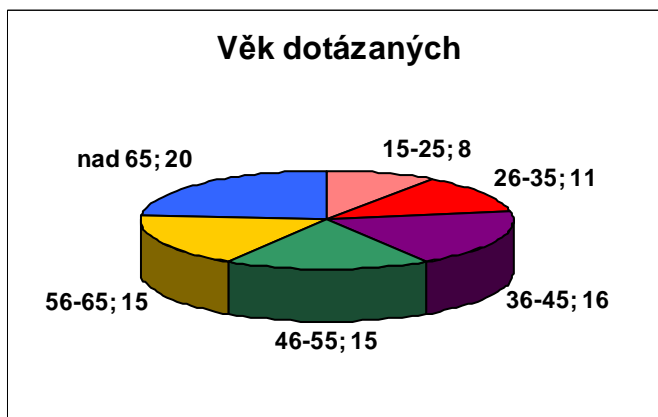
Odpovědí: 29

- zavedení nedělního klidu
- modernizace koupaliště
- rekonstrukce dětského hřiště
- přesunout otevírací dobu knihovny do večerních hodin
- posílení autobusových spojů
- vymyslet místo pro vývoz odpadů ze zahrad
- navzájem se více poznávat, například pomocí skupinových zájezdů
- měření rychlosti projíždějících vozidel
- autobus do Plzně na 8 hodinu

8. otázka

Věk dotázaných

Odpovědí: 85



9. otázka

Pohlaví dotazovaných

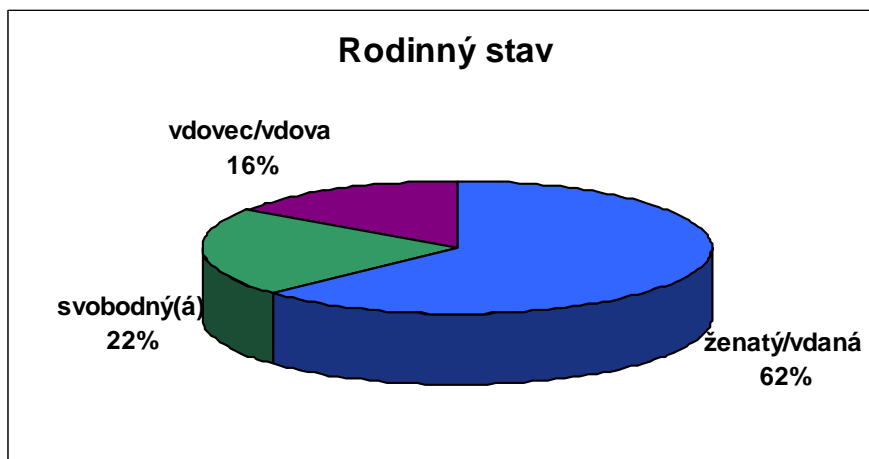
Odpovědí: 85



10. otázka

Rodinný stav

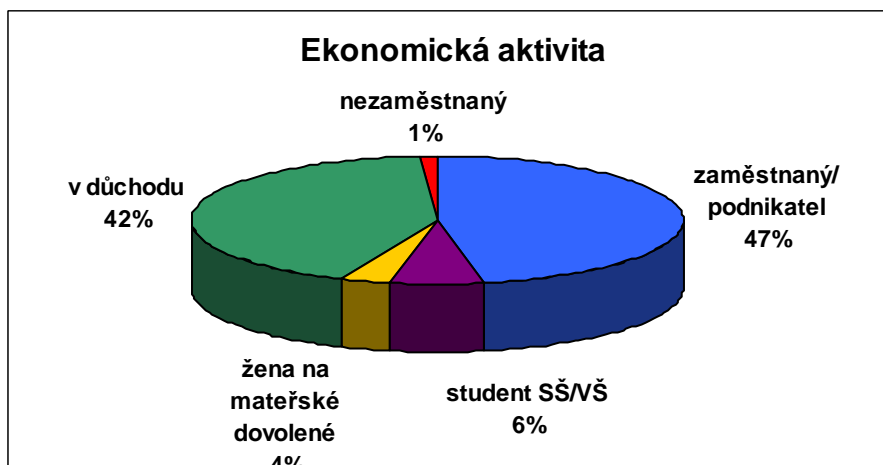
Odpovědí: 85



11. otázka

Ekonomická aktivita

Odpovědí: 85



PŘÍLOHA D: VÝSLEDKY DRUHÉHO DOTAZNÍKOVÉHO ŠETŘENÍ

1. otázka

Souhlasíte s navrhovanými změnami? Svůj souhlas/nesouhlas vyjádřete křížkem do daného okénka. Tři (pro Vás nejdůležitější) návrhy očísľujte od 1 do 3 podle priorit před tabulkou.

Odpovědí: 73

Priorita		ANO	NE	NECHCI HODNOTIT
	Infrastruktura			
	- vybudování chodníků	43	30	
	- vyvěšení jízdních řádů autobusů a vlaků (odjezdy z Borov) na veřejně přístupném místě	42	26	5
	- zvýšení frekvence autobusových linek	41	29	3
	- diskusní fórum na webových stránkách obce - možnost plánování společných cest = kdy a kam jedete, počet volných míst v autě	58	13	2
	Kvalita života			
	- posílení telefonního signálu v kulturním domě	39	34	
	- 2 informační panely na měření rychlosti (od Lhovic, od Biřkova)	48	24	1
	- modernizace koupaliště	13	60	
	- zavedení Kroužku maminek s dětmi	25	46	2
	- vytvoření místa pro vývoz bioodpadu	10	63	
	- ve Vřeskováku připomínat narození, úmrtí, přestěhování	40	30	3
	- uspořádání dobrovolných pracovních brigád pro občany	52	21	
	- pořádání skupinových výletů, zájezdů	26	47	
	- vytvoření diskusního fóra na webových stránkách obce pro vaše dotazy a náměty („chat“)	16	57	
	- změnit otevírací dobu knihovny	46	27	
	Cestovní ruch			
	- vybudování cyklotrasy z Ježov do Vřeskovic	51	21	1
	- vybudování naučné stezky na „Stříbrnici“	55	18	

2. otázka

Souhlas/nesouhlas se zavedením nedělního klidu

Odpovědí: 73



3. otázka

Vlastní nápady, návrhy

Odpovědí: 21

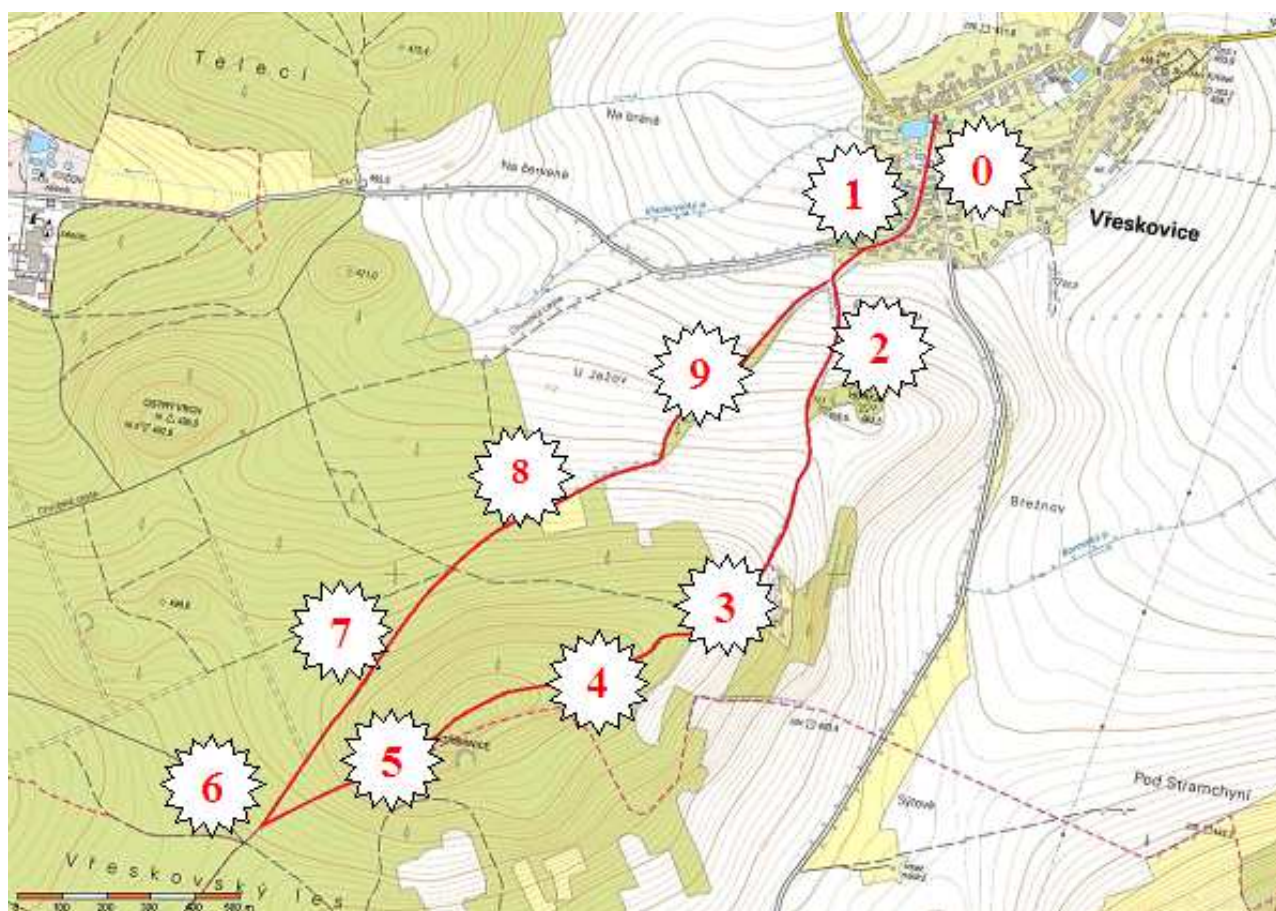
- rekonstrukce, modernizace dětského hřiště
- autobus do Plzně na 8 hodinu
- posílení telefonního signálu v celé obci
- větší zviditelnění obce

PŘÍLOHA E: MAPA TRASY NAUČNÉ STEZKY

Mapa trasy naučné stezky



Mapa trasy naučné stezky s vyznačenými místy umístění informačních tabulí



PŘÍLOHA F: NÁVRHY INFORMAČNÍCH TABULÍ

0. informační tabule – seznámení s projektem a stezkou, stručná historie obce Vřeskovice

Vážené návštěvníci, srdečně Vás vítáme v obci Vřeskovice! Nyní se nacházíte na návsi obce a rovněž na začátku Návšní stezky Vřeskovice a okolí. Stezka nabízí mnoho historických a přírodních pokladů na samostatné obce Vřeskovice a její blízké okolí. První a druhá informační tabule stojí přímo před Vámi. Dalšími sedmi tabulí nalazíte po značené trase, kterou můžete absolvovat v osobu směrůch z důvodu nepřímé návaznosti dalších tabulí. Přejeme Vám šťastnou a pohodovou cestu plnou nezapomenutelných zážitků!

O nejstarším osídlení regionu v okolí Vřeskovice již v pravěkých dobách svědčí mnohá archeologická nález. V okolí Vřeskovice se nachází hned několik lokalit s mohylovými pohřebišti, což nám naznačuje osídlení regionu již v době bronzové. O existenci sídla na místě dnešních Vřeskovice se dá uvěřovat již ve 11. století, kdy je v materiálech klášterského kláštera lokalita zmínována mezi místy, která má na starosti opat Kolář. O samotné vsi pak písemně prameny poprvé mluví v polovině 14. století. Tehdy se objevuje podoba jména obce v podobě jako „Wreszkowitz“.

Vřeskovice od svého počátku patřily k dělné rodě Drslavců. Jedna z jeho vládyckých větví se psala právě „Vřeskovice“. Aby se odlišila od ostatních větví rodu Drslavců, které používaly orlí a poloměsíčáctím, přidali si paní z Vřeskovice do křestního svého erbu ještě rybu (nejstarší její vyobrazení je na pečeti Rakca v Vřeskovici). Nejstarším známým držitelem vsi je Ota z Břikova z Vřeskovice, který se v historických pramenech objevuje již v roce 1339. Po jeho smrti se vsi panství, tedy i vsi Vřeskovice dělí mezi jeho děti, z nichž podle jména známe Bohuslava, Buška, Přibíka, Seznam a Záhorská. O rozdělení vsi panství svědčí i to, že na téhli dělí se dříve podací pravo k vřeskovickému kostelu sv. Jana Křtitele. Pokud se sjednotí vsi panství i vsi pod jednoho pána převládá v 80. letech 14. století Račák z Vřeskovice. Ovšem k úplnému sjednocení došlo až za držení vesnice pány z Řospova. Dalšími majiteli obce se stali v roce 1697 páni z Klenové. Tato šlechtická rodina ve Vřeskovici kolem roku 1653 první škola. V držení páni z Klenové pak zůstala vesnice dalších sto let, aby jí roku 1764 přijali Jan Jir. Hausen k červenopopelňáckému panství. Nakonec Vřeskovice společně s popelňáckým panstvím doputavaly do majetku císařské rodiny. Na počátku 19. století byly v sídlení osadové kostela postupně vytvářeny dvě budovy školy (škola ve Vřeskovici fungovala do roku 1981).

Znak a vlajka obce Vřeskovice

Po skončení podlévání v roce 1848 se ve Vřeskovici začalo rozvíjet několik farností. Mezi jinými to byly hlavní tržišti a chlébů. S mezejím společenstvem života výrazně pomehli obor dobovolných hasičů, který byl ve Vřeskovici založen v roce 1894. Poprvak vzbudila otevření poštovni přepážky ve Vřeskovici na počátku 20. století (zrušena byla roku 1936). Poměrně značný rozruch vzbudil vznik samostatného československého státu, ale hlavní národní posunková reforma ve 20. letech 20. století. V roce 1925 byl bývalý panství dvůr ve Vřeskovici, který spadal pod červenopopelňácké velkostatek, rozparcelován a pozemky o výměře 60 ha se rozdělily mezi místní malovládní a domkáři. Zbylých 60 ha utvořilo statek, na nějž byl domčen správce Šimon Graber. Další výrazný zlom v historii obce znamenal rok 1927. Za budova díkarnosti postavili místní první hřbitů, obec byla elektrifikována a zahájila se výstavba vodovodu. V roce 1932 pak obec odhlásla památník padlým v 1. světové válce. U Vřeskovice se zajímavě vyvíjel území místa. Úplně původní sídlo nešlo a největší prováděpodobnosti podoba Úpor nebo Kravny Úpor. Šlovo úpor označovalo kdysi trávník. Toto jméno získalo místo, kde se ve Vřeskovici vybudovale první panství sídlo a kostel. Z toho můžeme usuzovat, že bylo založeno trav, na zelením dřev, tj. v místě, kde v tu dobu nestaly žádné budovy. V některém směru pak označení Schönmanger. První oměla tedy měla součástí pravděpodobnosti tento název. Jméno Vřeskovice se v různých podobách, v bránu pak i Břeskovice, objevuje teprve od přelomu 14. a 15. století. O původu slova jmen můžeme jen spekulovat. Černínský arcibiskop František Teplý vřel základ jména Vřeskovice v tom, že planina severním směrem od Šolova, kde vsi vznikla, byla plná vřesovic.

Pohlednice kolem roku 1950

Pohlednice kolem roku 1918

1. informační tabule – historie pánů z Vřeskovice coby jedné z větví mocného západočeského rodu Drslaviců, panské sídlo ve Vřeskovicích, popis tvrze

1

Vřeskovice byly sídlem jedné z vládnoucích větví rozsáhlého západočeského rodu Drslaviců. Páni z Vřeskovice se řadili k tzv. čimlům – polnostrojičům v erbu. Svě sídlo si ve vsi prokazatelně vystavěli počátkem 14. století. Tvrz stávala ve východní části vsi, na návrhí nedaleko kostela svatého Jana Křtitele. Hradní věže svého sídla vybudovali vladykové rozsáhlý popelní dvůr, který sloužil jako hospodářské zázemí.

Páni z Vřeskovice patřili mezi rozsáhlé rody a jejich majetek tím časem byl úplně. Nastoupilo se totiž roudřoborův.

Z celého vřetě Drslavů, které známe, jistě stojí za pozornosti Racoš Sedláč z Vřeskovice (někdy řečený „Schlingauer“). Tento udatý šlechtic se z vřeskovické tvrze vydal v roce 1385 jako člen křižácké výpravy až do daleké Litvy proti tatarským pohánům. Tento pro mnoho romantických spisovatelů 19. století rytířský vzor se vydal ještě na jednu vřeskovskou válečnou výpravu. V roce 1392 se účastnil antiochijské výpravy podlé Druhuje, která došla až na hranice dnešního Chorvatska. Další významnou činnost vřeskovického rodu byl Otěk z Vřeskovice. Ten získal během husitské revolty dokonce post zastře ve sporoch míst pražských.

0

1

2

3

4

5

6

7

8

9

Podol Rakca z Vřeskovice

Podol Horkou

U Jazyv

Vřeskovice

Tereci

Vřeskovický les

100 200 300 400 500 m

Mapa státního katastru Vřeskovice z roku 1837. Vpravo dole jsou zřetelné popelní dvůr a stánek domů mezi ním a kostelem sv. Jana Křtitele

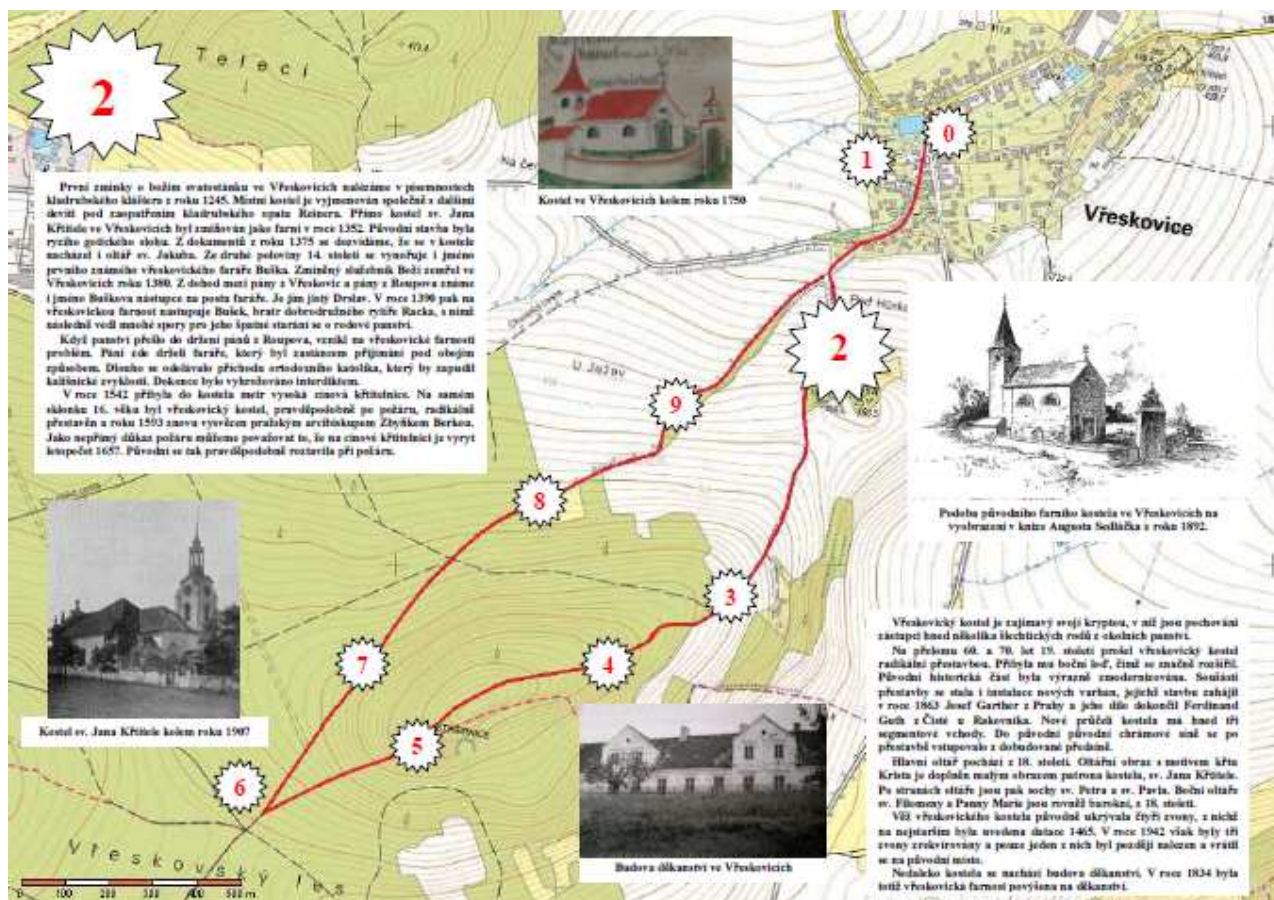
Podlebohé pozůstatky obvodové hrady vřeskovické tvrze na kresbě z knihy Alexandra Hebera z roku 1845.

Fotografie pozůstatků tvrze z let 1954 a 1963

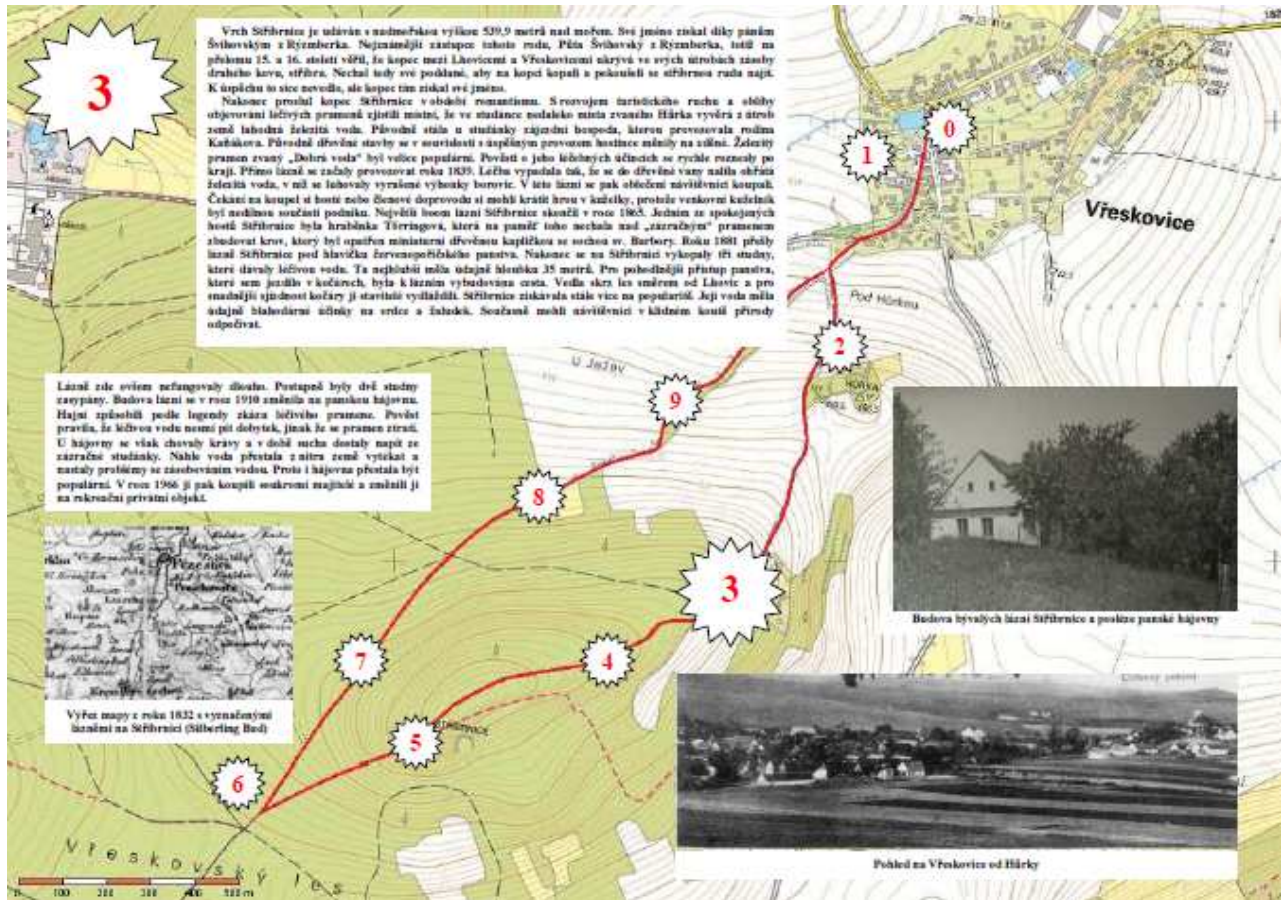
V polovině 15. století však Vřeskovice končí společně se Miticami v majetku panů z rodu Roupova. Tím postupně začala upadat síla místního panského sídla. Roupovští se do Vřeskovice nepřestěhovali a provozovali hlavně popelní dvůr v blízkosti tvrze. Samotné panské sídlo začalo chátrati a již v roce 1573 je připomínáno jako pusté. Důle se udržel pouze popelní dvůr, jehož půdorys je dobře čitelný ještě na mapě státního katastru vesnice z roku 1837.

O původní podobě vřeskovické tvrze se toho příliš neví. Jedno výraznější vyobrazení obvodové hrady tvrze najdeme v knize Alexandra Hebera z roku 1845. Na romantizující rytině je patrná postelka zeď kámen hrádě panského sídla. Podle popisu v Svatém paměti z roku 1899 měla kámen sřevající zeď výška 7 metrů. V tu dobu byly podle prof. Vaňka na jihovýchodní straně tvrziště ještě patrné stopy valů v bezprostřední blízkosti oslovských chabů. Dnes jeho zruak a podobu můžeme pouze odhadovat podle tvrzu návrhí mezi desítki zastavbou. Tato bývalá jádro tvrze je jediným zřetelným panského sídla, jehož pozůstatky zbytky patří za oběť úpravám skotních domů koncem 70. let 20. století.

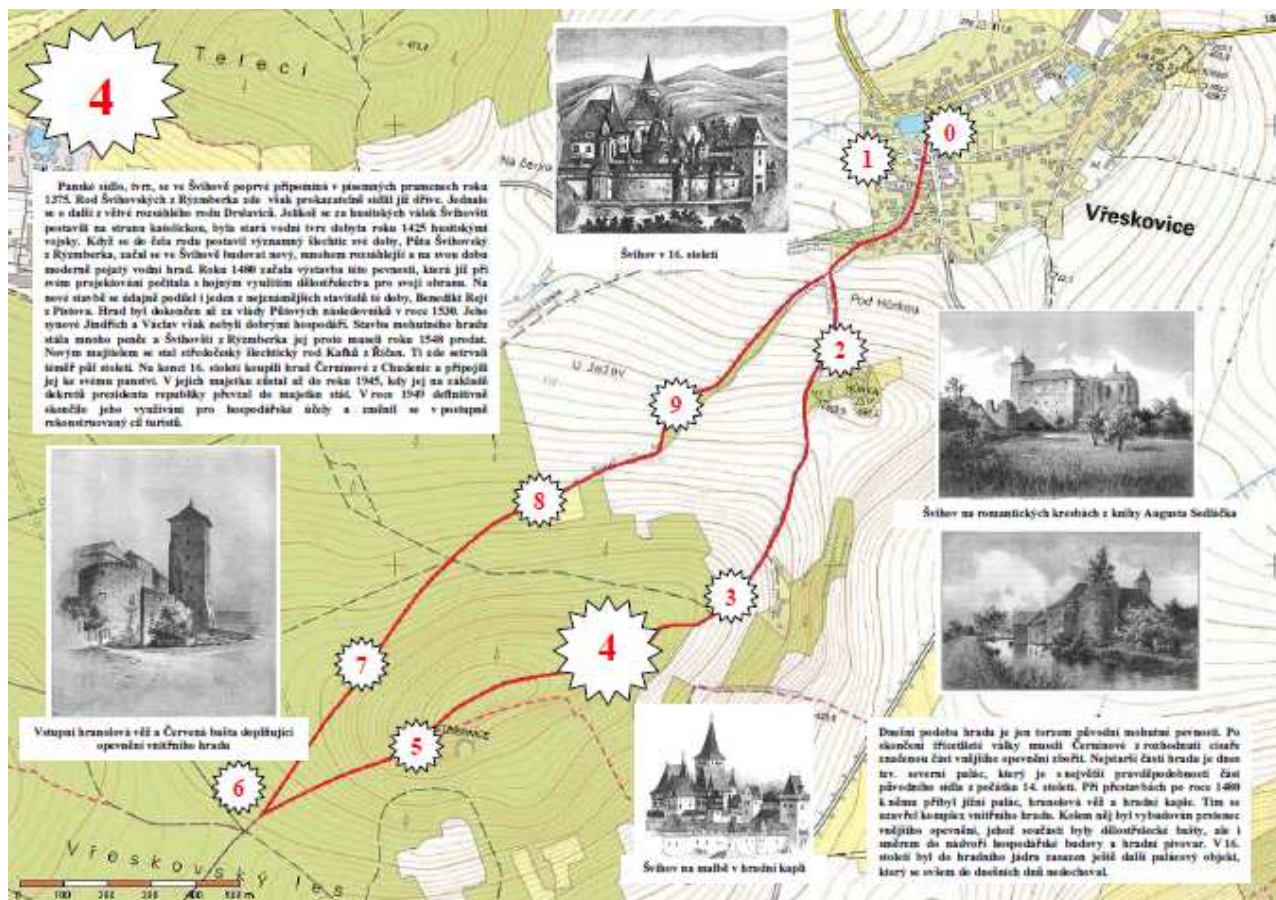
2. informační tabule – kostel sv. Jana Křtitele



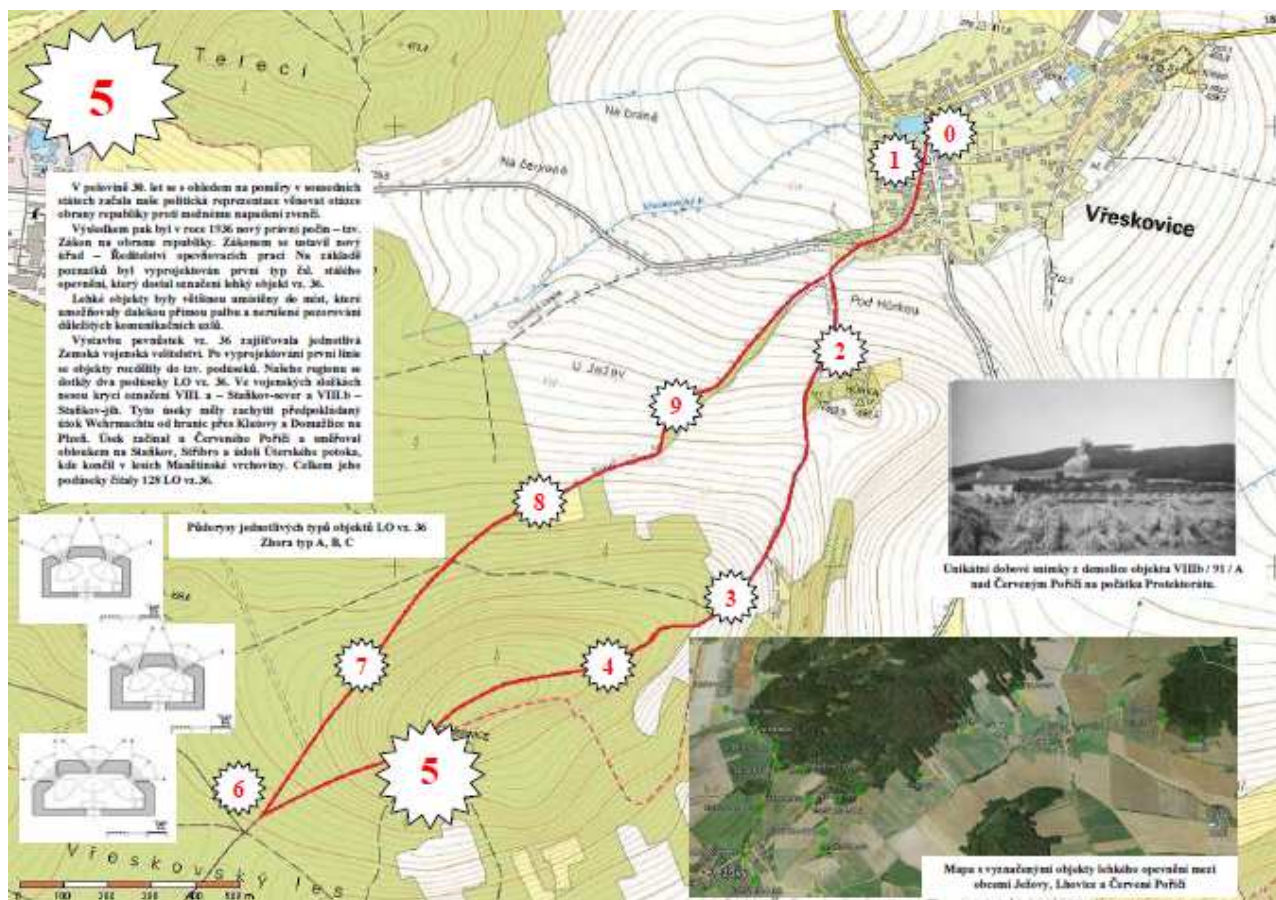
3. informační tabule – historie Lázní Stříbrnice



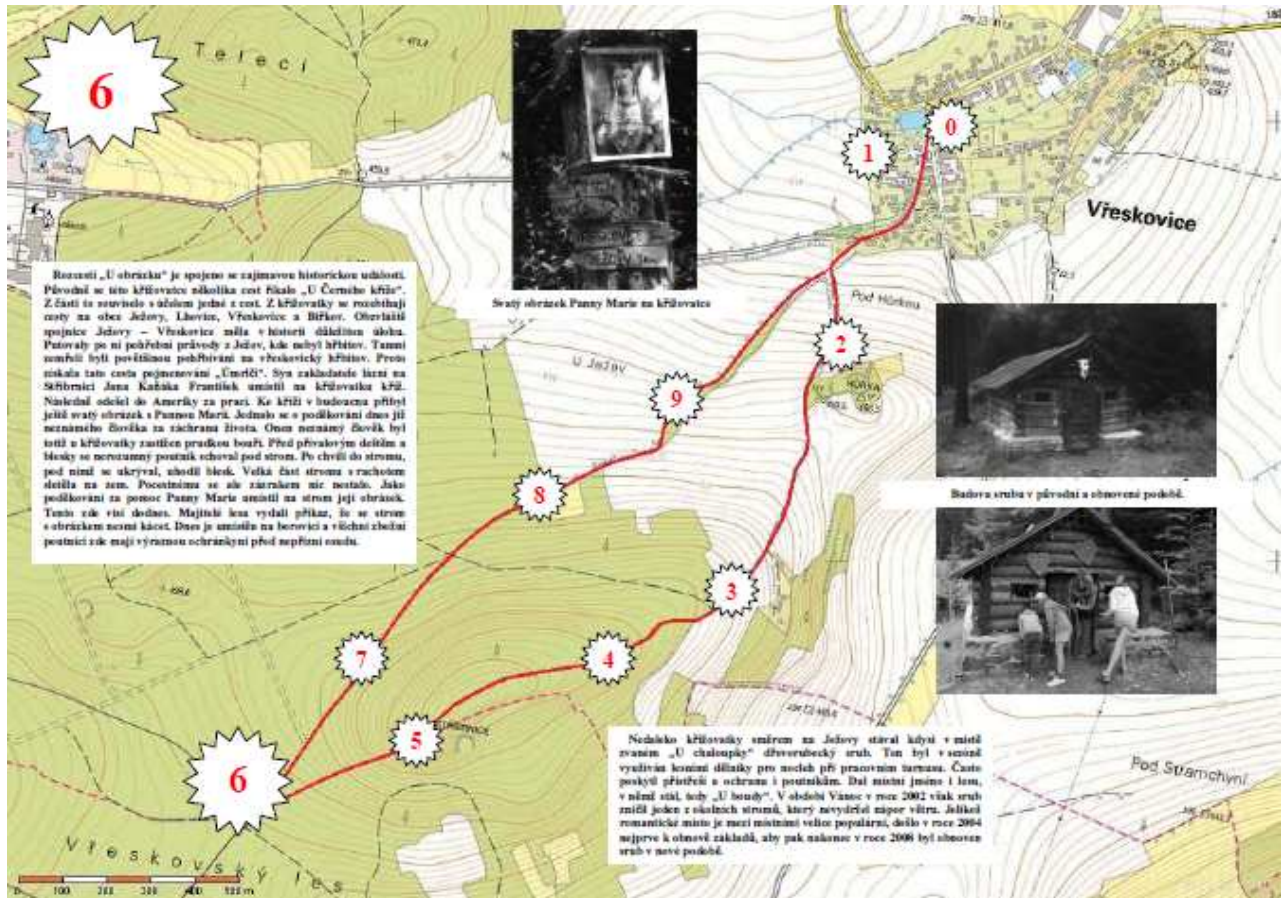
4. informační tabule – vodní hrad Švihov coby dominanta kraje a sídlo hrdého panského rodu s pány z Vřeskovice příbuzensky spojeného



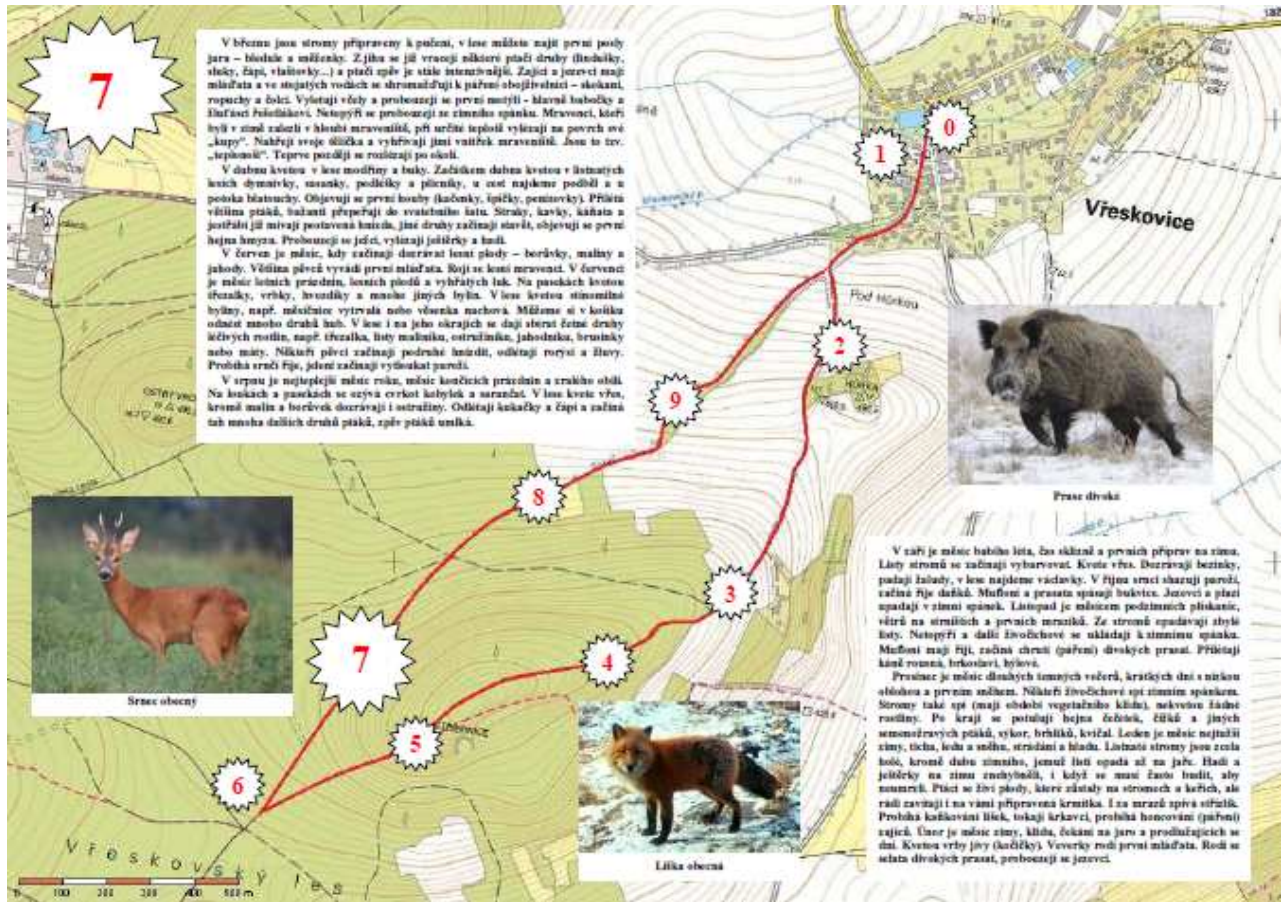
5. informační tabule – úsek lehkého opevnění vz. 36 / VIII.b – Staňkov – jih mezi obcemi Ježovy – Lhovice – Červené Poříčí



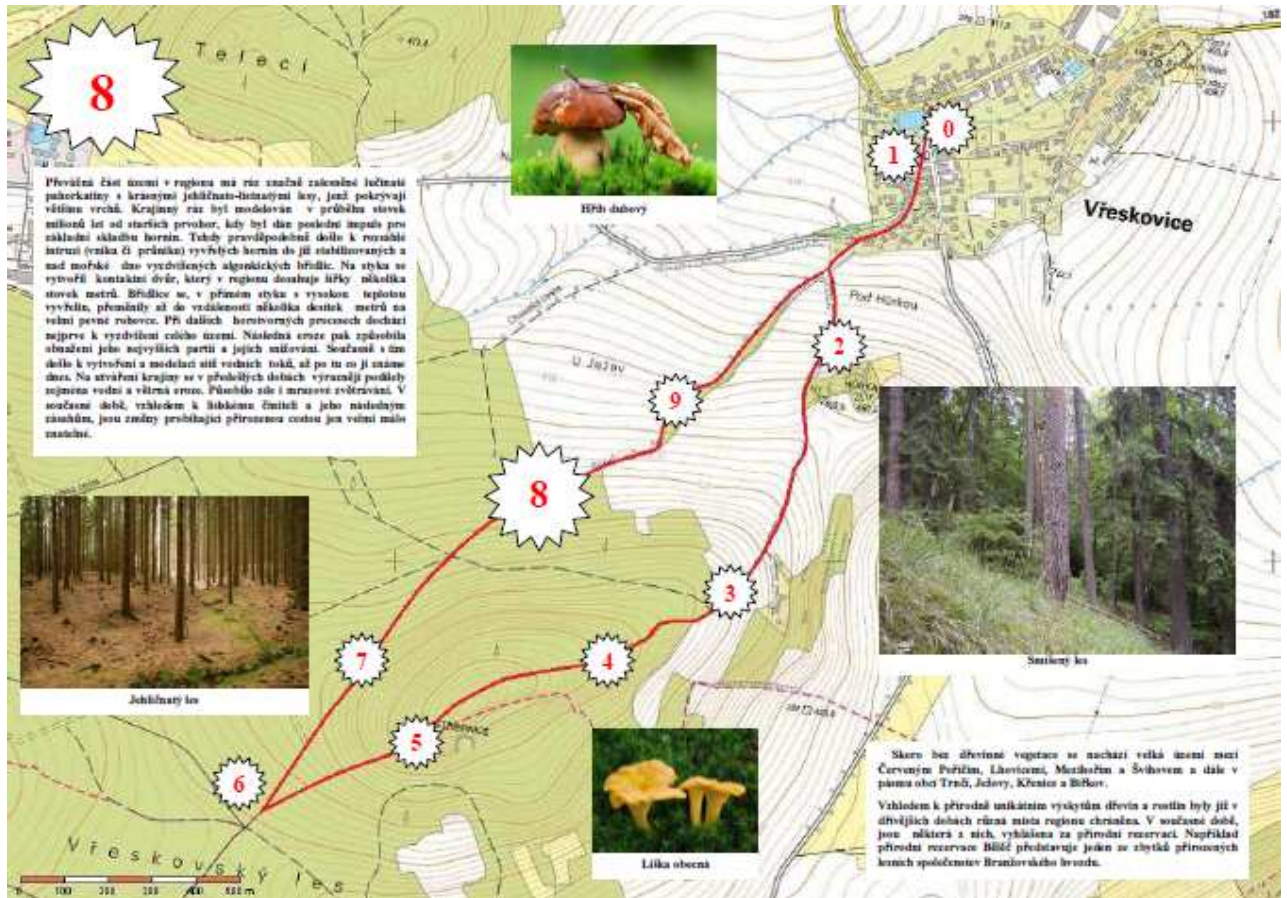
6. informační tabule – výstavba božích muk a křížků a s nimi spojené pověsti



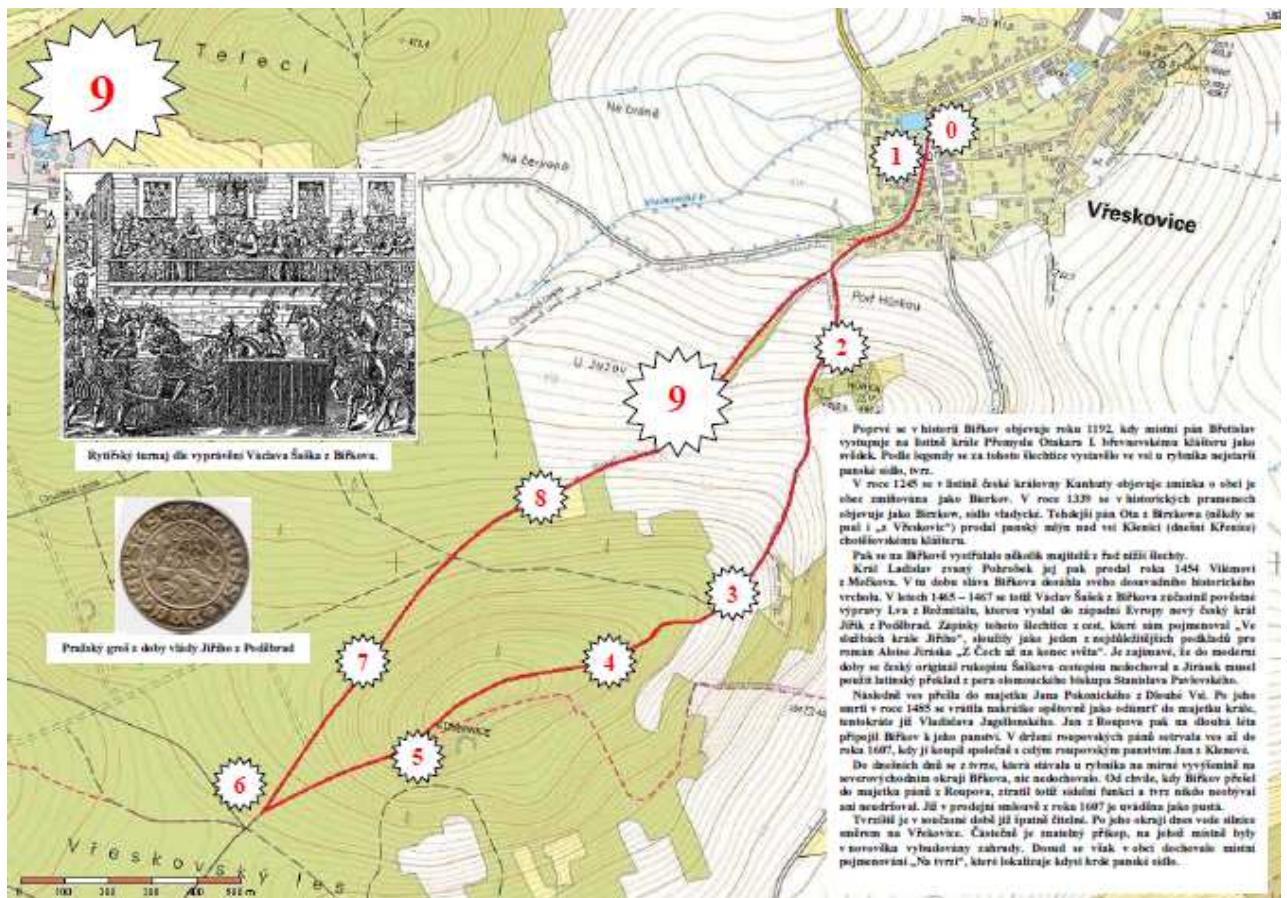
7. informační tabule – popis vegetace a živočichů v lesích na Vřeskovicku



8. informační tabule – popis vegetace a živočichů v lesích na Vřeskovicku



9. informační tabule – historie vsi coby panského sídla a další větve rodu Drslaviciů na tamní tvrzi

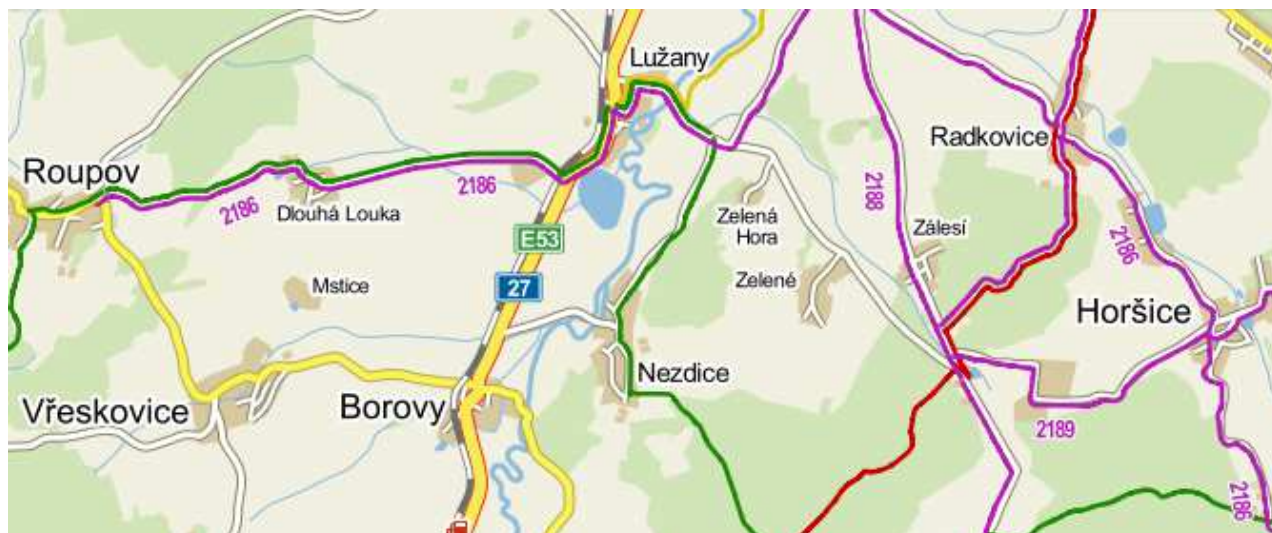


PŘÍLOHA G: CYKLOTRASY Č. 2042 A Č. 2186

Cyklotrasa č. 2042



Cyklotrasa č. 2186



Abstrakt

RYMUSOVÁ, M. *Analýza marketingových aktivit obce Vřeskovice*. Bakalářská práce. Plzeň: Fakulta ekonomická ZČU v Plzni, 63 s., 2013

Klíčová slova: dotazníkové šetření, marketing, marketingové aktivity, marketingový výzkum, návrhy řešení, obec

Předložená práce je zaměřena na analýzu marketingových aktivit obce Vřeskovice. Téma bylo vybráno na základě spjatosti autorky se zmíněnou obcí. Zmíněné teoretické pojmy jsou vysvětleny v aplikaci na zvolené téma. Praktická část popisuje dvě dotazníková šetření, pomocí kterých byly zjištěny názory a přání obyvatel obce. Na základě zjištěných poznatků byly sestaveny návrhy na realizaci, které by zajistily zlepšení marketingových aktivit a života občanů v obci. Tyto výstupy práce byly jejím hlavním cílem. Některé z uvedených návrhů se mohou realizovat téměř okamžitě, jiné návrhy jsou rozpracovány jako doporučení do budoucnosti. Jeden zjištěný problém a vypracovaný návrh byl realizován již v průběhu vypracovávání práce. Veškeré návrhy využije zastupitelstvo obce.

Abstrakt

RYMUSOVÁ, M. *Analysis of marketing activities in Vřeskovice*. Bakalářská práce. Plzeň: Fakulta ekonomická ZČU v Plzni, 63 s., 2013

Klíčová slova: questionnaires, marketing, marketing activities, marketing research, proposals solution, village

The presented work is focused on the analysis of marketing activities of the village Vřeskovice. The topic was chosen on the basis of connection between the author and the village. These theoretical concepts are explained in the application of the chosen topic. The practical part presents two questionnaires, where were identified the views and wishes of the inhabitants of the village. Based on the findings, there were compiled suggestions for implementation, which would ensure improvement of marketing activities and life of village citizens. These outputs of the work were its main goal. Some of these suggestions can be implemented almost immediately; other suggestions are elaborated as recommendations for the future. One of the identified problems and elaborated proposals was implemented already during developing the work. All proposals will be used by the municipal council.