

Prezenční listina

Oblast: Podnikání a cestovní ruch,
Litoměřice 16.6.2014



Jméno, příjmení	Podpis	Kontakt email, telefon
LATEJNA NOVOTNÝ L.		444 984 094, LATEJNA.NOVOTN@EMAIL.LDM
ANŠKEA NOVOTNÝ		43933559, ajda.kovtka@gmail.com
NOVOTNÝ VLADISLAV		604104099, VLAV.NOVOTNY@EMAIL.LDM Obec. vrutice @ email.cz
VDUTICE		
VRBICE		606 254 864 ou.vrbice@ceactiva.cz
KUMTA		445 645 568
Faušková J.		
Lenka Procházková		787 272 672
PROCHÁZKOVÁ M		
BAUEROVÁ J.		
CIMROVÁ M.		
TYDLITAT L.		
TYL KAC.		
WACKOVÁ		428 307 507
Uhrálka Libor		

ZÁPIS PRACOVNÍ SKUPINA PODNIKÁNÍ A CESTOVNÍ RUCH

Podnikání a cestovní ruch – vybraní zástupci

Projednáání proběhlo dne 16.6.2014.

Hlavním tématem bylo podnikání a cestovní ruch a řešení problematiky s tím související. Pozváni byli zástupci podnikatelů, obcí, NNO a veřejnosti.

Probíraná témata:

- 1) Byla upřesňována a rozšiřována z veřejných projednání vzniklá SWOT analýza
- 2) Příležitosti a hrozby v rámci těchto témat a související problematika.
- 3) Argumentace k jednotlivým problémům viz. SWOT analýza níže a další upřesnění a konkretizování SWOT k daným tématům.
- 4) Cíle v rámci daných témat, řešení a směřování regionu.

SWOT analýza

SILNÉ STRÁNKY	SLABÉ STRÁNKY
<ul style="list-style-type: none">☺ Dostatek prostor k podnikání (nevyužité budovy v majetku obcí + nevyužité budovy soukromých majitelů) – pozn. Do příležitostí<ul style="list-style-type: none">- Příklad: Prostor po staré továrně Žalhostice a jiné nevyužité prostory☺ Dostatek pracovních sil v regionu☺ Vysoký podíl živnostníků (sebezaměstnaných)☺ Kvalitní zemědělská produkce☺ Proslulá tradice pěstování chmele, ovoce, vína a zeleniny☺ Výstaviště Litoměřice – Zahrada Čech, výstavy☺ Blízkost dopravních koridorů do Prahy, Drážďan☺ Vysoká kvalita turistických cílů a unikátnost krajinného rázu☺ Sezónní návštěvnost	<ul style="list-style-type: none">☹ Nedostatečný vstupní kapitál pro zahájení/rozvoj podnikání☹ Neznalost možností získání podpor a dotací - osvěta☹ Málo kvalifikovaných pracovníků☹ Málo velkých zaměstnavatelů v regionu☹ Velké zemědělské podniky versus malozemědělci (rozpad JZD)☹ Obtížné podmínky bank pro získání úvěrů☹ Útlum zemědělské produkce☹ Nedostatečné investice vlastníků do pronajímaných provozoven☹ Nízká kupní síla místních obyvatel☹ Špatný názor rezidentů na svůj domov, region☹ Region není profilovaný☹ Vykořeněnost obyvatel☹ Slabá infrastruktura cestovního ruchu☹ Nízká kvalita služeb (chování, jazyky)☹ Slabá, nekoncepční propagace
PŘÍLEŽITOSTI	OHROŽENÍ
<ul style="list-style-type: none">☺ Podpora malovýroby a tradičních řemesel	<ul style="list-style-type: none">☹ Změna legislativy – daně apod.

<ul style="list-style-type: none"> ☺ Regionální značka – tvorba místních produktů ☺ Podpora vyšší přidané hodnoty produktu (vyšší stupeň zpracování) ☺ Propojení mezi zemědělci k prodeji – diskuse zel. unie ☺ Vyšší míra kooperace zemědělců při zpracovávání a skladování plodin ☺ Podpora nákupu a revitalizace strojového parku, dopravních prostředků, obalové techniky ☺ Podpora prodeje ze dvora a nekonvenčních způsobů prodeje ☺ Tvorba zásobovacích sítí na místní úrovni - zásobování místními produkty od zemědělců do gastronomických zařízení a hotelů ☺ Vyšší míra kooperace zemědělců při výrobě, skladování a prodeji ☺ Podpora nákupu a rekonstrukce skladových a výrobních prostor ☺ Dotovaná pracovní místa ☺ Další vzdělávání zaměstnanců i podnikatelů, rekvalifikace ☺ Zatraktivnění řemesel pro volbu povolání ☺ Koncepční informační nástroje pro tvorbu individuálních návštěvnických programů ☺ Propojení turistických cílů turistickými trasami 	<ul style="list-style-type: none"> ☹ Ukončování činnosti malých řemeslníků/zemědělců, když nemají pokračovatele ☹ Komunikační neshody místních podnikatelů s vedením obce ☹ Neshody komunálních politiků na společné koncepci/vizi ☹ Neochota k aktivitě a konzervativismus vůči „novotám“ ☹ Zhroucení zavlažovacího systému zemědělství ☹ Rizika makroekonomického vývoje ☹ Nedůvěra v budoucnost
--	---

Strategický cíl: 1. Vyšší úroveň technického zpracování a tržní úpravy

- 1.1 Obnova strojového, zpracovatelského zařízení, infrastruktury a výrobních prostor, tržní úprava
 - obnova čerpacího a rozvodného podzemního závlahového systému
- 1.2 Podpora marketingových opatření a moderních a nekonvenčních způsobů prodeje
- 1.3 Podpora zemědělské prvovýroby pěstební činnosti

Strategický cíl: 2. Podpora vyšší úrovně jakosti produktů a služeb

- 2.1 Aktivita vzdělávání
- 2.3 Podpora inovačních procesů a know how
- 2.4 Podpora spolupráce, dobrá praxe, kooperace,
- 2.5 Podpora certifikace pro standardy kvality

**Strategický cíl:
infrastruktury**

3. Podpora atraktivit cestovního ruchu a doprovodné

3.1 Voda – zdroj odpočinku a rekreace

- Podpora vodní turistiky a doprovodné infrastruktury
- Odpočinková infrastruktura a služby

3.2 Výstavba a značení tras

3.3 Budování gastronomických a ubytovacích kapacit

3.4 Zvyšování jakosti služeb současných provozoven

3.5 Budování marketingových nástrojů, kampaní inomingové turistiky