

**JIHOČESKÁ UNIVERZITA V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH**

Ekonomická fakulta

Katedra obchodu a cestovního ruchu

Studijní program: B6208 Ekonomika a management

Studijní obor: Obchodní podnikání

Specializace: Cestovní ruch

**Předpoklady rozvoje komerčních služeb ve vybrané  
oblasti - mikroregionu Uherskobrodsko**

**The Assumptions of Comercial Services Development in a Chosen Area –  
Microregion of Uherskobrodsko**

Vedoucí bakalářské práce  
Ing. Eva Fellegiová

Autor  
Veronika Valertová

**2009**

## **Prohlášení**

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci na téma „Předpoklady rozvoje komerčních služeb ve vybrané oblasti – mikroregionu Uherskobrodsko“ vypracovala samostatně na základě vlastních poznatků a materiálů. Použitou literaturu a veškeré podkladové materiály uvádím v příloženém seznamu použitých zdrojů.

Dále prohlašuji, že v souladu s § 47b zákona č. 111/1998 Sb. v platném znění souhlasím se zveřejněním své bakalářské práce, a to v nezkrácené podobě elektronickou cestou ve veřejně přístupné části databáze STAG provozované Jihočeskou univerzitou v Českých Budějovicích na jejich internetových stránkách.

V Českých Budějovicích dne 3.4.2008

.....  
Veronika Valertová

## **Poděkování**

Děkuji tímto Ing. Evě Fellegiové za odbornou pomoc a vedení při zpracování mé bakalářské práce. Rovněž děkuji všem osobám, s nimiž jsem v průběhu tvorby práce spolupracovala, za jejich rady a informace vedoucí ke splnění cíle práce.

# OBSAH

<b>1. ÚVOD.....</b>	<b>3</b>
<b>2. CÍLE A POUŽITÁ METODIKA.....</b>	<b>5</b>
2.1 CÍLE .....	5
2.2 HYPOTÉZY .....	5
2.3. METODIKA .....	5
<b>3. LITERÁRNÍ PŘEHLED.....</b>	<b>7</b>
3.1 CESTOVNÍ RUCH.....	7
3.2 SYSTÉM CESTOVNÍHO RUCHU.....	8
3.2.1 <i>Subjekt cestovního ruchu</i> .....	8
3.2.2 <i>Objekt cestovního ruchu</i> .....	8
3.3 SLUŽBY CESTOVNÍHO RUCHU – VYMEZENÍ, ZNAKY .....	9
3.4 KLASIFIKACE SLUŽEB.....	10
3.5 CHARAKTERISTIKA SLUŽEB V CESTOVNÍM RUCHU .....	12
3.5.1 <i>Služby cestovního ruchu</i> .....	12
3.5.1.1 Dodavatelské služby .....	12
3.5.1.2 Zprostředkovatelské služby .....	17
3.5.2 <i>Ostatní služby</i> .....	19
3.5.2.1 Specializované služby pro cestovní ruch.....	19
3.5.2.2 Služby místní infrastruktury v cílovém místě.....	20
3.6 KOMERČNÍ SLUŽBY .....	21
3.7 MIKROREGION .....	22
3.8. MARKETINGOVÝ VÝZKUM .....	23
<b>4. SITUAČNÍ ANALÝZA .....</b>	<b>24</b>
4.1 VYMEZENÍ UHERSKOBRODSKÉHO MIKROREGIONU .....	24
4.1.1 <i>Vznik mikroregionu a cíle</i> .....	25
4.1.2 <i>Sociodemografická a demografická struktura Uherskobrodského mikroregionu</i> .....	27
4.1.3 <i>Dopravní infrastruktura a technický stav Uherskobrodského mikroregionu</i> .....	28
4.1.4 <i>Komerční služby mikroregionu</i> .....	28
4.2 ZPRACOVÁNÍ PRIMÁRNÍCH DAT.....	29
4.2.1 <i>Řízený rozhovor se starosty</i> .....	29
4.2.2 <i>Dotazníky u podnikatelských jednotek</i> .....	31
4.3 ZODPOVĚZENÍ HYPOTÉZ.....	34
4.4 PROFIL UHERSKOBRODSKÉHO MIKROREGIONU VZHLEDEM K DANÉ OBLASTI KOMERČNÍCH SLUŽEB – NABÍDKA, POPTÁVKA (OBYVATELÉ, CESTOVNÍ RUCH) .....	35
4.4.1 <i>Nabídka komerčních služeb v mikroregionu</i> .....	35
4.4.2 <i>Poptávka po komerčních službách – obyvatelé, cestovní ruch</i> .....	36
4.5 POROVNÁNÍ UHERSKOBRODSKÉHO MIKROREGIONU S JIHOČESKÝM KRAJEM.....	36
<b>5. PŘEDPOKLADY ROZVOJE.....</b>	<b>38</b>

<b>6. ZÁVĚR.....</b>	<b>40</b>
<b>7. SUMMARY .....</b>	<b>42</b>
<b>8. POUŽITÁ LITERATURA.....</b>	<b>44</b>
8.1 ODBORNÁ LITERATURA.....	44
8.2 INTERNETOVÉ ZDROJE.....	45
<b>9. PŘÍLOHY .....</b>	<b>47</b>

# 1. ÚVOD

Ekonomika České republiky je otevřená a díky vysokému podílu zahraničního obchodu se řadí mezi státy s relativně stabilním hospodářstvím. Díky vstupu do Evropské unie a možnostmi čerpání dotací z Evropské unie se zlepšilo poskytování služeb jak v České republice tak i krajích a mikroregionech. Ekonomický charakter v těchto oblastech je výsledkem historického vývoje a je spjatý s přírodními, geografickými, dopravními a dalšími podmínkami daného území.

Uherskobrodský mikroregion má podle mého názoru dobré předpoklady jak pro rozvoj komerčních služeb v této oblasti, tak i pro rozvoj cestovního ruchu. Zdejší příroda je vhodná pro pasivní i aktivní odpočinek, pěší turistiku a cykloturistiku. Velkým lákadlem je zdejší kultura a s ní spojené lidové tradice.

Nedílnou součástí mikroregionu je poskytování služeb podnikatelskými jednotkami a také poskytování služeb z hlediska cestovního ruchu. U účastníka cestovního ruchu se jedná především o stravovací, ubytovací, informační a dopravní služby. Tyto služby lze spojit i s dalšími doplňkovými službami. Mezi komerční služby se zpravidla řadí maloobchod, služby cestovního ruchu (stravovací, ubytovací, dopravní, informační služby, služby cestovních kanceláří a cestovních agentur, sportovně-kulturní služby) a ostatní služby (služby osobního charakteru – kosmetika, kadeřnictví, masáže, manikúra a jiné a služby opravárenské).

Na začátku práce jsou vysvětleny pojmy související obecně se službami, cestovním ruchem, službami cestovního ruchu a dále je seznámení s charakteristikou komerčních služeb a mikroregionu. Tato část je zpracována na základě literatury, která souvisí s cestovním ruchem a komerčními službami. Další část práce se zabývá vlastním výzkumem a jeho vyhodnocením, které vzniklo na základě dotazníkového šetření a rozhovory se starosty. V této části je také vymezeno sledované území. Na závěr jsou vymezeny předpoklady rozvoje komerčních služeb v dané oblasti.

Toto téma jsem se rozhodla zpracovat z důvodu, že tento mikroregion jsem několikrát navštívila a že z této oblasti pocházejí rodiče a prarodiče. Myslím si, že má mnoho kladných stránek, které lze využít v poskytování služeb pro obyvatelé a turisty.

## **2. CÍLE A POUŽITÁ METODIKA**

### **2.1 Cíle**

Cílem mé bakalářské práce je na základě posouzení komerčních služeb popsat Uherskobrodský mikroregion se zaměřením na oblast komerčních služeb a dle zjištěných informací provést v této oblasti situační analýzu.

Dalším cílem této práce je vymezit předpoklady rozvoje Uherskobrodského mikroregionu v oblasti komerčních služeb a jaké má mikroregion další možné předpoklady pro rozvoj v cestovním ruchu.

### **2.2 Hypotézy**

Pro svojí práci bylo stanoveno 5 pracovních hypotéz, které během své práce zodpovím:

- Dostatečná dostupnost komerčních služeb pro obyvatele mikroregionu
- Nezaměstnanost v mikroregionu ve srovnání s Jihočeským krajem
- Věková struktura obyvatel
- Vlastnictví podniků v mikroregionu – místní/cizí
- V daném mikroregionu mezi poskytovateli komerčních služeb převládají neinstitutionalizované formy spolupráce

### **2.3. Metodika**

Pro zjištění předpokladů rozvoje komerčních služeb bylo využito několik metod.

První fáze probíhala studiem odborné literatury a zjišťováním dat ze sekundárních zdrojů a bude nám sloužit k popisu mikroregionu, definování a členění komerčních služeb se zaměřením na služby v oblasti cestovního ruchu. Data byla



čerpána z odborné literatury, internetových stránek a to zejména daného mikroregionu, Českého statistického úřadu a Ministerstva pro místní rozvoj.

V další části jsou zpracovány výsledky vlastního výzkumu, který se prováděl ve zvolené oblasti, a to v Uherskobrodském mikroregionu. Vlastní výzkum byl prováděn prostřednictvím dotazníkového šetření u podnikatelských jednotek a řízených rozhovorů se starosty z dané oblasti.

Dotazníkové šetření je nejčastěji využívanou metodou základního výzkumu. K dosažení kvalitního výsledku je proto nutné výběr provést na odborné úrovni. Dotazníkové šetření může být provedeno třemi způsoby. Jedná se o písemné dotazování, kde jsou dotazníky zasílány poštou, dále je to osobní dotazování, v tomto případě se jedná o rozhovor tazatele s respondentem a posledním dotazníkovým šetřením je telefonické dotazování. Pro získání výsledků z dotazování bylo využito osobní dotazování. (Vašítková, 2008)

Po této části následuje další etapa a to sestavení profilu Uherskobrodského mikroregionu, vymezení mikroregionu a popis sociodemografické struktury. Profil bude sestaven z hlediska nabídky komerčních služeb a poptávky po komerčních službách obyvateli obcí a návštěvníky oblasti.

Poslední fází je vymezení předpokladů rozvoje komerčních služeb a cestovního ruchu v Uherskobrodském mikroregionu.

## 3. LITERÁRNÍ PŘEHLED

### 3.1 Cestovní ruch

Cestovní ruch je významný společensko-ekonomický fenomén jak z pohledu jednotlivce, tak i společnosti. Každoročně představuje největší pohyb lidské populace nejen za účelem rekreace, ale i poznávání. Je pozoruhodnou součástí spotřeby a způsobu života obyvatel, zejména ekonomicky vyspělých zemí. Cestovní ruch jako otevřený systém zdůrazňuje význam vlivu vnějšího prostředí na jeho strukturu a vývoj. Ekonomické, politické, sociální, technicko-technologické a ekologické prostředí nemá k cestovnímu ruchu výlučný vztah, ale cestovní ruch je těmito faktory ovlivňován. (Hesková 2006)

Cestovním ruchem se rozumí soubor činností zaměřených na uspokojování potřeb souvisejících s cestou a pobytem osob mimo místo trvalého bydliště, zpravidla ve volném čase, za účelem zotavení, poznání, společenského kontaktu, kulturního a sportovního vyžití, lázeňského léčení a pracovních cest. (Orieška, 1999)

Výkladový slovník cestovního ruchu ministerstva pro místní rozvoj definuje cestovní ruch jako „komplexní společenský jev a souhrn aktivit účastníků cestovního ruchu, souhrn procesů budování a provozování zařízení se službami pro účastníky cestovního ruchu včetně souhrnu aktivit osob, které tyto služby nabízejí a zajišťují, dále jako souhrn aktivit spojených s využíváním, rozvojem a ochranou zdrojů pro cestovní ruch, souhrn politických a veřejně-správních aktivit a rekreace místní komunity a ekosystémů na uvedené aktivity.“ (Pásková, Zelenka, 2002)

Obecně se cestovní ruch definuje jako „krátkodobý přesun lidí na jiná místa, než jsou místa jejich obvyklého pobytu, za účelem pro ně příjemných činností.“ Definice zní jednoduše, ale není plně výstižná. Nezahrnuje například lukrativní oblast služebních

cest, kde hlavním smyslem cestování je práce, nikoli zábava. Je také nesnadné určit, jak daleko člověk musí cestovat nebo kolik nocí musí strávit mimo domov, abychom jej mohli považovat za turistu. Mezi cestovním ruchem a cestováním nepochybně existuje silná spojitost. (Horner, Swarbrooke 2003)

## **3.2 Systém cestovního ruchu**

Cestovní ruch je otevřený a dynamický systém, který tvoří dva podsystemy, a to subjekt cestovního ruchu a objekt cestovního ruchu včetně vzájemných vazeb. Vazby existují i mezi cestovním ruchem jako systémem a jinými systémy, které tvoří jeho okolí – vnější prostředí. Jde o ekonomické, politické, sociální, technicko-technologické a ekologické prostředí. (Hesková, 2006)

### **3.2.1 Subjekt cestovního ruchu**

Subjektem cestovního ruchu (tourist subjekt) se rozumí každý účastník cestovního ruchu. Z ekonomického hlediska je jím každý, kdo uspokojuje svoje potřeby spotřebou statků cestovního ruchu v době cestování a pobytu mimo místo trvalého bydliště a obvykle ve volném čase. (Hesková, 2006)

### **3.2.2 Objekt cestovního ruchu**

Objektem cestovního ruchu (objekt of tourism) se rozumí všechno, co se může stát cílem změny místa pobytu účastníka cestovního ruchu. Jde o přírodu, kulturu, hospodářství apod. Subjekt cestovního ruchu cestuje do cílového místa jen tehdy, když existuje vhodný ekvivalent na uspokojování jeho potřeb. Jeho součástí jsou služby a zboží vyráběné podniky a institucemi cestovního ruchu v cílovém místě. (Hesková, 2006)

### 3.3 Služby cestovního ruchu – vymezení, znaky

Služby jsou ekonomické statky, které mají převážně nehmotný charakter. Mají určité znaky, kterými se liší od výrobků. Při jejich poskytování vznikají užitečné efekty, buď individuální nebo společenský. Individuální efekt, který je obvykle součástí cíle účasti na cestovním ruchu, může mít různorodý charakter podle zvolené formy účasti, například rekreační, kulturní, zdravotní apod. Společenský efekt zpravidla podmiňuje nebo umožňuje dosažení individuálního efektu (například služby související s udržováním čistoty a hygieny veřejných prostranství, zeleně atd.). (Hesková, 2006, Oriška, 1999)

Produkce služeb má na rozdíl od zboží určité znaky. Jde o všeobecné znaky služeb za které považujeme *nemateriálnost*, která vyjadřuje, že na rozdíl od výrobku, který je možné vnímat smysly, v případě služeb tomu tak není; *nemateriálnost* služeb souvisí s *vysokou spotřebou živé lidské práce*, protože poskytování služeb vyžaduje přítomnost zástupce nebo zprostředkovatele; *začlenění vnějšího faktoru do procesu poskytování služeb* rozumíme účast zákazníka na procesu poskytování služeb; *soulad poskytování služeb s jejich spotřebou* se označuje také jako tzv. *simultánnost*, to znamená, že služby není možné produkovat do zásoby a realizují se jen tehdy, když je jejich spotřebitel přítomný v místě spotřeby a z toho vyplývá další znak a to *pomíjitelnost služeb* tedy, že služby nelze před jejich použitím testovat tak jako běžné spotřební předměty. (Hesková, 2006)

Znaky charakteristické jen pro služby cestovního ruchu jsou speciální znaky služeb cestovního ruchu (Hesková, 2006). Speciálním znakem cestovního ruchu je, že poskytnutí služby a její spotřeba jsou *prostorově i časově vázány* na určitý rekreační prostor, který zároveň určuje charakter spotřeby služeb; služby cestovního ruchu mají převážně *charakter osobních služeb*; dále se jedná o *komplex* různých, zpravidla podmíněných služeb, kdy uspokojení jedné potřeby určitou službou podmiňuje uspokojení další potřeby jinou službou; rozsah spotřeby služeb cestovního ruchu je

třeba *včas zabezpečit*, hlavně při hromadné a zároveň krátkodobé části na cestovním ruchu; účastník cestovního ruchu na rozdíl od spotřebitele na trhu spotřebního zboží vystupuje zpravidla jako *neanonymní*. (Orieška, 1999)

Služby cestovního ruchu představují služby poskytované turistům, návštěvníkům a cestujícím a jedná se o služby ubytovací, stravovací, dopravní včetně silničního servisu pro motoristy, informační, zprostředkovatelské, směnářské, sportovně-rekreační, zábavní, kulturní, lázeňské aj. Podle vztahu k uspokojování potřeb návštěvníků jsou rozdělovány na základní služby cestovního ruchu a doplňkové služby cestovního ruchu, podle způsobu placení na placené a neplacené služby, podle způsobu zajištění dostupnosti na předem rezervované služby a služby nerezervované. (Pásková, Zelenka 2002)

Služby cestovního ruchu se vyznačují nehmatatelností, vysokou mírou heterogeností a subjektivitou vnímání a poskytování stejné služby, neoddělitelnost místa, času čerpání a poskytování služby. (Palátková, 2006)

### **3.4 Klasifikace služeb**

Různorodost služeb cestovního ruchu umožňuje jejich klasifikování z více hledisek. Často podle významu ve spotřebě účastníků cestovního ruchu rozlišují na služby základní a doplňkové. Do základních služeb se zařazuje přemístění účastníků cestovního ruchu z místa jejich trvalého bydliště do rekreačních prostorů a zpět a služby spojené s pobytem v rekreačním prostoru (dopravní služby, služby ubytovací a stravovací). Doplňkové (komplementární) služby jsou spojeny s využíváním atraktivit, vlastností charakteristických pro konkrétní rekreační prostor (například sportovně-rekreační služby, společensko-kulturní služby, lázeňské služby apod.). (Orieška, 1999)

*Podle charakteru spotřeby* se služby cestovního ruchu člení na osobní a věcné. V případě osobních služeb (například odnesení zavazadel v ubytovacím zařízení) se

efekt dostaví přímo, bezprostředně, u věcných služeb zprostředkovaně hmotným statkem (např. úprava lyžařské výstroje, skitestservis). (Hesková, 2006)

Z hlediska ekvivalentnosti výměny při poskytování služeb jde o služby placené a neplacené. Placené služby jsou hrazeny z individuálních příjmů obyvatelstva, neplacené přímo z příjmů společnosti, firmy, organizace apod.. (Orieška, 1999)

*Podle fází realizace cestovního ruchu* rozlišujeme služby, které účastník vyžaduje, kupuje a spotřebovává v místě trvalého bydliště, během cestování, během pobytu v cílovém místě a další služby v závislosti na druhu nebo formě cestovního ruchu (Hesková, 2006). S územním hlediskem úzce souvisí *časové hledisko*, podle kterého jde o služby poskytované v sezónním období, o sezónní služby v letní či zimní sezóně cestovního ruchu. (Orieška, 1999)

*Podle způsobu zabezpečování služeb* jde o vlastní služby poskytované tzv. dodavatelským způsobem, kdy mezi dodavatelem a účastníkem není žádný mezičlánek (například ubytovací, stravovací nebo jiné služby) a služby zprostředkované (obstarávané) cestovní kanceláří, která je mezičlánkem mezi dodavatelem služby a účastníkem cestovního ruchu. (Orieška 1999)

Struktura služeb, jimiž se uspokojují potřeby účastníků cestovního ruchu, je různorodá a uspokojuje dvě skupiny potřeb. Jde jednak o *primární potřeby* – cílové potřeby účastníků cestovního ruchu (například potřeba sportovního vyžití, poznávání kulturních a historických pozoruhodností, odpočinku, společenské komunikace, rozptýlení, zábavy apod.), jednak *potřeby sekundární* – realizační, které podmiňují efektivní uspokojování cílových potřeb (například potřebu přepravit se do rekreačního prostoru, potřebu výživy, přenocování, hygieny, zprostředkování služeb apod.). Z uvedeného vyplývá, že význam služeb cestovního ruchu během pobytu místo trvalého bydliště vzrůstá, protože kromě každodenních existenčních potřeb (výživa, bydlení, hygiena) účastník cestovního ruchu chce, respektive musí uspokojovat i další potřeby,

vyvolané rekreačními aktivitami (například lyžování, plavání, opalování apod.). (Orieška 1999)

### **3.5 Charakteristika služeb v cestovním ruchu**

Služby v cestovním ruchu jsou rozlišovány na služby cestovního ruchu a ostatní služby. Služby cestovního ruchu (tourism services) jsou výlučně nebo převážně určené na uspokojování potřeb účastníků cestovního ruchu, ostatní služby jsou určeny převážně místnímu obyvatelstvu s tím, že účastníkům cestovního ruchu je určena část jejich produkce. (Hesková,2006)

#### **3.5.1 Služby cestovního ruchu**

##### **3.5.1.1 Dodavatelské služby**

###### Informační služby

Tyto služby umožňují šíření objektivních poznatků o cílových místech cestovního ruchu, objektech cestovního ruchu a službách, čímž napomáhají a usměrňují rozhodování účastníků cestovního ruchu. Jde o informace o přírodních podmínkách, klimatických podmínkách, obyvatelstvu a způsobu jeho života, všeobecné infrastrukturu a suprastrukturu cestovního ruchu, hlavních dopravních trasách a prostředcích na dosažení cílového místa, možnostech ubytování a stravování. Významným zdrojem informací jsou cestovatelské časopisy a knižní průvodci, resp. cestovní příručky (tzv. bedekry). V organizovaném cestovním ruchu jsou základním zdrojem informací o nabídce cestovních kanceláří hlavně katalogy zájezdů a pobytů, zpracované pro letní nebo zimní sezonu, specializované podle nabízeného produktu, prospekty atd. Šíření informovanosti napomáhají turistické informační kanceláře (TIK – *tourist information office*), jejichž základním posláním je poskytovat komplexní informace o atraktivitách a službách v místě a v regionu včetně propagačních a informačních materiálů.

Efektivnímu informování návštěvníků jednotlivých cílových míst napomáhá budování jednotného informačního a orientačního systému, který se skládá z informačních tabulí, ze směrovek, map a grafických symbolů rozmístěných na frekventovaných místech. (Hesková 2006)

### Dopravní služby

Dopravní služby umožňují přepravu účastníků cestovního ruchu mezi místem jejich trvalého bydliště a místem cestovního ruchu, mezi místy cestovního ruchu a v místě cestovního ruchu. Doprava je jedním ze základních předpokladů rozvoje cestovního ruchu. Jejich součástí jsou i služby, které s dopravou bezprostředně souvisejí. Jde například o poskytování informací o dopravním spojení, rezervování míst v dopravních prostředcích, prodej dopravních cenin, úschovu a přepravu zavazadel a mnohé další. Jejich rozsah závisí na druhu použitého dopravního prostředku. V závislosti na druhu dopravního prostředku tyto služby poskytují přímo dopravci (dopravní společnosti), nebo je obstarávají přepravci, zejména cestovní kanceláře. (Orieška 1999)

Když doprava uspokojuje potřeby účastníků cestovního ruchu, říkáme jí rekreační doprava. Mezi rekreační dopravu můžeme zařadit *přepravu rekreačními vlaky*, která oproti pravidelné dopravě respektuje některé požadavky cestovního ruchu, zejména směřování dopravy a její frekvencí; *přeprava zvláštními vlaky* kam patří jízdy zvláštními vlaky vypravené jako vlaky vyhlídkové, vzpomínkové u příležitosti některých významných událostí, nostalgické (sestavěné z historických vlaků a vagonů) (Hesková, 2006); do rekreační dopravy řadíme i *okružní rekreační plavby*, kdy pobyt na lodi trvá nejméně jeden týden; *rekreační vyhlídkové plavby* po řekách jezerech a vodních plochách a jde o zabezpečení vlastní přepravy spojené s poznávacím účelem. (Orieška, 1999)



### Ubytovací služby

Ubytovací služby souvisí s pobytovou stránkou cestovního ruchu. Jejich poskytování je předpokladem rozvoje zejména pobytového cestovního ruchu (Orieška, 1999). Umožňují přenocování nebo přechodné ubytování v cílovém místě. Jejich součástí jsou i služby, které souvisejí s pobytem hostů v ubytovacím zařízení. Ubytovací služby poskytují veřejnosti přístupné ubytovací zařízení, které pracují na ziskovém principu (tzv. komerční zařízení) nebo na neziskovém principu (zařízení občanských sdružení, podnikové rekreační zařízení atd.). Jednotlivá ubytovací zařízení nabízejí různý standard placených a neplacených doplňkových služeb. Placené a neplacené služby poskytované ubytovaným hostům je možné diferencovat i podle toho, zda je o služby poskytované při jejich příchodu, během pobytu nebo při odchodu z ubytovacího zařízení. (Hesková, 2006)

### Stravovací služby

Stravovací služby zabezpečují uspokojování základních potřeb výživy, přispívají k zotavení a vytvářejí větší fond volného času využitelný na uspokojování potřeb účastníků cestovního ruchu, které jsou cílem účasti na cestovním ruchu. Jde o služby základního stravování, doplňkového stravování a občerstvení, jakož i společensko-zábavní služby, spojené s hudební produkcí, kulturním programem, případně další služby. (Hesková, 2006)

Hlavní činností je příprava jídel, která se konzumují buď v zařízeních provozovatele stravovacích služeb, nebo doma u zákazníků. Produkt se skládá z hmotných prvků, jimiž jsou jídla a nápoje, a z nehmotných služeb. (Horner, Swarbooke, 1996)

### Sportovně-rekreační služby

Sportovně-rekreační služby jsou z hlediska cíle účasti na cestovním ruchu považovány za jedny z nejvýznamnějších služeb. Umožňují aktivně využívat přírodní a uměle vytvořené podmínky pro rozvoj sportu, rekreace a turistiky. Jejich poskytování a potřeba souvisí se snahou využít volný čas formou aktivního odpočinku včetně určitého stupně fyzické zátěže jako protipól převážně stereotypnímu způsobu života. Poskytují je sportovně- rekreační zařízení budovaná jako součást ubytovacích zařízení nebo jako součást vybavenosti cílových míst cestovního ruchu. Je možné nabízet je jednotlivě nebo v rámci souboru pobytových služeb. (Hesková, 2006)

### Kulturně-společenské služby

Kulturně-společenské služby uspokojují společenské a kulturní potřeby účastníků cestovního ruchu. Poskytují je kulturní, společensko-zábavní a osvětová zařízení. Poptávku po nich do značné míry ovlivňuje délka pobytu účastníků cestovního ruchu (Orieška, 1999). Jejich poskytování je spojené s hlavním motivem kulturního a městského cestovního ruchu. Spojují se poznáváním, zábavou a společenskou komunikací, jsou součástí i jiných druhů cestovního ruchu, např. rekreačního, lázeňského, zdravotního, kongresového. Poptávku po nich do značné míry ovlivňuje délka pobytu v cílovém místě. (Hesková 2006)

### Lázeňské služby

Lázeňské služby tvoří komplex činností souvisejících s lázeňskou léčbou a pobytem v lázních. Tvoří je základní lázeňské služby (lékařské a léčebné, ubytovací, stravovací a společensko-kulturní) a doplňkové služby poskytované lázeňským hostům (léčebná kosmetika, manikúra, pedikúra, prodej pohlednic, upomínkových předmětů a literatury, směnářské služby atd.). Základní lázeňské služby poskytují zařízení lázeňských

podniků, doplňkové služby i další dodavatelé, kteří mají svá zařízení v lázeňském místě. (Orieška 1999)

### Kongresové služby

Kongresové služby jsou určeny pro uspokojování potřeb účastníků kongresových akcí. Poskytování kongresových vyžaduje existenci specifických materiálně-technických podmínek, které umožňují jednání, ubytování, stravování a efektivní využití volného času účastníků kongresových akcí. Kongresové služby jsou kombinací odborného programu s doprovodnými akcemi, před a pokongresovými službami. (Hesková, 2006)

### Služby venkovského cestovního ruchu

Službami venkovského cestovního ruchu rozumíme činnosti nemateriálního charakteru, jejichž výsledkem je individuální nebo společenský efekt (Orieška, 1999). Služby venkovského cestovního ruchu jsou relativně samostatným souborem služeb poskytovaných účastníkům venkovského cestovního ruchu včetně agroturistiky. Jejich poskytování vyžaduje vhodné zařízení lokalizované ve venkovském prostředí a bezprostřední interakci producenta služeb a hosta. Jde o ubytovací, stravovací a doplňkové služby na venkově. (Hesková, 2006)

### Průvodcovské a asistenční služby

Průvodcovské a asistenční služby jsou služby spojené s provázením skupin nebo jednotlivých účastníků cestovního ruchu a jedná se o služby osobní. Jejich obsah je daný dohodnutým orgánem, standardem služeb a spojený s poskytováním informací. Jsou součástí péče o návštěvníka v cestovním ruchu, tzv. asistence, kterou zabezpečují vlastní pracovníci cestovní kanceláře (touroperátora), kulturního, osvětového či jiného zařízení služeb nebo jednotlivé fyzické osoby, obvykle živnostníci (Hesková 2006). Kromě průvodců cestovního ruchu přicházejí v úvahu i služby místních průvodců,

horských vůdců, průvodců po kulturních a historických pozoruhodnostech (hradech, zámcích, muzeích, galeriích atd.) a průvodců jeskyních. (Orieška 1999)

### Animační služby

Animační služby v souvislosti s cestovním ruchem se na rozdíl od zahraničí vyskytují v našich podmínkách zatím jenom výjimečně. Animací se rozumí oživení, resp. „Aktivní využívání volného času nebo organizování a uskutečňování různých aktivit.“ Animaci je možno chápat zároveň jako službu, která vyžaduje organizační, personální, materiálně-technické a ekonomické zabezpečení tak, aby se mohla stát součástí nabídky dodavatelských podniků cestovního ruchu, především ubytovacích zařízení, organizátorů cestovního ruchu (touroperátorů) i středisek cestovního ruchu. (Orieška 1999)

#### **3.5.1.2 Zprostředkovatelské služby**

Zprostředkovatelské služby souvisí se zprostředkováním, často i organizováním a zabezpečováním činností podmiňujících a umožňujících účast na cestovním ruchu. Jejich poskytování je podmíněné místním a časovým oddělením poptávky od nabídky. Zprostředkování služeb, které jsou výsledkem činnosti dodavatelských podniků a organizací, zabezpečují hlavně cestovní kanceláře a cestovní agentury. Jde o rezervování míst v dopravních prostředcích, prodej dopravních cenin, rezervování ubytovacích a stravovacích služeb, zprostředkování lázeňských služeb, pojištění atd.. (Hesková 2006)

### Služby cestovní kanceláře

Cestovní kanceláře se často označují za velkoobchody, které v systému cestovního ruchu stojí mezi producentem primárního produktu a maloobchodním prodejcem. Můžeme je však také považovat za producenty, zpracovávající „suroviny“, například

místa v hotelích a letadlech, na produkt, který následně prodávají. Cestovní kanceláře představují jediný pravý průmysl cestovního ruchu, který není pouhou podskupinou jiného průmyslu. Mají specifickou funkci v systému cestovního ruchu. (Horner, Swarbrooke,1996)

Cestovní kancelář je organizace, která nabízí, rezervuje a prodává vlastní zájezdy, zájezdy připravené jinými cestovními kancelářemi a další služby cestovního ruchu individuálním zájemcům a jiný cestovními kancelářím. Cestovní kancelář poskytuje zákazníkům často další služby – cestovní pojištění, obstarání víz, směnu deviz a šeků, prodej map a průvodců. (Pásková, Zelenka, 2002)

### Služby cestovní agentury

Cestovní agentura je organizace prodávající zájezdy vytvořené cestovními kancelářemi. Individuálnímu zákazníkovi může cestovní agentura prodávat jednotlivé služby cestovního ruchu a zájezdy pouze jako zprostředkovatel cestovní kanceláře. Cestovní agentura poskytuje zákazníkům často další služby – cestovní pojištění, obstarávání víz, směnu deviz a šeků, prodej map a průvodců. (Pásková, Zelenka, 2002)

Sektor cestovních agentur je maloobchodní distribuční článek v systému marketingu cestovního ruchu. Představuje prostředníka, který spojuje producenty (například cestovní kanceláře, hotely, aerolinie a další dopravce) se zákazníky. (Horner, Swarbrooke,1996)

## **3.5.2 Ostatní služby**

### **3.5.2.1 Specializované služby pro cestovní ruch**

#### Pojišťovací služby

Pojištění v cestovním ruchu je služba, která má účastníkovi cestovního ruchu pomoci při likvidaci následků pojistných událostí. (Orieška, 1999)

Cestovní pojištění je druh pojištění proti následkům nepředvídatelných událostí během cestovního pobytu v tuzemsku a zahraničí. Pojištěním se zabezpečuje právo cestujícího na výplatu peněžních prostředků souvisejících s úhradou výdajů, které z náhodných událostí vznikly. (Hesková, 2006)

#### Směnárenské služby

Směnárenské služby tvoří součást obchodu s devizovými prostředky, kterými se rozumí koupě nebo prodej devizových hodnot, jak i jejich výměna. Kromě hotovosti se manipuluje i s bezhotovostními hodnotami, zejména s cestovními šeky a platebními kartami. (Hesková, 2006)

#### Služby pasových a celních orgánů

Služby pasových a celních orgánů souvisí s vydáváním cestovních dokladů (pasů) pro cesty do zahraničí a jejich kontrolou na hraničních přechodech určených pro mezinárodní styk za účelem identifikace cestujících. Na hraničních přechodech jsou služby pasových orgánů spojené se službami celních orgánů uskutečňujících celní kontrolou zaměřenou na ochranu státu. (Hesková, 2006)

### 3.5.2.2 Služby místní infrastruktury v cílovém místě

#### Obchodní služby

Obchodní služby jsou předpokladem komplexního uspokojení potřeb cestujících. Obchodní síť má zabezpečovat nabídku takového zboží, které žádají účastníci cestovního ruchu (Hesková, 2006), ale i specializovaný a luxusní sortiment. Jde rovněž i o prodej sportovně-rekrečních potřeb, fotografických potřeb, map, knižních průvodců atd.. (Orieška, 1999)

#### Komunální služby

Jde o osobní a věcné služby, které souvisejí s péčí o účastníky cestovního ruchu. Patří sem i veřejně prospěšné služby, zaměřené na ochranu a zvelebování přírodního prostředí (parková úprava apod.). (Orieška, 1999)

#### Zdravotnické služby, služby policie, záchranné služby, poštovní telekomunikační služby

Zdravotnické služby, služby policie, záchranné služby a poštovní služby jsou součástí komplexní vybavenosti cílových míst. Ze zdravotnických služeb jde hlavně o služby první pomoci a služby lékárnické. Služby policie souvisí s bezpečností návštěvníků, ochranou jejich zdraví, života a majetku. Záchrané služby poskytuje návštěvníkům horských a vysokohorských středisek cestovního ruchu horská služba, která se zaměřuje i na zpřístupnění těžko dostupných terénů, vytváření bezpečnostních opatření, značkování turistických chodníků, ochranu přírody, poskytování služeb horských průvodců, informací o pobytu v horském prostředí, poradenskou a přednáškovou činnost. (Hesková, 2006)

### 3.6 Komerční služby

Ústav územního rozvoje definuje služby komerčního charakteru jako „Komerční služby, zahrnující maloobchod, stravování, nevýrobní a výrobní opravárenské služby doznaly v nových ekonomických podmínkách nejvýznamnějších změn jak kapacitně, tak zejména ve své struktuře. V celé této oblasti došlo dosud k nejrazantnější transformaci, jež byla spojena s maximální decentralizací odpovědnosti, vysokou - mnohdy úplnou - autonomií jednotlivých provozovatelů sledovaných činností, nevídanou diferenciací činností a změnami v jejich lokalizaci.“ (18)

Maloobchod zahrnuje veškeré činnosti související s prodejem zboží a služeb přímo konečným spotřebitelům pro jejich osobní, neobchodní užití. Maloobchodní prodejci jsou firmy, jejichž tržby plynou převážně z maloobchodního prodeje. Různé typy zboží vyžadují různý rozsah služeb a také požadavky zákazníků na služby se liší. Maloobchodní prodejci mohou poskytovat jednu ze tří úrovní služeb – samoobslužný prodej, omezené služby a služby v plném rozsahu. Maloobchodní prodejci musejí přijmout rozhodnutí o souboru služeb, které budou poskytovat. Soubor nebo rozsah služeb je jedním z klíčových nástrojů necenové konkurence a diferenciací jednotlivých obchodů. (Kotler, Armstrong, 2004)

Maloobchod je podle Odvětvové klasifikace ekonomických činností evidován pod alfabetským kódem **G** – obchod, opravy motorových vozidel a výrobků pro osobní potřebu a číselným kódem **50** – Obchod, opravy a údržba motorových vozidel; maloobchodní prodej pohonných hmot a **52** – Maloobchod kromě motorových vozidel; opravy výrobků pro osobní potřebu a převážně pro domácnost. (10)

Podle Odvětvové klasifikace ekonomických činností jsou služby osobního charakteru zařazeny do oddílu 93 – ostatní činnosti a 95 – činnosti domácností jako zaměstnavatelů domácího personálu soustřeďují činnosti převážně osobního charakteru (praní a čištění oděvů, kadeřnické a kosmetické služby apod.). Pokud je provádějí



samostatně organizace nebo jednotlivci, jsou soustředěny v oddíle 93 – ostatní činnosti. V případech, kdy tyto činnosti vykonávají zaměstnanci domácností, přísluší jejich činnost do oddílu 95 –činnosti domácností jako zaměstnavatelů domácího personálu. (10)

### **3.7 Mikroregion**

Mikroregion je region malého geografického měřítka. V praxi se zpravidla jedná o účelové mikroregiony sdružení obcí. V České republice jsou často vytvářeny za účelem získání společné podpory pro čerpání prostředků ze státních fondů a z fondů Evropské unie. V rámci rozvoje cestovního ruchu umožňují tyto mikroregiony efektivnější koordinaci rozvoje infrastruktury cestovního ruchu a marketingu cestovního ruchu, do mikroregionu se obce sdružují i pro možnost společenského čerpání prostředků na rozvoj cestovního ruchu. (Pásková, Zelenka, 2002)

Úloha mikroregionů je koncepční a výkonná činnost samosprávních orgánů obcí v oblasti místního rozvoje, jejich iniciační činnost v oblasti řešení mikroregionálních problémů a definování mikroregionálních programů a aktivit a jejich účast na realizaci regionálních programů. Pro identifikaci potřeb, určení směrů rozvoje, rozvojových aktivit a strategické rozhodování zpracovávají mikroregiony rozvoje strategie. (19)

Mikroregion je definován jako dobrovolný svazek obcí či zájmové sdružení obcí. Mikroregion vymezený na základě společné kulturně historické identity území může být chápán jako neformální útvar, jehož existence však ve svých důsledcích může vést k intenzivní spolupráci obcí a měst v příslušném území, která je iniciována na základě přirozených potřeb a priorit bez ingerence oficiálních státních institucí a orgánů. (Kadeřábková, Trhlínová 2008)

Mikroregion je podle zákona právnická osoba ustanovená v souladu s § 49 až §53 zákona č. 128/2008 Sb., o obcích, ve znění pozdějších předpisů. Vzniká pro

územně ucelenou oblast vymezenou přirozenými přírodními, technickými , nebo historickými hranicemi nebo pojíciemi prvky. V obecné formě se jedna o spádové území, které využívá principu soudržnosti, kde více obcí propojuje a provazuje své zájmy a záměry jednotlivých akcí a aktivit s cílem vymezení a realizování žádoucích změn ve všech obcích nebo části obcí takto vymezeného území. (Vlk, 2004).

### **3.8. Marketingový výzkum**

Metoda dotazování je nejrozšířenější metodou shromažďování primárních dat. Je vhodná zejména k získávání popisných informací. Osobní dotazování má dvě formy – individuální a skupinovou. Individuální dotazování zahrnuje rozhovory s lidmi u nich doma, v kanceláři, na ulici či v obchodních centrech. Jde o poměrně flexibilní metodu. (Kotler, Armstrong 2004)

Marketingový výzkum můžeme definovat jako spojení firmy poskytující služby s trhem prostřednictvím informací. Informace jsou systematicky získávané, analyzované a jejich interpretace slouží jak pro řízení marketingových činností firmy, tak i pro řízení firmy samotné.

Marketingový výzkum pomáhá realizovat mnohem efektivnější marketingová rozhodnutí. Správná marketingová rozhodnutí vznikají na základě lepší informovanosti a víme, že výzkum tyto informace poskytuje. Efektivní marketingový výzkum zahrnuje pět kroků – definování problému a výzkumných cílů, sestavení plánu výzkumu, shromáždění informací, analýza a vyhodnocení informací a prezentace výsledků. (Vašítková, 2008)

## 4. SITUAČNÍ ANALÝZA

### 4.1 Vymezení Uherskobrodského mikroregionu

Uherskobrodský mikroregion náleží regionu Střední Morava a po reformě státní správy se mikroregion stal tzv. „malým okresem“. Území spadá do okresu Uherské Hradiště, který patří do Zlínského kraje a centrem mikroregionu je město Uherský Brod. Správní obvod (centrum mikroregionu) sousedí na jihozápadě s Jihomoravským krajem a na jihu a východě pak se Slovenskou republikou. Mikroregionem protéká řeka Olšava.

Severní území se rozkládá ve Vizovické vrchovině a na jihovýchodě převážnou část území pokrývají Bílé Karpaty, které mají rozlohu cca 715 km<sup>2</sup> a v roce 1996 se zařadily do celosvětové sítě biosférických rezervací UNESCO. Z geologického hlediska mikroregion náleží k Západním Karpatům. Nejvyšší horou, s výškou 970 m n.m., je Velká Javořina, která se nachází v hornatině Bílých Karpat. Části Karpat, které spadají do mikroregionu, dominují Moravské Kopanice, které mají typickou zástavbu a mozaiku sušších míst, koutků, drobných lesíků, křovin a nevelkých políček. Centrem těchto Kopanic je Starý Hrozenkov. Orná půda spolu s lesními pozemky a taky s trvalými travními porosty v mikroregionu zaujímají největší plochu.

Podle administrativní mapy správního obvodu se mikroregion skládá z 28 obcí a 2 měst. Můžeme tedy říci, že v mikroregionu převládá vesnické osídlení. Hlavní města mikroregionu jsou Bojkovice, jehož převážná část území se nachází uvnitř Chráněné krajinné oblasti Bílé Karpaty. Druhým větším městem je Uherský Brod, které leží na jihovýchodní Moravě, téměř v srdci Slovácka a s necelými 17 500 obyvateli je čtvrtým nejlidnatějším městem Slovácka.

## Administrativní mapa správního obvodu Uherský Brod

(stav k 1. 1. 2003)



Zdroj: Mikroregion Uherskobrodsko, 2003

Uherskobrodský mikroregion je oblast, která je známá svojí přírodou, památkami a lidovými tradicemi. Příroda nabízí turistům šest naučných stezek a hustou síť značených tras pro pěší turistiku. Hora Mikulčín vrch je sportovní a turistické centrum a jsou zde i vhodné podmínky pro lyžování. Uherskobrodsko je území Jana Ámose Komenského a připomínají to muzea v Uherském Brodě, Komně a Nivnici. Jedná se o tři možná rodiště Jana Ámose Komenského.

### 4.1.1 Vznik mikroregionu a cíle

Na základě rozhodnutí zastupitelstev jednotlivých obcí v roce 1998 vzniklo Sdružení Uherskobrodsko (sdružení právnických a fyzických osob) a v červnu 2000 bylo v rámci tohoto mikroregionu ustanoveno Sdružení měst a obcí. Orgány sdružení jsou členská schůze a představenstvo.

Předmětem činnosti a cílem sdružení je provádět činnost takovým způsobem, aby co nejvíce zviditelňovala a prosazovala tento mikroregion v rámci společnosti a podporovala cestovní ruch, všestranně rozvíjela aktivity spojené s regionálním rozvojem, ochranou přírody a životního prostředí, řešila otázku nezaměstnanosti a využívala všechny možnosti k urychlení ekonomického rozvoje tohoto mikroregionu. Smysl této činnosti musí vést k dosahování prospěchu mikroregionu, a to zejména ve formě společenské, sociální, hospodářské a kulturní.

Jedna z prvních priorit mikroregionu je ekonomický rozvoj a nevýhodou pro plnění této priority je poloha mikroregionu a dostupnost v rámci České republiky. Dále se usiluje o prohloubení spolupráce se Slovenskem a tím se podpořilo lesnictví a zemědělství. Dalším cílem je technická a dopravní infrastruktura, která se odvíjí i od podpory státu. Samotnou kapitolu tvoří rozvoj lidských zdrojů, vzdělávání, kultury, bydlení, sociálních služeb a zdravotnictví. Mikroregion by se chtěl zaměřit také na rozvoj cestovního ruchu, jedná se zejména o rozšíření cyklistických stezek, zajištění parkovacích míst, vybudování sportovišť a ubytovacích zařízení. Poslední, hlavní, prioritou je prohloubení spolupráce s mikroregionem Slovácko, ale ze strany úřadů se zatím neprojevil odpovídající zájem.

K těmto cílům a hlavně k prioritě číslo dvě byly vytipovány projekty vhodné pro odlišné formy realizace. Jedná se o tyto projekty - Komplexní ekologizace krajiny v oblasti Moravských Kopanic, Využívání biomasy kompostování, Budování sušáren ovoce. Jedná se o programy z více zdrojového financování a zpravidla to nejsou tak silní strategičtí partneři, aby se dosáhlo na větší investiční záměr.

Obce musí vykonávat stále více povinností, ale finanční zdroje tomu neodpovídají, a proto většina obcí řeší své problémy formou půjček. Dalo by se říct, že obec je takovým velkým majetkem a určitě by žádný starosta nechtěl předat svému následníkovi zkrachované hospodářství.

#### **4.1.2 Sociodemografická a demografická struktura Uherskobrodského mikroregionu**

V oblasti mikroregionu žije přibližně 53 800 obyvatel a celková rozloha území je 47 353 ha (viz tabulka č. 1). Hustota zalidnění na Uherskobrodsku je 63 obyvatel na 1 km<sup>2</sup>, která se nachází pod okresním průměrem. Při srovnání s rokem 2004 v členských obcích mikroregionu byl zaznamenán spíše úbytek obyvatel, ale v průměru šlo o dva či tři obyvatele. Ve srovnání s Jihočeským krajem je na tom Uherskobrodský mikroregion hůře, v Jihočeském kraji je vyšší porodnost a zároveň dlouhodobě nižší úmrtnost. V oblasti je větší zastoupení žen než mužů a to především v podproduktivním věku. Ve věku 15 - 61 let je to téměř srovnatelné (viz tabulka č. 2).

Celková míra registrované nezaměstnanosti k 31.12. 2005 byla 7,5 %, v roce 2007 nezaměstnanost klesla na 5,5 % a v současné době, k únoru 2009, se mikroregion potýká se 7,4 % nezaměstnaností (viz tabulka č. 3). Taková nezaměstnanost je způsobena pozastavením zbrojního průmyslu, a to především v Bojkovicích, a v Uherském Brodě. Není to jen zbrojní průmysl, ale i dřevozpracující firmy mají stále větší problémy s odbytem, jsou proto nuceny prodávat pod cenou a propouštět zaměstnance. Drobní podnikatelé nevykazují reálný předpoklad růstu a proto nejsou schopni využít tyto pracovníky. Zachovat nezaměstnanost v této oblasti na sociálně únosné úrovni znamená vytvářet nová pracovní místa v členských obcích, rozvíjet infrastrukturu, podporovat výrobu a prodej místních výrobků.

Nejvíce ekonomicky aktivního obyvatelstva podle odvětví se nachází v průmyslu a to 42,4 % a ve stavebnictví s 11,9 %. Ostatní odvětví, kam můžeme zařadit pohostinství a ubytování, peněžnictví a pojišťovnictví, činnost v oblasti nemovitostí, služby pro podniky a výzkum a ostatní veřejné a osobní služby, řadíme hned za stavebnictví (viz graf č. 1).

#### **4.1.3 Dopravní infrastruktura a technický stav Uherskobrodského mikroregionu**

Hlavní komunikací procházející mikroregionem je mezinárodní silnice E 50, jenž je důležitou spojnici se Slovenskou republikou. Dále je zde síť silnic druhé třídy vedené pod čísly 490, 495, 496 a 498, které v mikroregionu spojují členské obce. Mezi Slavkovem a Stráním prochází silnice první třídy s číslem 54 a ze Starého Hrozenkova rovněž vede silnice druhé třídy č. 50, po které se dostaneme do jednoho z velkých měst mikroregionu, Uherského Brodu.

Silnice třetí a čtvrté třídy spojují téměř všechny obce mezi sebou. Vzdálenost mezi jednotlivými obcemi je přibližně od 6 – 20 km. Vzdálenost mezi Uherským Brodem a Bojkovicemi je 26 km a tato vzdálenost by byla ujeta zhruba za 30 minut.

Obyvatelé Uherskobrodského mikroregionu využívají autobusovou a železniční dopravu, jedná se spíše o děti, které musí denně dojíždět do školy, ale i zaměstnance, kteří se nemají jak jinak dostat do zaměstnání. Dopravní spojení není ovšem tak dobré, zejména o svátcích nebo víkendech je pro obyvatele obtížné se dopravit do většího města nebo obce.

Vzhledem k obtížnému dopravnímu spojení mezi obcemi a městem většina obyvatel do zaměstnání využívá individuální dopravu, a tak technický stav silnic v dané oblasti, zejména v obcích, jsou ve špatném stavu a většina z nich potřebuje větší rekonstrukci. Pro členské obce se jedná o vysokou investici, a proto jsou komunikace opraveny jen v rámci finančních možností.

#### **4.1.4 Komerční služby mikroregionu**

Téměř všechny obce v mikroregionu jsou převážně vybaveny maloobchodem. V některých obcích se ani maloobchodní jednotka nevyskytuje. Jedná se o obce s nízkým počtem obyvatel - Lopeník, Vápenice a Vyškovec. V ostatních obcích se většinou nachází malé soukromé obchody, které nabízejí zúžený sortiment výrobků.

Služby cestovního ruchu například ubytování, stravování, doprava, služby informačních center jsou nejvíce zastoupeny ve dvou hlavních městech mikroregionu a to v Bojkovicích a Uherském Brodě. Ubytování lze využít i ve větších obcích, a to v Nivčici, Starém Hrozenkově a Strání.

## **4.2 Zpracování primárních dat**

### **4.2.1 Řízený rozhovor se starosty**

Řízený rozhovor se starosty obcí Uherskobrodského mikroregionu obsahoval 9 otázek:

- 1) V čem je přínosné zapojení obce do mikroregionu?
- 2) Jak je obec ochotna svou spoluprací s ostatními v rámci mikroregionu posílit?
- 3) Jaké jsou důvody?
- 4) Jaký potenciál pro sebe obec vidí v oblasti cestovního ruchu?
- 5) Co obci chybí, aby mohla cestovní ruch více rozvíjet?
- 6) Na jaké problémy narážejí místní podnikatelé?
- 7) Co chybí občanům dané obce v oblasti nabídky komerčních služeb?
- 8) Je Vaše obec zapojena do regionálního programu? Pokud ano, tak do jakého?
- 9) Jakým způsobem informujete turisty a okolní obce o akcích pořádaných Vaší obcí?

Celkem bylo získáno 7 rozhovorů a ochota pro tento rozhovor byla menší než u vyplňování dotazníků u podnikatelských jednotek. Téměř všichni starostové obcí požadovali zaslání otázek na e-mailovou adresu obecního úřadu z důvodu jejich zaneprázdnění. Většina starostů neodpověděla, proto nebylo dosaženo odpovědí od všech obcí.

Odpovědi starostů se od sebe výrazně nelišily, a proto bych je shrnula do jedné velké odpovědi.



Zapojení obce do mikroregionu vede k lepšímu řešení problematiky cestovního ruchu, dále to má přínos ve vzájemné spolupráci a propagaci mikroregionu (např. kalendář kulturních akcí) a obce mohou využívat dotační tituly pro mikroregiony. Každá zapojená obec se snaží mikroregion posílit, hlavně v cestovním ruchu, a k tomu je aktivně využívána i přeshraniční spolupráce.

Hlavním potenciálem v oblasti cestovního ruchu je příroda (CHKO, NPR, Natura 2000, biosférická rezervace), kultura (Fašankový festival, hody, Festival dechových hudeb, lidové tradice), ale do hlavního potenciálu můžeme zařadit i sklářství (tradiční výroba skla v místních Moravských sklárnách).

Když bych měla psát o záporech, nebo-li co obcím chybí, tak se jedná především o nízkou kapacitu ubytovacích zařízení, špatnou infrastrukturu a nedostatek cyklostezek, které se zatím připravují jen projekčně. Oblast spadá do CHKO a to je problém, na který naráží většina podnikatelů. V regionu je neexistující průmyslová zóna a v odpovědích byla několikrát zmíněna i závist mezi podnikateli, což určitě není pro oblast přínosem.

Na otázku číslo 8 mi většina starostů odpověděla, že do žádného regionálního programu zapojeni nejsou a nebo že jsou zapojeni do programu přeshraniční spolupráce.

Jako každá jiná obec, tak i obce Uherskobrodského mikroregionu se snaží nějakým způsobem turisty informovat a to především prostřednictvím svých internetových stránek, vydáváním Zpravodaje obce, Regionálního tisku, ale i pomocí rozhlasu, televize a účasti na veletrzích cestovního ruchu.

Na závěr bych chtěla napsat, že tento mikroregion je mladý, a proto je nutno ho ještě rozvíjet v rámci cestovního ruchu, kultury a volného času.

#### 4.2.2 Dotazníky u podnikatelských jednotek

V rámci bakalářské práce bylo prováděno u podnikatelských jednotek dotazníkové šetření, které mělo za cíl zjistit, jaká je v této oblasti nabídka služeb, poptávka po službách a jaké komerční služby mikroregion nabízí. K dotazování byl k dispozici dotazník s 21 otázkami (viz příloha č. 8).

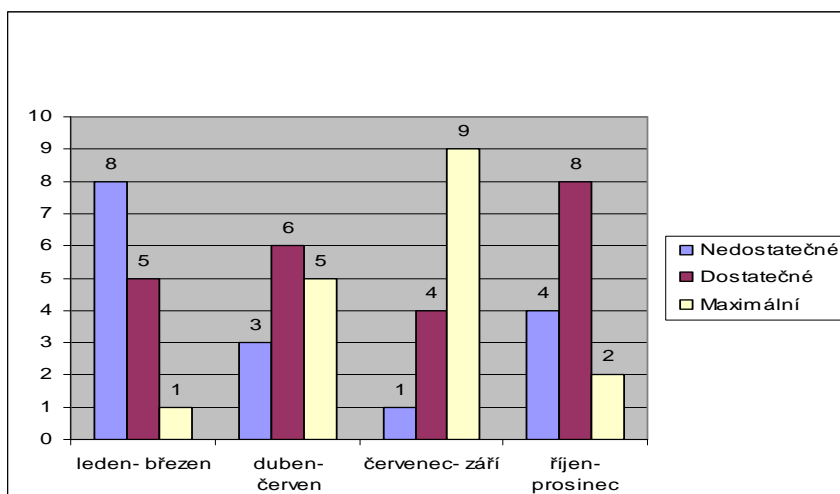
Celkem bylo dotazováno a vyplněno 30 dotazníků a ve většině případech byla pro vyplnění ochota. Pro některé podnikatele byla část otázek obsahově nesrozumitelná a o to bylo zpracování dotazníků těžší.

Podle získaných informací mikroregion svým zákazníkům ponejvíce nabízí ubytovací služby, které turisté nejčastěji využívají v hotelech, penzionech, ale také v chatkách, chalupách a v soukromí. Nejméně navštěvovány jsou kempy, motely, botely a hotely Garni. Většina ubytovacích zařízení má k dispozici 0 - 20 lůžek, ale jsou zde i taková zařízení, která nabízí větší kapacitu pro ubytování turistů (viz graf č. 2, 3 a 4).

Jako další častěji nabízenou službou v této oblasti je stravovací služba, která je využívána v pohostinských zařízeních. Třetí nejčastější poskytovanou službou je služba osobní (kadeřnictví, masáže, manikúra).

Z grafu č. 5 jde vidět, že v období leden - březen je využití kapacit nedostatečné, v druhém a posledním čtvrtletí je využití kapacit dostačující a mezi červencem a zářím je maximální využití.

Graf č.5 - Celkové využití svých kapacit během jednotlivých čtvrtletí



Zdroj: Vlastní zpracování

Podle získaných odpovědí na otázku č. 6 se ve srovnání s konkurencí většinou jedná o střední a spíše nízkou cenovou úroveň, ale v mikroregionu se vyskytuje i pár vyšších cenových úrovní.

Největší podíl turistů mezi zákazníky je v rozsahu od 0 % do 20 % a dále v rozsahu od 21 % do 40 %. Většina podnikatelů uvedla, že mezi nimi není významný podíl zahraničních turistů a podle dotazovaných je to způsobeno tím, že je zde malé zastoupení kulturních akcí, sportovního a jiného vyžití. Proto téměř všichni podnikatelé na otázku č. 9 odpovědělo, že vůbec svou nabídku turistům nepřizpůsobují, protože služby jsou čerpány převážně místními obyvateli, kteří nemají rádi změny. Ale našlo se i pár dotazovaných, kteří svou nabídku částečně nebo úplně turistům přizpůsobují (viz graf č. 6).

Pokud se turista chystá do Uherskobrodského mikroregionu, tak je to převážně za účelem poznání přírody a památek a všichni podnikatelé se shodli nad tím, že další příliv turistů by měly rozhodně podporovat obce a kraje (viz graf č. 7).

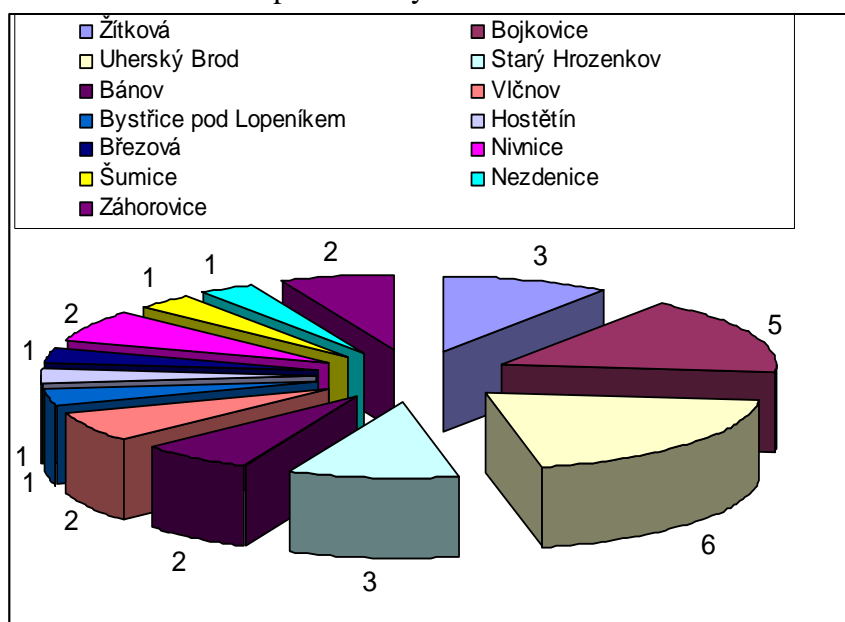
24 podnikatelských jednotek není zapojena do žádné organizované formy spolupráce, 4 podnikatelské jednotky jsou zapojeny do organizované formy spolupráce a zbytek na tuto otázku neodpovědělo. Důvod, proč většina podnikatelů není zapojena do žádné organizované formy spolupráce, je takový, že neví o její existenci a nebo k ní nemají důvěru. Je-li podnikatelská jednotka zapojena do organizované formy spolupráce, tak jejich přínosy jsou pozitivní nebo velmi pozitivní.

Zpravidla podnikatelské jednotky svoje služby nabízejí pouze v rámci Uherskobrodského mikroregionu a téměř ve všech podnicích další členové rodiny nepracují. V oblasti jsou i takové podniky, ve kterých pracují pouze členové rodiny nebo s dalšími zaměstnanci. Jedná se tedy většinou o malé podniky, kde je počet zaměstnanců nízký, a to 1 až 5 nebo 6 až 10 zaměstnanců (viz graf č. 8). Proto je platová úroveň zaměstnaných lidí oproti běžným platům spíše obdobná nebo nižší.

Téměř všichni podnikatelé jsou se ziskovostí svého podniku ani spokojen/a, ani nespokojen/a, ale jsou zde i spokojení a nespokojení podnikatelé. Jejich tržby, které byly za loňský hospodářský rok, se pohybují od méně než 1 milionu Kč nebo 1 až 5 milionů Kč.

Z grafu č. 9 vidíme, že nejčastěji odpovídali podnikatelé v Uherském Brodě a Bojkovicích – jedná se o dvě jediná města v mikroregionu, kde je největší zastoupení provozoven.

Graf č. 9 - Umístění provozovny



Zdroj: Vlastní zpracování

### 4.3 Zodpovězení hypotéz

První hypotéza se týkala dostatečné dostupnosti komerčních služeb pro obyvatelé daného mikroregionu. Hypotéza se nepotvrdila, obyvatelé Uherskobrodského mikroregionu hodnotí dostupnost komerčních služeb jako spíše nedostatečnou. Většina obcí je malá a proto jejich obyvatelé pro využití komerčních služeb musí dojíždět do větších měst nebo obcí, kde se tyto služby nacházejí (viz tabulka č. 4).

Míra registrované nezaměstnanosti v Jihočeském kraji ke dni 31. 3. 2008 je 4,2 %, v Uherskobrodském mikroregionu je v současné době 7,4 % nezaměstnanost, a proto se lze na tomto základě druhou hypotézu týkající se nezaměstnanosti potvrdit.

Hypotéza číslo tři se potvrdila. V této oblasti převládá obyvatelstvo v předproduktivním věku, kde je zastoupení mužů a žen v podstatě vyrovnané a v podproduktivním věku, kde převládá ženské pohlaví (viz tabulka č. 2).

Hypotéza, zda v mikroregionu převládají místní podniky nad cizími, se potvrdila.

#### **4.4 Profil Uherskobrodského mikroregionu vzhledem k dané oblasti komerčních služeb – nabídka, poptávka (obyvatelé, cestovní ruch)**

##### **4.4.1 Nabídka komerčních služeb v mikroregionu**

V mikroregionu se převážně vyskytují služby maloobchodu. Ve městech a větších obcích se většinou nachází obchody s potravinami a mají minimálně jednu restauraci nebo pohostinství. Proto nabídku v mikroregionu tvoří převážně základní služby, které jsou poskytovány poskytovateli těchto služeb. Tyto služby zejména využívají místní obyvatelé a návštěvníci mikroregionu. Profil mikroregionu je tedy dán nabídkou komerčních služeb a poptávkou po komerčních službách.

Ubytovací služby nabízí obce Březová, Horní Němčí, Starý Hrozenkov, Strání a Vyškovec. V těchto obcích je větší výběr pro ubytování, lze si vybrat mezi penzionem, ubytováním v soukromí, ubytovny a nebo chatami. V Uherském Brodě a Bojkovicích může turista využít ubytování v hotelech, které jsou tři hvězdičkové a v Uherském Brodě také čtyři hvězdičkové. V oblasti se nacházejí spíše penziony, chaty a chalupy. Nabídka stravovacích služeb je poskytnuta v restauracích, a to především ve městech, v obcích se jedná o hostinecké zařízení. Velká města jsou kromě maloobchodních, ubytovacích, stravovacích a informačních služeb zaměřena také na služby osobního charakteru, a to převážně na kosmetiku, kadeřnictví, manikúru a solária.

Cílem mikroregionu je svojí nabídku v oblasti stravování a ubytování rozšířit. Díky informačnímu centru, které se nachází jak v Uherském Brodě a tak i v Bojkovicích, mají turisté větší informovanost o oblasti a to vede i k většímu rozvoji v cestovním ruchu. Dalším cílem mikroregionu je vytvořit takovou nabídku služeb, která bude konkurenceschopná, úspěšně nabízena a kvůli které se turisté budou do této oblasti vracet.

#### **4.4.2 Poptávka po komerčních službách – obyvatelé, cestovní ruch**

Poptávka po komerčních službách je zejména tvořena místními obyvateli a turisty, který daný mikroregion navštíví. V mikroregionu se nachází většinou velké obce a převážně v těch menších chybí služby základní, a proto téměř všichni obyvatelé musí pro využití služeb dojíždět do větších obcí nebo do členských měst. To je hlavní nevýhodou pro obyvatele. Ti, kteří mají zaměstnání ve městě nebo větší obci, využijí služby zde a pak služby ve svém bydlišti už nevyužijí. To je zase hlavní nevýhodou pro poskytovatele těchto služeb.

Zejména v letní sezóně je poptávka po cestovním ruchu uspokojena dostatečně. Uherskobrodsko je oblast, která má bohatou možnost, jak prožít letní nebo zimní dovolenou. V mikroregionu se nacházejí dvě oblasti se zachovalou přírodou – Bílé Karpaty a Prakšická vrchovina. Poptávku tvoří turisté, kteří chtějí v oblasti strávit jak aktivní tak i pasivní dovolenou. Aktivním turistům nabízí příroda naučné stezky, cyklotrasy a pěší turistiku. V rámci toho poptávají stravovací, ubytovací, informační a opravárenské služby. Turisté v mikroregionu také vyhledávají kulturní památky a lidové tradice, kde jsou využívány služby informačních center.

#### **4.5 Porovnání Uherskobrodského mikroregionu s Jihočeským krajem**

Na konci roku 2006 žilo v Jihočeském kraji více než 630 000 obyvatel, tedy 62,6 obyvatel na 1 km<sup>2</sup>. V Uherskobrodském mikroregionu žije přibližně 53 800 obyvatel, tedy o 576 200 obyvatel méně. Uherskobrodský mikroregion se svojí rozlohou 47 353 ha, tedy 473,53 km<sup>2</sup> představuje 4,73 % rozlohy Jihočeského kraje. Jihočeský kraj se svojí rozlohou 10 000 km<sup>2</sup> zaujímá 12,8 % rozlohy České republiky. Ze 7 okresů má největší hustotu obyvatelstva okres České Budějovice, kde žije 97,4 tisíc obyvatel. Uherský Brod je největším městem v mikroregionu a má o 80 092 obyvatel méně. (10)

Celková míra registrované nezaměstnanosti v Jihočeském kraje ke dni 31. 3. 2008 je 4,2 %, v Uherskobrodském mikroregionu je v současné době 7,4 % nezaměstnanost. Celková míra nezaměstnanosti Jihočeského kraje jednotlivých okresů a Uherskobrodského mikroregionu v jednotlivých obcích je zaznamenána v tabulce č. 5 a 6. Koncem roku 2006 v mezikrajovém porovnání zaujímal Jihočeský kraj čtvrtou nejnižší příčku po hlavním městě Praze, Středočeském a Plzeňském kraji. V té době byla celková míra registrované nezaměstnanosti 5,8 %. Průměrný věk v Jihočeském kraji je 40,1 let jedná se tedy o předproduktivní obyvatelstvo a rovněž je v kraji nižší úmrtnost a vyšší porodnost. (10, 17, 18)

Ekonomicky aktivní obyvatelstvo v obcích mikroregionu dosahovala v roce 2005 přibližně 42,2 %. Podle Českého statistického úřadu je v Jihočeském kraji 51,3 % ekonomicky aktivních obyvatel, což je o něco více než v Uherskobrodském mikroregionu. Uherskobrodsko lze charakterizovat jako průmyslově zemědělskou oblast, kde je rozhodující složkou strojírenství a významné postavení má rovněž stavebnictví a stavební průmysl. Proto nejvíce ekonomického obyvatelstva najdeme v průmyslu a stavebnictví (viz graf č. 1). V Jihočeském kraji se jedná spíše o služby, pak o průmysl a stavebnictví (viz tabulka č. 9). (12, 13)

Přírodní prostředí a velký počet kulturních památek je využíváno k návštěvám a rekreaci jak v Jihočeském kraji, tak v Uherskobrodském mikroregionu. Přírodní podmínky s bohatými lesními porosty nabízejí široké možnosti pro rekreaci, turistiku, zimní i letní sporty. Oblast mikroregionu nabízí řadu dochovaných a poutavých historických a kulturních památek a to zejména v Uherském Brodě, kde se nachází muzeum Jana Ámose Komenského, kostel Mistra Jana Husa, Panský dům, barokní a farní kostel a dominikánský kostel s klášterem. Dále jsou v průběhu roku organizovány v pravidelných termínech folklorní akce. K nejznámějším patří Vlčnovská Jízda králů, která se pravidelně konaná poslední neděli v květnu.



## 5. PŘEDPOKLADY ROZVOJE

Cílem mé bakalářské práce bylo popsat Uherskobrodský mikroregion, provést v této oblasti výzkum z hlediska komerčních služeb, situační analýzu a na základě zjištěných informací vymezit předpoklady rozvoje komerčních služeb v oblasti mikroregionu.

Uherskobrodský mikroregion vznikl za účelem, aby se co nejvíce zviditelňoval a prosazoval v rámci společnosti a zároveň podporoval cestovní ruch. Dalším důvodem vzniku mikroregionu byl účel získávání finančních prostředků a dotací z Evropské unie a díky nim například zlepšovat infrastrukturu a rozšiřovat poskytované služby. Přísun finančních prostředků může být i nevýhodou, některé obce se stávají členy mikroregionu právě proto, aby získaly pouze finanční prostředky.

Přírodní předpoklady, obsáhlá historie, řada poutavých historických a kulturních památek, bohatý kulturní život, lidové tradice a folklór, to jsou faktory, jež významně přispívají ke stále vzrůstající návštěvnosti mikroregionu a rozvoji turistiky. Zejména Chráněná krajinná oblast Bílých Karpat s ojedinělými přírodními poměry, poměrně řídkým osídlením, svébytnou a bohatou místní kulturou zatím čeká na své objevení a rozsáhlejší rozvoj turistického ruchu. Pro tuto oblast jsou vhodné poměry pro uplatnění agroturistiky. Do tohoto mikroregionu by to mohlo nalákat více návštěvníků.

V mikroregionu převládá vesnická struktura obydlí, ale i přesto má oblast vysoké předpoklady pro rozvoj služeb v cestovním ruchu a komerčních služeb.

Posílení spolupráce mezi podnikatelskými jednotkami mezi sebou by vedlo k většímu rozvoji komerčních služeb, které by měl ovšem podporovat mikroregion jako celek. Dalším předpokladem je kvalitní propagace mikroregionu a zlepšení materiálně technické základny. Do lokalit, která nemají potřebná ubytovací a stravovací zařízení a jsou výhledově vhodná pro trávení volného času, je třeba zainvestovat větší množství finančních prostředků.

Uherskobrodský mikroregion je oblast, kterou stojí každopádně navštívit. Nabízí spoustu možností pro trávení volného času. Pro posílení návštěvnosti by měl mikroregion využívat nabízené šance a držet se svých cílů.

## 6. ZÁVĚR

Hlavním cílem bakalářské práce bylo popsat předpoklady rozvoje komerčních služeb v Uherskobrodském mikroregionu, vypracování situační analýzy a vymezení předpokladů rozvoje mikroregionu. Součástí práce byl proveden vlastní výzkum formou dotazníkového šetření u podnikatelských jednotek a řízených rozhovorů u starostů členských obcí. Získané informace z dotazníků a rozhovorů byly zpracovány a vyhodnoceny.

V práci bylo stanoveno 5 pracovních hypotéz, které byly během mého zpracování potvrzeny nebo vyvráceny. První hypotéza, která se týkala dostatečné dostupnosti komerčních služeb pro obyvatele mikroregionu, byla vyvrácena. Obyvatelé Uherskobrodského mikroregionu hodnotí dostupnost komerčních služeb jako spíše nedostatečnou. Proto většina obyvatel musí pro využití komerčních služeb dojíždět do větších měst nebo členských obcí. Druhá hypotéza zaměřená na celkovou míru registrované nezaměstnanosti se potvrdila. V Jihočeském kraji byla k březnu 2008 míra registrované nezaměstnanosti 4,2 % a v Uherskobrodském mikroregionu je v současné době 7,4 % nezaměstnanost. V této oblasti převládá předproduktivní věk a podproduktivní věk, a proto hypotézu číslo tři můžeme také potvrdit. Potvrdit můžeme i hypotézu, že v mikroregionu převládají místní podniky nad cizími.

Výsledky z dotazníkového šetření nám pověděly, že do mikroregionu cestují návštěvníci za odpočinkem v přírodě a kulturním vyžitím. V dané oblasti se vyskytuje mnoho chatových oblastí, a proto většina turistů stráví svůj volný čas v přírodě. Mikroregion se ponejvíc navštěvuje v jarních a letních měsících a v době konání lidových tradic (například Vlčnosvká Jízda králů).

V řízených rozhovorech se starosty vyplynulo, že by chtěli rozvíjet nejen poskytování komerčních služeb, ale i cestovní ruch. Tento mikroregion je mladý, proto bude rozvoj poskytovaných služeb ze začátku obtížný.

Historie, přírodní podmínky a kulturní tradice jsou velkým předpokladem pro budoucí rozvoj celého mikroregionu. K rozvoji nejen komerčních služeb, ale i cestovního ruchu.

## 7. SUMMARY

The main objective of thesis was to describe the assumptions in the development of commercial services Uherskobrodském microregion, the development of situational analysis and definition of the development of microregion assumptions. Part of the work was carried out its own research through questionnaire survey of business units and managed interviews with mayors of member municipalities. The information obtained from questionnaires and interviews were prepared and evaluated.

In this work it was established 5 working hypotheses, which were processed during my confirmation or refutation. The first hypothesis, concerning the availability of adequate commercial services for residents microregion was refuted. Residents Uherskobrodského microregion evaluate the availability of commercial services as rather weak. Therefore, most people have to use commercial services commute to larger towns or villages member. The second hypothesis focused on the total rate of registered unemployment are confirmed. In South Bohemia was the March 2008 unemployment rate registered 4,2 % and in Uherskobrodském microregion is currently 7,4 % unemployment. In this area, dominated by people aged 15 - 64 years and population over 65 years and more, and therefore the hypothesis number three can also confirm. I can confirm the hypothesis that the predominance of microregion-local over foreign businesses.

Results from the questionnaire survey told us that visitors traveling to the microregion in nature, leisure and cultural facilities. In this area there are many chat areas, and therefore, most tourists spend their free time in nature. Microregion is mostly visited during the spring and summer months and during the folk traditions (such as Vlčnosvká Ride of Kings).

In interviews with the Mayor managed revealed that would like to develop not only the provision of commercial services, as well as tourism. This microregion is young, will be the development of the services provided at the beginning of difficult.

History, natural conditions and cultural traditions are a major prerequisite for future development of the microregion. The development of both commercial services as well as tourism.

## 8. POUŽITÁ LITERATURA

### 8.1 Odborná literatura

1. HESKOVÁ, M. Cestovní ruch pro vyšší odborné a vysoké školy. Praha: Fortuna, 2006. ISBN 80-7168-948-3.
2. HORNER, S., SWARBROOKE, J. Cestovní ruch, ubytování a stravování, využití volného času. Praha: Grada Publishing, 2003. ISBN 80-2470202-9.
3. KADEŘÁBKOVÁ, J., TRHLÍKOVÁ, Z. K. *Region a regionální vědy*. Praha: EUROPRESS, 2008. ISBN 978-80-7408-009-8
4. KOTLER, P., ARMSTRONG, G. *Marketing*. Praha: Grada Publishing, 2004. ISBN 80-247-0513-3
5. PALÁTKOVÁ, M. Marketingová strategie destinace cestovního ruchu: jak získat více příjímá z cestovního ruchu. Praha: Grada Publishing, 2006. ISBN 80-247-1014-5.
6. PÁAKOVÁ, M., ZELENKA, J., Cestovní ruch, výkladový slovník. Praha: MMR, 2002.
7. ORIEŠKA, J., Technika služeb cestovního ruchu. Praha: Idea Servis, 1999. ISBN 80-85970-42-2.
8. VAŠTIKOVÁ, M. *Marketing služeb efektivně a moderně*. Praha: Grada Publishing, 2008. ISBN 978-80-247-2721-9
9. VLK, J. a kol. Metodická příručka pro zpracování strategických rozvojových dokumentů mikroregionů. Brno: Ústav územního rozvoje, 2004.

## 8.2 Internetové zdroje

10. *BusinessInfo.cz – Oficiální portál pro podnikání a expor, Charakteristika Jihočeského kraje.* [online] [cit. 10.3.2009] Dostupné na internetu: <<http://www.businessinfo.cz/cz/clanek/jihocesky-kraj/charakteristika-jihoceskeho-kraje/1000923/40978>>.
11. *Český statistický řad, Charakteristika a vymezení nejdůležitějších odvětvových seskupení ekonomických činností.* [online] [cit. 10.2.2009] Dostupné na internetu: <[http://www.czso.cz/csu/klasifik.nsf/i/charakteristika\\_a\\_vymezeni\\_nejdulezitejsich\\_odvetvovych\\_seskupeni\\_ekonomickych\\_cinnosti\\_okec](http://www.czso.cz/csu/klasifik.nsf/i/charakteristika_a_vymezeni_nejdulezitejsich_odvetvovych_seskupeni_ekonomickych_cinnosti_okec)>.
12. *Český statistický úřad – České Budějovice, Trh práce.* [online] [cit. 10.3.2009]. Dostupné na internetu: <[http://www.czso.cz/xc/edicniplan.nsf/o/13-3104-04--4\\_\\_trh\\_prace](http://www.czso.cz/xc/edicniplan.nsf/o/13-3104-04--4__trh_prace)>.
13. *Český statistický řad, Veřejná databáze ČSÚ.* [online] [cit. 20.3.2009] Dostupné na internetu: <[http://vdb.czso.cz/vdbvo/tabdetail.jsp?cislotab=MOS+ZV01&kapitola\\_id=5&kontext=t&razeni=ta&pro\\_3980560=592846](http://vdb.czso.cz/vdbvo/tabdetail.jsp?cislotab=MOS+ZV01&kapitola_id=5&kontext=t&razeni=ta&pro_3980560=592846)>.
14. *Mikroregion Bojkovsko.* [online] [cit. 10.2.2009] Dostupné na internetu: <http://www.mikroregion-bojkovsko.cz>.
15. *Mikroregion Uherskobrodsko.* [online] [cit. 10.2.2009] Dostupné na internetu: <<http://www.mikroregion-bojkovsko.cz/encyklopedie/objekty1.phtml?id=79571>>.
16. *Ministerstvo práce a sociálních věc, Statistika nezaměstnanosti z územního hlediska - Uherskobrodkaí.* [online] [cit. 10.3.2009] Dostupné na internetu: <[http://portal.mpsv.cz/sz/stat/nz/uzem?stat=2000000000053&obdobi=L&rok=2008&uzemi=169000&send=send&\\_piref37\\_240429\\_37\\_240428\\_240428.pohled=1&\\_piref37\\_240429\\_37\\_240428\\_240428.xlsselect=nazev&\\_piref37\\_240429\\_](http://portal.mpsv.cz/sz/stat/nz/uzem?stat=2000000000053&obdobi=L&rok=2008&uzemi=169000&send=send&_piref37_240429_37_240428_240428.pohled=1&_piref37_240429_37_240428_240428.xlsselect=nazev&_piref37_240429_)>



37\_240428\_240428.xslorder=1&\_piref37\_240429\_37\_240428\_240428.xslmapa tag=okresy&\_piref37\_240429\_37\_240428\_240428.xslmapasloupec=&\_piref37\_240429\_37\_240428\_240428.usr1=1>.

17. *Ministerstvo práce a sociálních věcí, Statistika nezaměstnanosti z územního hlediska – Jihočeský kraj.* [online] [cit. 10.3.2009] Dostupné na internetu: <[http://portal.mpsv.cz/sz/stat/nz/uzem?stat=2000000000053&\\_piref37\\_240429\\_37\\_240428\\_240428.statse=2000000000011&\\_piref37\\_240429\\_37\\_240428\\_240428.statsk=2000000000013&\\_piref37\\_240429\\_37\\_240428\\_240428.send=send&\\_piref37\\_240429\\_37\\_240428\\_240428.stat=2000000000038&\\_piref37\\_240429\\_37\\_240428\\_240428.obdobi=B&\\_piref37\\_240429\\_37\\_240428\\_240428.rok=2009&ok=Vyber](http://portal.mpsv.cz/sz/stat/nz/uzem?stat=2000000000053&_piref37_240429_37_240428_240428.statse=2000000000011&_piref37_240429_37_240428_240428.statsk=2000000000013&_piref37_240429_37_240428_240428.send=send&_piref37_240429_37_240428_240428.stat=2000000000038&_piref37_240429_37_240428_240428.obdobi=B&_piref37_240429_37_240428_240428.rok=2009&ok=Vyber)>.
18. *Ministerstvo práce a sociálních věcí, Nezaměstnanost v obcích a mikroregionech.* [online] [cit. 10.3.2009] Dostupné na internetu: <[http://portal.mpsv.cz/sz/stat/nz/uzem?stat=2000000000053&obdobi=L&rok=2008&uzemi=169000&send=send&\\_piref37\\_240429\\_37\\_240428\\_240428.stats=2000000000011&\\_piref37\\_240429\\_37\\_240428\\_240428.statsk=2000000000013&\\_piref37\\_240429\\_37\\_240428\\_240428.send=send&\\_piref37\\_240429\\_37\\_240428\\_240428.stat=2000000000053&\\_piref37\\_240429\\_37\\_240428\\_240428.obdobi=B&\\_piref37\\_240429\\_37\\_240428\\_240428.rok=2008&\\_piref37\\_240429\\_37\\_240428\\_240428.uzemi=169000&ok=Vyber](http://portal.mpsv.cz/sz/stat/nz/uzem?stat=2000000000053&obdobi=L&rok=2008&uzemi=169000&send=send&_piref37_240429_37_240428_240428.stats=2000000000011&_piref37_240429_37_240428_240428.statsk=2000000000013&_piref37_240429_37_240428_240428.send=send&_piref37_240429_37_240428_240428.stat=2000000000053&_piref37_240429_37_240428_240428.obdobi=B&_piref37_240429_37_240428_240428.rok=2008&_piref37_240429_37_240428_240428.uzemi=169000&ok=Vyber)>.
19. *Ústav územního rozvoje, organizační složka státu, Územní plánování.* [online] [cit. 20.2.2009] Dostupné na internetu: <[http://www.uur.cz/default.asp?ID=1221#ODSKOK\\_42](http://www.uur.cz/default.asp?ID=1221#ODSKOK_42)>.
20. *Ústav územního rozvoje, organizační složka státu, Územní rozvoj.* [online] [cit. 20.2.2009] Dostupné na internetu: <<http://www.uur.cz/images/uzemnirozvoj/regionalnipolitika/Mikroregiony/MethodikaSRDmikroregionu/Methodika.pdf>>.

## **9. PŘÍLOHY**

9.1 Tabulka č. 1 – Počet obyvatel a rozloha

9.2 Tabulka č. 2 – Věková struktura obyvatelstva v mikroregionu

9.3 Tabulka č. 3 – Míra nezaměstnanosti

9.4 Tabulka č. 4 – Vybavenost obcí

9.5 Tabulka č. 5 – Celková míra nezaměstnanosti v Jihočeském kraji podle okresů

9.6 Tabulka č. 6 – Celková míra nezaměstnanosti v mikroregionu - jednotlivých obcí

9.7 Tabulka č. 7 – Ekonomicky aktivní obyvatelstvo podle odvětví

9.8 Příloha č. 8 – Dotazník – podnikatelské jednotky poskytující komerční služby

9.9 Graf č. 1 – Struktura ekonomicky aktivního obyvatelstva podle odvětví

9.10 Graf č. 2 – Poskytované služby v mikroregionu

9.11 Graf č. 3 – Nabízené ubytování v dané oblasti

9.12 Graf č. 4 – Počet lůžek

9.13 Graf č. 5 - Celkové využití svých kapacit během jednotlivých čtvrtletí

9.14 Graf č. 6 – Přizpůsobení nabídky turistům

9.15 Graf č. 7 – Co nejvíce láká turisty do mikroregionu

9.16 Graf č. 8 – Počet zaměstnanců u dotazovaných podniků

9.17 Graf č. 9 – Umístění provozovny

9.1 Tabulka č. 1 – Počet obyvatel a rozloha

<b>OBEC</b>	<b>Počet obyvatel</b>	<b>Výměra v ha</b>
Bánov	2 108	1 625
Bojkovice	4 662	4 190
Březová	1 082	1 377
Bystřice pod Koprníkem	811	1 343
Dolní Němčí	2 976	991
Drslavice	503	790
Horní Němčí	864	1 806
Hostětín	244	364
Hradčovice	1 012	926
Komňa	578	1 637
Kopytná	979	1 278
Koprník	182	1 253
Nezdenice	768	835
Nivnice	3 285	2 548
Pašovice	709	484
Pitín	952	2 305
Praktice	977	957
Rudice	466	767
Slavkov	699	1 375
Starý Hrozenkov	871	1 084
Strání	3 680	3 976
Suchá Loz	1 092	1 702
Šumice	1 763	1 570
Uherský Brod	17 308	5 206
Vápenice	192	988
Veletiny	552	626
Vlčnov	3 033	2 130
Vyškovec	143	1 119
Záhorovice	1 058	1 490
Žitková	207	611
<b>Celkem</b>	<b>53 756</b>	<b>47 353</b>

Zdroj: Český statistický úřad, 31.12.2007

9.2 Tabulka č. 2 – Věková struktura obyvatelstva v mikroregionu

OBEC	Počet obyvatel	V tom		0-14	V tom ve věku			
		muži	ženy		15-64		65 a více	
					muži	ženy	muži	ženy
Bánov	2 108	1 062	1 046	319	777	725	106	181
Bojkovice	4 662	2 269	2 393	655	1 672	1 588	249	498
Březová	1 082	569	513	149	439	347	56	91
Bystřice pod Koprníkem	811	392	419	98	305	266	41	101
Dolní Němčí	2 976	1 457	1 519	428	1 074	1 078	157	239
Drslavice	503	253	250	71	185	168	31	48
Horní Němčí	864	428	436	139	292	289	60	84
Hostětín	244	119	125	39	78	78	21	28
Hradčovice	1 012	494	518	144	367	342	55	104
Komňa	578	300	278	89	221	187	34	47
Kopytná	979	476	503	141	344	326	58	110
Koprník	182	90	92	23	64	50	19	26
Nezdenice	768	374	394	88	254	213	75	138
Nivnice	3 285	1 581	1 704	494	1 140	1 170	196	285
Pašovice	709	345	364	106	251	240	41	71
Pitín	952	464	488	158	332	316	51	95
Praktice	977	480	497	165	350	317	52	93
Rudice	466	218	248	70	153	163	27	53
Slavkov	699	333	366	96	233	223	53	94
Starý Hrozenkov	871	424	447	149	294	294	49	85
Strání	3 680	1 803	1 877	560	1 314	1 279	207	320
Suchá Loz	1 092	558	534	163	392	362	74	101
Šumice	1 763	872	891	251	621	604	123	164
Uherský Brod	17 308	8 539	8 769	2 415	6 236	6 040	1 008	1 609
Vápenice	192	98	94	29	75	61	9	18
Veletiny	552	271	281	73	198	190	34	57
Vlčnov	3 033	1 478	1 555	438	1 058	1 049	193	295
Vyškovec	143	82	61	18	55	38	17	15
Záhorovice	1 058	533	525	168	374	362	65	89
Žitková	207	103	104	31	77	58	12	29
<b>Celkem</b>	<b>53 756</b>	<b>26 465</b>	<b>27 291</b>	<b>7767</b>	<b>19225</b>	<b>18423</b>	<b>3173</b>	<b>5168</b>

Zdroj: Český statistický úřad, 31.12.2007

9.3 Tabulka č. 3 - Míra nezaměstnanosti

Mikroregion	Dosažitelní uchazeči celkem	Míra nezaměstnanosti	Volná místa
Bílé Karpaty	794	9,70%	62
Chříby	421	9,30%	26
Uherskobrodsko	1 305	7,40%	101
Uherskohradištsko	3 060	7,50%	506

Zdroj: Ministerstvo práce a sociálních věcí, únor 2009

9.4 Tabulka č. 4 – Vybavenost obcí

OBEC	ZŠ	MŠ	LÉKAŘ	PRODEJNA POTRAVIN	RESTAURACE	KULTURNÍ ZAŘÍZENÍ
Bánov	1	0	0	0	0	0
Bojkovice	2	1	6	1	5	5
Březová	0	0	0	0	2	0
Bystřice pod Lopeníkem	0	0	0	0	1	0
Dolní Němčí	1	0	1	0	1	1
Drslavice	0	1	0	0	0	0
Horní Němčí	0	0	1	0	0	0
Hostětín	0	0	0	0	0	0
Hradčovice	0	0	0	0	0	0
Komňa	1	1	2	0	0	0
Korytná	1	0	0	1	1	0
Lopeník	0	0	0	0	1	0
Nezdenice	0	0	0	0	0	1
Nivnice	1	1	1	1	1	0
Pašovice	0	1	1	0	0	0
Pitín	0	0	1	1	0	0
Prakšice	1	0	0	0	0	1
Rudice	0	0	0	0	0	0
Slavkov	1	1	0	0	0	0
Starý Hrozenkov	1	1	1	1	2	1
Strání	1	0	3	1	2	0
Suchá Loz	0	0	0	1	2	1
Šumice	1	0	0	1	1	0
Uherský Brod	4	0	2	5	14	1
Vápenice	0	0	0	0	0	0
Veletiny	0	0	0	0	0	1
Vlčnov	1	0	2	1	1	1
Vyškovec	0	0	0	0	0	0
Záhorovice	1	0	0	1	0	0
Žitková	0	0	0	1	0	0

OBEC	UBYTOVÁNÍ	SPORTOVNÍ ZAŘÍZENÍ	OSOBNÍ SLUŽBY	SLUŽBY CK A CA
Bánov	0	0	0	0
Bojkovice	7	5	3	1
Březová	2	0	0	0
Bystřice pod Lopeníkem	0	0	0	0
Dolní Němčí	0	2	0	0
Drslavice	0	0	0	0
Horní Němčí	2	1	0	0

Hostětín	1	0	0	0
Hradčovice	0	1	0	0
Komňa	0	1	0	0
Korytná	0	1	0	0
Lopeník	6	1	0	0
Nezdenice	0	1	0	0
Nivnice	2	1	0	0
Pašovice	0	1	0	0
Pitín	0	0	0	0
Prakšice	0	1	0	0
Rudice	0	1	0	0
Slavkov	0	0	0	0
Starý Hrozenkov	7	1	1	0
Strání	4	2	0	0
Suchá Loz	0	0	1	0
Šumice	0	1	0	0
Uherský Brod	11	4	2	4
Vápenice	2	2	0	0
Veletiny	0	0	0	0
Vlčnov	0	1	0	0
Vyškovec	4	0	0	0
Záhorovice	1	1	0	0
Žitková	0	1	0	0

Zdroj: Mikroregion Uherskobrodsko, údaje z roku 2005

Pozn. Ubytování – hotel, motel, motorest, penzion, chaty, chalupy, ubytovny a ostatní

Sportovní zařízení – hřiště, tenisové kurty, uzavřená koupaliště, sportovně-rekreační zařízení

Osobní služby – masáže, kadeřnictví, kosmetika

9.5 Tabulka č. 5 – Celková míra nezaměstnanosti v Jihočeském kraji podle okresů

Obec	Dosažitelní uchazeči celkem	Míra nezaměstnanosti	Volná místa
<b>České Budějovice</b>	3 266	3,40%	1 590
<b>Český Krumlov</b>	2 412	6,60%	706
<b>Jindřichův Hradec</b>	2 302	4,70%	638
<b>Písek</b>	1 878	5,10%	1 137
<b>Prachatice</b>	1 154	4,30%	625
<b>Strakonice</b>	2 023	5,30%	1 256
<b>Tábor</b>	2 469	4,50%	1 059

Zdroj: Ministerstvo práce a sociálních věcí, únor 2009

9.6 Tabulka č. 6 – Celková míra nezaměstnanosti v mikroregionu - jednotlivých obcí

Obec	Dosažitelní uchazeči celkem	Míra nezaměstnanosti	Volná místa
<b>Bánov</b>	64	6,30%	12
<b>Bojkovice</b>	151	6,50%	10
<b>Březová</b>	52	9,00%	0
<b>Bystřice pod Lopeníkem</b>	24	7,20%	0
<b>Dolní Němčí</b>	56	3,80%	6
<b>Drslavice</b>	17	7,50%	3
<b>Horní Němčí</b>	22	5,70%	0
<b>Hostětín</b>	10	9,50%	0
<b>Hradčovice</b>	29	6,20%	0
<b>Komňa</b>	18	7,20%	4
<b>Korytná</b>	39	8,80%	10
<b>Lopeník</b>	8	10,80%	0
<b>Nezdenice</b>	19	5,60%	2
<b>Nivnice</b>	70	4,70%	4
<b>Pašovice</b>	21	6,10%	0
<b>Pitín</b>	19	4,70%	0
<b>Prakšice</b>	26	5,90%	0
<b>Rudice</b>	17	8,10%	8
<b>Slavkov</b>	15	5,10%	10
<b>Starý Hrozenkov</b>	46	11,00%	0
<b>Strání</b>	92	4,90%	11
<b>Suchá Loz</b>	38	7,80%	4
<b>Šumice</b>	42	5,10%	4
<b>Uherský Brod</b>	530	6,10%	412
<b>Vápenice</b>	9	11,30%	0
<b>Veletiny</b>	23	8,60%	3



<b>Vlčnov</b>	69	5,00%	4
<b>Vyškovec</b>	14	23,30%	2
<b>Záhorovice</b>	29	6,10%	12
<b>Žitková</b>	15	15,60%	0

Zdroj: Ministerstvo práce a sociálních věcí, únor 2009

### 9.7 Tabulka č. 7 – Ekonomicky aktivní obyvatelstvo podle odvětví

	Ekonomicky aktivní celkem		Podíl ekonomicky aktivních podle odvětví činnosti (%)							
			zemědělství, lesnictví, rybolov		průmysl		stavebnictví		služby	
	1991	2001	1991	2001	1991	2001	1991	2001	1991	2001
<b>Kraj celkem</b>	<b>320 546</b>	<b>303 627</b>	<b>19,5</b>	<b>8,1</b>	<b>33,0</b>	<b>31,5</b>	<b>8,6</b>	<b>10,4</b>	<b>39,0</b>	<b>50,0</b>
<i>vtom správní obvody:</i>										
Blatná	7 315	6 554	29,4	13,3	38,2	40,7	4,9	7,7	27,5	38,3
České Budějovice	75 765	73 680	10,5	4,0	28,8	25,4	11,0	10,9	49,7	59,7
Český Krumlov	21 127	20 451	23,1	7,7	33,2	32,5	8,9	10,9	34,9	48,9
Dačice	10 429	9 496	29,2	13,6	40,2	40,4	5,2	8,6	25,5	37,5
Jindřichův Hradec	23 483	23 023	25,7	10,8	32,1	31,1	8,1	11,8	34,1	46,4
Kaplice	9 550	9 665	27,5	7,5	33,5	41,4	6,7	9,1	32,3	42,0
Milevsko	10 219	9 131	24,5	12,4	40,2	35,4	6,3	10,6	28,9	41,6
Písek	26 053	24 624	18,6	8,7	32,7	29,4	7,8	9,1	41,0	52,9
Prachatice	17 293	16 453	25,3	10,2	27,5	33,5	9,4	10,1	37,9	46,2
Soběslav	11 222	10 312	19,1	8,1	40,5	33,7	7,8	13,3	32,7	44,8
Strakonice	23 925	21 723	17,7	7,6	40,2	34,5	6,8	9,3	35,2	48,6
Tábor	41 985	38 364	17,1	7,7	32,4	31,4	8,6	10,1	41,9	50,9
Trhové Sviny	8 507	8 204	30,0	12,3	31,1	33,1	7,6	12,9	31,2	41,7
Třeboň	12 985	12 030	23,2	10,3	36,2	35,1	6,4	9,2	34,2	45,3
Týn nad Vltavou	6 343	6 491	24,2	10,4	27,5	34,1	16,4	14,1	31,8	41,3
Vimperk	8 896	8 251	21,4	9,1	34,9	34,0	6,7	9,2	36,9	47,8
Vodňany	5 449	5 175	27,3	13,4	31,5	32,9	7,9	9,8	33,2	43,8

Zdroj: Český statistický úřad

### 9.8 Příloha č. 8 – Dotazník – podnikatelské subjekty poskytující komerční služby

#### Dotazník – podnikatelské subjekty poskytující komerční služby

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

- Maloobchodní (prodej zboží konečným spotřebitelům)
- Ubytování (pokračujte otázkou 2)
- Stravování (pokračujte otázkou 4)
- Osobní služby (např. kadeřnictví, pedikúra), které \_\_\_\_\_
- Opravárenské služby
- Kulturní
- Sportovní

Jiné, upřesněte \_\_\_\_\_

**2. Jaký typ ubytování nabízíte?**

- Kemp
- Chaty a chalupy, v soukromí
- Turistická ubytovna
- Hotel
- Hotel garni
- Motel
- Botel
- Penzion
- Jiné, upřesněte \_\_\_\_\_

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

**4. Jakou formu stravování nabízíte?**

- Restaurace
- Pohostinství
- Motorest
- Samoobslužná restaurace
- Bufet
- Bistro (fast-food)
- Občerstvení, kiosek
- Denní bar (gril bar, pizzerie, snack bar)
- Noční bar (noční klub, varieté, dancing)
- Vinárna
- Kavárna a cukrárna
- Hostinec a pivnice
- Jiné, upřesněte \_\_\_\_\_

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

- |                   |                                       |                                     |                                    |
|-------------------|---------------------------------------|-------------------------------------|------------------------------------|
| Leden – Březen:   | <input type="checkbox"/> Nedostatečné | <input type="checkbox"/> Dostatečné | <input type="checkbox"/> Maximální |
| Duben – Červen:   | <input type="checkbox"/> Nedostatečné | <input type="checkbox"/> Dostatečné | <input type="checkbox"/> Maximální |
| Červenec – Září:  | <input type="checkbox"/> Nedostatečné | <input type="checkbox"/> Dostatečné | <input type="checkbox"/> Maximální |
| Říjen – Prosinec: | <input type="checkbox"/> Nedostatečné | <input type="checkbox"/> Dostatečné | <input type="checkbox"/> Maximální |

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

- Nízká     Spíše nízká     Střední     Spíše vyšší     Vyšší

**7. Jaký je podíl turistů mezi vašimi zákazníky? \_\_\_\_\_ %**

**8. Je mezi nimi významný podíl turistů ze zahraničí?**     Ne     Ano

**9. Přizpůsobujete svou nabídku turistům?**

- Ne, vůbec     Ano, částečně     Ano, významně

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

- Příroda  
 Památky  
 Kulturní akce  
 Sportovní vyžití  
 Jiné, upřesněte \_\_\_\_\_

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

- Ne     Ano, především obce a kraj     Ano, především podnikatelé

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

- Ne, vůbec     Ano, uveďte prosím detaily (*pokračujte otázkou 14*)

---

---

---

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

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

**14. Jak hodnotíte přínosy uvedených forem spolupráce?**

- Záporné     Nulové     Pozitivní     Velmi pozitivní

**15. Podnikáte pouze v rámci tohoto mikroregionu?**

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

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

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

**17. Kolik máte zaměstnanců?**

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

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

- Nižší
- Obdobná
- Vyšší

**19. Jak jste spokojeni se ziskovostí svého podniku?**

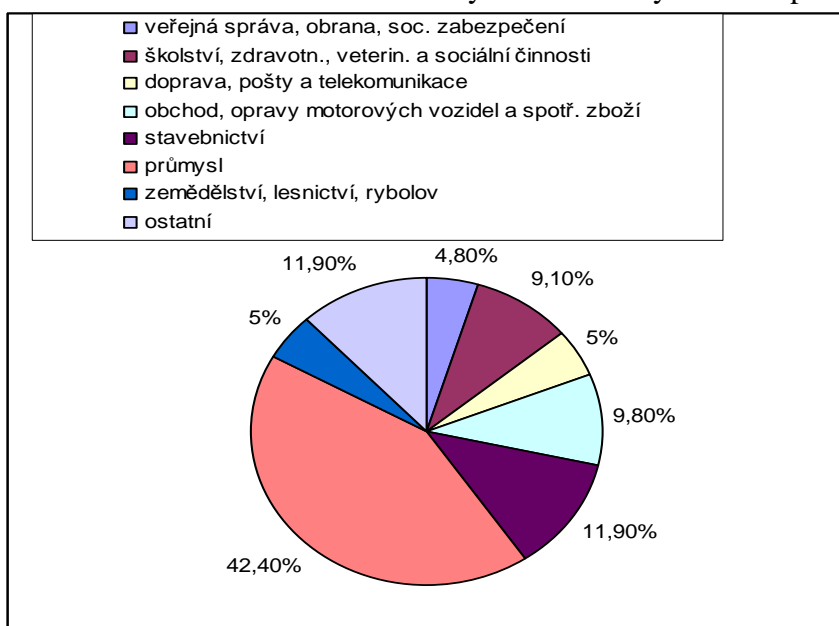
- Velmi nespokojen/a
- Spíše nespokojen/a
- Ani spokojen/a, ani nespokojen/a
- Spíše spokojen/a
- Velmi spokojen/a

**20. Vaše tržby za loňský hospodářský rok byly přibližně:**

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

**21. Umístění provozovny (obec)**

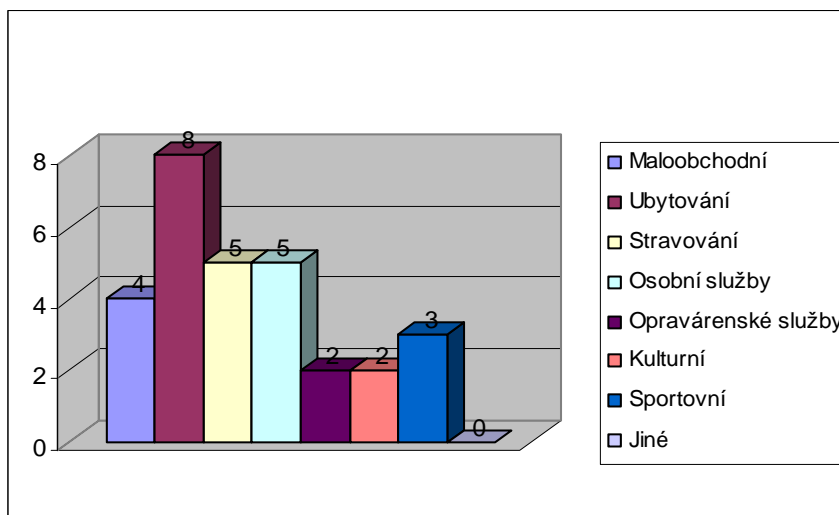
### 9.9 Graf č. 1 – Struktura ekonomicky aktivního obyvatelstva podle odvětví



Zdroj: Mikroregiony Zlínského kraje 2005

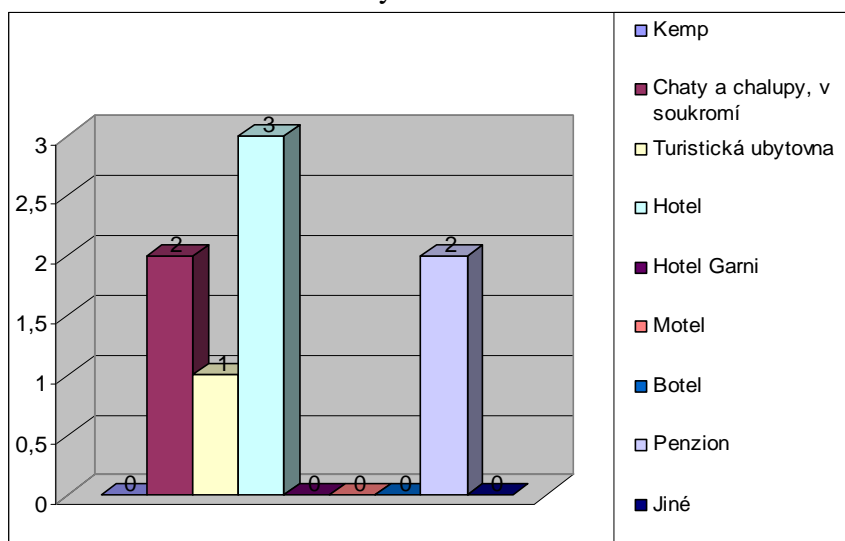
Poznámka: Mezi ostatní služby patří pohostinství a ubytování, peněžnictví a pojišťovnictví, činnosti v oblasti nemov., služby pro podniky, výzkum, ostatní veřejné služby a osob. služby.

### 9.10 Graf č. 2 – Poskytované služby v mikroregionu



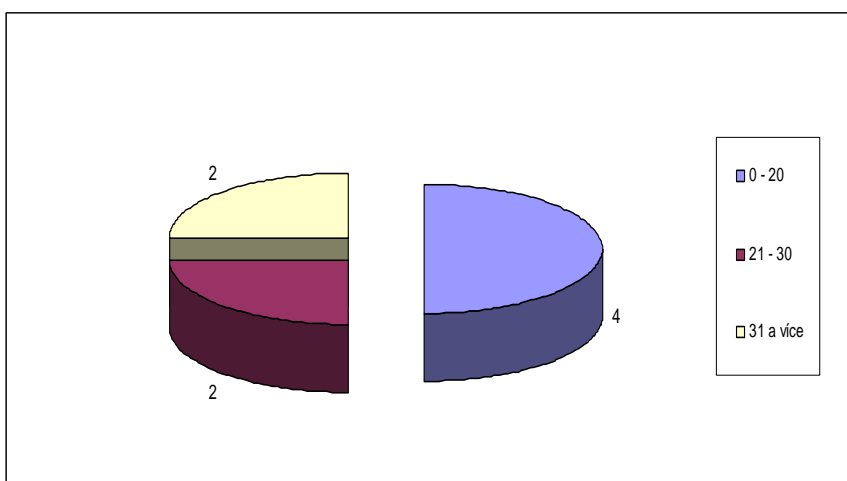
Zdroj: Vlastní zpracování

9.11 Graf č. 3 – Nabízené ubytování v dané oblasti

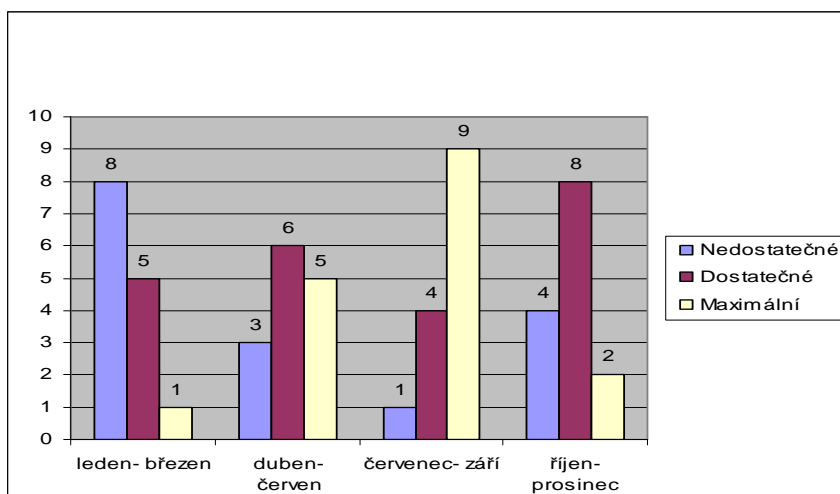


Zdroj: Vlastní zpracování

9.12 Graf č. 4 – Počet lůžek

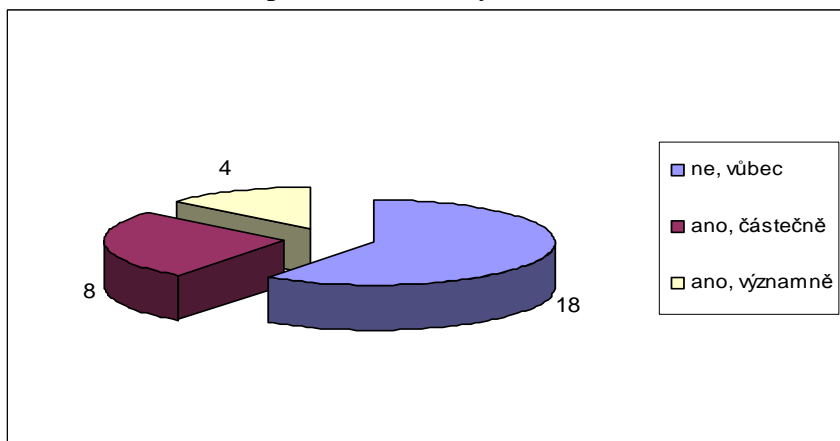


9.13 Graf č. 5 - Celkové využití svých kapacit během jednotlivých čtvrtletí



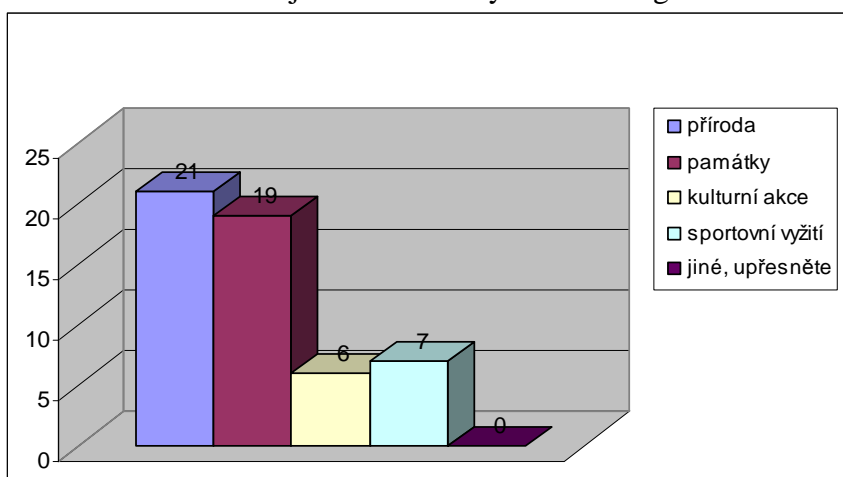
Zdroj: Vlastní zpracování

9.14 Graf č. 6 – Přizpůsobení nabídky turistům



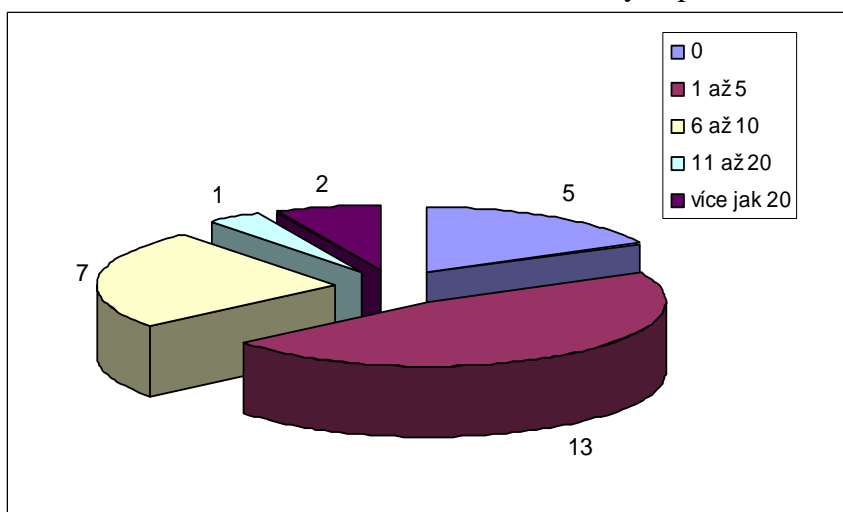
Zdroj: Vlastní zpracování

9.15 Graf č. 7 – Co nejvíce láká turisty do mikroregionu



Zdroj: Vlastní zpracování

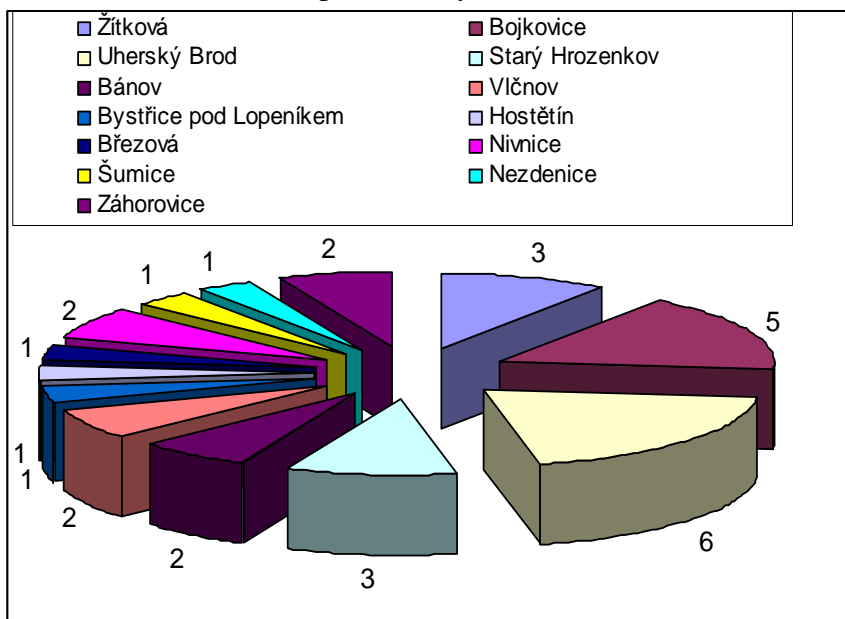
9.16 Graf č. 8 – Počet zaměstnanců u dotazovaných podniků



Zdroj: Vlastní zpracování



9.17 Graf č. 9 - Umístění provozovny



Zdroj: Vlastní zpracování

