



TECHNICKÁ UNIVERZITA V LIBERCI  
Ekonomická fakulta



## DIPLOMOVÁ PRÁCE

2012

Bc. Libor Štros

Technická univerzita v Liberci  
Ekonomická fakulta

Studijní program: N 6208 – Ekonomika a management  
Studijní obor: Podniková ekonomika

Hodnocení dopadu projektu informačních kiosků na podnikatelské subjekty  
v mikroregionu Modré Hory

Evaluation of the Impact of the Information Kiosk Project on the  
Entrepreneurs in the Modré Hory Microregion

DP – PE – KEK 2012 72  
Bc. Libor Štros

Vedoucí práce: Ing. Jana Šimanová, Ph.D., katedra ekonomie  
Konzultant: JUDr. Čestmír Sajda, MBA

Počet stran: 75 Počet příloh: 3

Datum odevzdání: 5. května 2012

## **Prohlášení**

Byl jsem seznámen s tím, že na mou diplomovou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, zejména § 60 – školní dílo.

Beru na vědomí, že Technická univerzita v Liberci (TUL) nezasahuje do mých autorských práv užitím mé diplomové práce pro vnitřní potřebu TUL.

Užiji-li diplomovou práci nebo poskytnu-li licenci k jejímu využití, jsem si vědom povinnosti informovat o této skutečnosti TUL; v tomto případě má TUL právo ode mne požadovat úhradu nákladů, které vynaložila na vytvoření díla, až do jejich skutečné výše.

Diplomovou práci jsem vypracoval samostatně s použitím uvedené literatury a na základě konzultací s vedoucím diplomové práce a konzultantem.

V Liberci dne 5. května 2012

Libor Štros

## **Anotace**

Tato diplomová práce, dokončená v první polovině roku 2012, se zabývá hodnocením dopadu projektu informačních kiosků na podnikatelské subjekty v pěti obcích nacházejících se v nejjižnějším cípu Moravy. Tyto obce se pokusily řešit problém nejednotné nabídky vinařského cestovního ruchu tím, že se spojily do mikroregionu a aplikovaly vlastní informační systém. Cílem této práce bylo dokázat, že daný projekt přispěje velkou měrou k rozvoji cestovního ruchu a již v prvním roce svého fungování způsobí nárůst návštěvnosti. Tato hypotéza měla být potvrzena prostřednictvím dat, která byla získána dotazníkovým šetřením probíhajícím v dané oblasti v první polovině měsíce března. Přestože z šetření vyplývá, že převážná většina podnikatelských subjektů má na nový informační systém kladný názor, nebyl v první sezóně fungování nárůst návštěvnosti tak výrazný, jak se předpokládalo.

## **Klíčová slova**

Cestovní ruch, informační kiosek, mikroregion, projekt, vinařství

## **Annotation**

This diploma thesis, which was completed in the first half of 2012, evaluates the impact of the information kiosks project on entrepreneurs in five municipalities situated in the southernmost part of Moravia. To deal with the inherent inconsistencies of wine tourism, these municipalities have joined together to create a micro region and have applied their own information system. The goal of this thesis is to prove that the information kiosks project will make a significant contribution to the development of tourism as well as helping to increase visits during the first year of its activity. This hypothesis will be supported through data, which have been obtained from questionnaires distributed in this region in the first half of March 2012. Even though the results from the questionnaires imply that the vast majority of businesses have a positive view of the new information project, there was not sufficient evidence that the visit rate has increased in the first season of activity so much as expected.

## **Key Words**

Information kiosk, microregion, project, tourism, viticulture

## Obsah

<b>Seznam zkratek .....</b>	<b>10</b>
<b>Seznam tabulek.....</b>	<b>11</b>
<b>Seznam obrázků .....</b>	<b>12</b>
<b>Úvod.....</b>	<b>13</b>
<b>1. Stanovení cílů a formulace hypotéz .....</b>	<b>15</b>
<b>2. Vymezení základních pojmů .....</b>	<b>16</b>
2.1 Mikroregion .....	16
2.1.1 Právní možnosti spolupráce obcí.....	16
2.1.2 Monitoring mikroregionů na území ČR.....	18
2.2 Partnerství v cestovním ruchu .....	19
2.2.1 Význam partnerství v cestovním ruchu.....	20
2.3 Regionální operační program NUTS 2 Jihovýchod .....	21
2.3.1 Klasifikace NUTS .....	23
2.4 Informační kiosky.....	23
2.5 Vinařský cestovní ruch .....	25
2.6 Odborné termíny používané v cestovním ruchu.....	27
<b>3 Socio-ekonomická analýza mikroregionu Modré Hory.....</b>	<b>30</b>
3.1 Pěstování vína a meruněk v oblasti Modrých Hor .....	31
3.2 Turismus .....	32
3.3 Obyvatelstvo .....	33
3.4 Trh Práce.....	36
3.5 Ekonomické subjekty .....	38
3.6 Půda .....	39
3.7 Technická infrastruktura.....	40
3.8 Sociální infrastruktura .....	41
3.9 Předešlé projekty realizované na území mikroregionu.....	42
<b>4 Informační systém Modré Hory.....</b>	<b>46</b>
4.1 Cíle projektu .....	46
4.2 Financování projektu .....	47

4.2.1 Rozpočet.....	48
4.3 Realizace projektu .....	49
4.4 Struktura systému .....	50
4.4.1 Internetový portál .....	50
4.4.2 Interaktivní informační stojany .....	51
4.5 Technické parametry .....	52
4.6 Konkurenční výhoda projektu .....	54
<b>5 Dopad projektu informačních kiosků na podnikatelské subjekty v mikroregionu ..</b>	<b>56</b>
5.1 Míra propagace před zavedením nového IS .....	56
5.2 Vkládání dat na server .....	58
5.3 Vliv projektu na nárůst návštěvnosti .....	59
5.4 Názory podnikatelských subjektů na nový IS .....	62
5.5 Návrhy na změnu systému.....	63
<b>Závěr.....</b>	<b>67</b>
<b>Seznam použité literatury.....</b>	<b>73</b>
<b>Seznam příloh .....</b>	<b>75</b>

## Seznam zkratek

ČOV	Čistírna odpadních vod
ČR	Česká republika
ČSÚ	Český statistický úřad
DSO	Dobrovolný svazek obcí
GDP	Hrubý domácí produkt ( <i>Gross Domestic Product</i> )
ha	hektar
IS	informační systém
LCD	Liquid Crystal Display
NACE	Nomenclature générale des Activités économiques dans les Communautés Européennes
NUTS	Nomenclature of Units for Territorial Statistics
OKEČ	Odvětvová klasifikace ekonomických činností
OP	Operační program
ROP JV	Regionální operační program Jihovýchod
Sb.	Sbírky
sms	Short Message System
SR	Slovenská republika
TIC	Turistické informační centrum
TUL	Technická univerzita v Liberci
ÚÚR	Ústav územního rozvoje
www	Word wide web



## Seznam tabulek

Tabulka 1: Zapojení obcí do mikroregionů v letech 2003 - 2008 .....	18
Tabulka 2: Základní srovnání s okresem a celou ČR k 31.12.2010.....	30
Tabulka 3: Vybrané demografické údaje k 1. 1. 2011 .....	35
Tabulka 4: Průměrný věk obyvatel k 31.12.2010 .....	36
Tabulka 5: Rozdělení podnikatelských subjektů podle právní formy.....	38
Tabulka 6: Rozdělení podnikatelských subjektů podle převažující činnosti [%] .....	39
Tabulka 7: Využití půdy v mikroregionu [ha].....	40
Tabulka 8: Vybavenost obcí technickou infrastrukturou .....	40
Tabulka 9: Sociální infrastruktura v mikroregionu .....	41

## Seznam obrázků

Obrázek 1: Mikroregiony v ČR k 1. lednu 2009.....	19
Obrázek 2: Struktura systému: „Turistický produkt Modré Hory“ .....	24
Obrázek 3: Vinařské oblasti a podoblasti České republiky.....	26
Obrázek 4: Počet obyvatel v jednotlivých obcích k 31.12. ....	34
Obrázek 5: Porovnání míry nezaměstnanosti v jednotlivých obcích a v ČR za rok 2011 [%] .....	37
Obrázek 6: Informační kiosek .....	53
Obrázek 7: Propagovali jste svůj podnik na internetu ještě před zavedením serveru www.modrehory.cz? .....	57
Obrázek 8: O kolik si myslíte, že se Vám zvýšila návštěvnost vlivem zavedení informačních kiosků a nových webových stránek? .....	60
Obrázek 9: Návštěvnost TIC ve Velkých Pavlovicích.....	61
Obrázek 10: Návštěvnost TIC v průběhu roku 2011 .....	61

# Úvod

V nejjižnějším cípu Moravy, v okrese Břeclav, se nachází pět malebných vinařských obcí, které se koncem roku 2007 rozhodly spojit své síly na poli cestovního ruchu a založily mikroregion s názvem Modré Hory. Modré Hory jsou tvořeny katastry obcí **Bořetice, Němčičky, Kobylí, Velké Pavlovice a Vrbice**. Obce od té doby díky společné snaze získaly velké množství finančních prostředků z fondů Evropské unie. Realizované projekty z těchto peněz napomohly dané oblasti k jejímu rozvoji a vytvoření lepšího místa jak pro turisty, tak pro místní obyvatele.

Jedním z těchto projektů, je i projekt s názvem „**Turistický produkt Modré Hory**“, který byl představen veřejnosti na jaře roku 2011. Jedná se o unikátní projekt regionálního významu, který má za cíl prostřednictvím moderních technologií zvýšit rozvoj vinařského cestovního ruchu v dané oblasti.

Prvním krokem bylo vytvoření moderních **webových stránek**, na kterých jsou prezentovány veškeré informace o Modrých Horách. Druhý krok znamená hlavní přidanou hodnotu projektu a odlišuje ho od ostatních podobného typu. Návštěvník, který se v oblasti již pohybuje, nebude mít pravděpodobně přístup na internet a k daným informacím se nedostane. K tomu mu slouží **informační kiosky**, které byly rozmístěny ve všech pěti obcích. Kromě klasických offline informací z webového portálu, obsahují stojany i online informace (momentálně otevřené vinné sklepy, počet volných míst v penzionu atd.). Tento projekt je unikátní tím, že v ČR není doposud projekt v oblasti cestovního ruchu podobného rázu. Jistě, s informačními stojany se lze setkat v mnoha městech naší země, ale ty slouží pouze jako prosté nosiče informací. Stojany Modrých Hor představují nástroj pro operativní plánování aktivit v místě pobytu právě díky neustálému přísunu online informací.

Projekt se již téměř rok nachází v provozní fázi a lze očekávat, že se dostavily první pozitivní výsledky. Zmapovat je, popsat je a zhodnotit, do jaké míry ovlivňují podnikatelské subjekty v mikroregionu, je cílem této diplomové práce. K dosažení tohoto cíle poslouží data, získána prostřednictvím dotazníkového šetření, které elektronickou formou probíhalo v první polovině měsíce března. Jednotliví podnikatelé v něm přibližovali svou situaci před zavedením

systemu, své přidání do databáze, růst míry návštěvnosti, své postřehy a případné návrhy na změnu. Obzvláště jejich návrhům na změnu je třeba v této fázi věnovat pozornost, neboť právě oni jsou se systémem nejvíce v kontaktu a mohou poskytnout nejobektivnější feedback. Je velmi důležité před vstupem do druhé sezóny dokončit veškeré úpravy, které by mohly vést k přiblížení systému turistům a zefektivnění propagace oblasti, aby jak mezi uživateli, tak i poskytovateli informací přetrval kladný názor na projekt.

Lze předpokládat, že pozitivní vnímání a vědomí subjektivního ekonomického přínosu celého projektu ze strany dosavadních uživatelů, bude mít v budoucnu za následek připojení dalších obcí, které budou tento vzor následovat. Přestože se zatím jedná o pilotní projekt, technické řešení systému umožňuje připojení libovolného počtu dalších obcí, např. celé Velkopavlovické vinařské podoblasti, což jednak synergicky podpoří efekt prvotního projektu, ale také přispěje k výraznému snížení pořizovacích nákladů pro ostatní obce.

Prakticky na denní bázi se objevují zprávy o zneužití dotačních prostředků nebo projektech postrádajících smysl či udržitelnost. Je zapotřebí monitorovat realizované projekty, a to nejen z administrativní stránky požadované poskytovatelem dotace, neboť jde přeci především o to skutečně využít jedinečné příležitosti, kterou evropské peníze skýtají. Čerpání dotací z fondů Evropské unie by mělo mít zásadní vliv na konkurenceschopnost českých subjektů a rozvoj regionů. V rámci této práce bude podán důkaz o tom, že finance vynaložené na Turistický produkt Modré Hory byly využity efektivně a výsledkem je rozvoj dané oblasti prostřednictvím zvýšené míry cestovního ruchu.

V první kapitole bude zformulován hlavní cíl a stanoveny hypotézy, jejichž prostřednictvím bude cíle dosaženo. Úkolem druhé kapitoly je vymezit základní pojmy, jejichž znalost je pro porozumění následného textu zásadní. Třetí kapitola je věnována podrobné socio-ekonomické analýze mikroregionu. Ve čtvrté kapitole je detailně popsán Turistický produkt Modré Hory - jeho cíle, zdroje financování a technické parametry informačních kiosků. Pátá kapitola je nosnou částí práce a obsahuje vyhodnocení dotazníkového šetření. V závěru jsou pak shrnuta veškerá zjištění, poznatky a návrhy.

# 1. Stanovení cílů a formulace hypotéz

Cílem této diplomové práce je zhodnotit kladný dopad projektu informačních kiosků na rozvoj cestovního ruchu v mikroregionu Modré Hory, a to prostřednictvím těchto hypotéz:

- Díky realizaci projektu došlo k zvýšení dostupnosti turistické nabídky a byla sestavena kompletní databáze turistických atraktivit, cílů a služeb v dané oblasti.
- Uživatelské rozhraní je přehledné a velmi snadno ovladatelné napříč generacemi. To jsou důvody, proč je informační systém stále více využíván jak turisty, tak rezidenty.
- Instalace kiosků a spuštění nového informačního systému mělo za následek zvýšení návštěvnosti Modrých Hor

Jižní Morava realizuje přes 90% nabídky vinařského cestovního ruchu. Ta je však lokálně roztržena do více jak 120 významnějších vinařských obcí a doposud neexistuje žádný ucelený projekt vinařského cestovního ruchu regionálního významu.

Tento problém se pět obcí v nejjižnějším cípu Moravy pokusilo vyřešit prostřednictvím spojení do mikroregionu a aplikací vlastního informačního systému. Tento pilotní projekt chce prezentovat komplexní nabídku vinařského cestovního ruchu na zcela nově vzniklém webovém portálu, nabídnout nepřetržitě aktuální informace pomocí interaktivních informačních kiosků a to v reálném čase a konečně vytvořit společný moderní marketing a propagaci Modrých Hor. Autor této práce se bude snažit dokázat, že zavedení společného informačního systému, založeného na oboustranné komunikaci mezi poskytovatelem informací a jejich uživatelem, je správný způsob, jak může tento dobrovolný svazek obcí svého cíle dosáhnout.

Potřebná data k vyhodnocení výše uvedených hypotéz budou získána prostřednictvím dotazníkového šetření.

## 2. Vymezení základních pojmů

Jednou z nejčastějších příčin nedorozumění bývá různé chápání významu používaných termínů. Proto v této kapitole budou vymezeny základní pojmy, jejichž znalost je zásadní pro porozumění následného textu.

### 2.1 Mikroregion

Interpretace pojmu není jednoznačná a z hlediska veřejné správy se jedná o relativně nový fenomén. V roce 2000 byl sice přijat zákon o obcích č. 128/2000 Sb., který mimo jiné právně vymezil základní formy spolupráce mezi obcemi při výkonu samostatné působnosti, ale konkrétně mikroregion český právní řád nijak nedefinuje. Proto spíše než jako administrativně vymezenou jednotku, ho lze vnímat jako označení pro sdružení několika obcí, zpravidla založené za účelem dosažení kladných změn v dané oblasti.

#### 2.1.1 Právní možnosti spolupráce obcí

Podle výše zmiňovaného zákona o obcích existují tři právní možnosti spolupráce obcí:

##### 1. Na základě smlouvy uzavřené ke splnění konkrétního úkolu

*„Smlouva může být uzavřena mezi dvěma nebo více obcemi, na dobu určitou nebo neurčitou, avšak vždy ke splnění konkrétně definovaného úkolu spadajícího do samostatné působnosti obcí a přesahujícího většinou hranice obce.“*<sup>1</sup> Jedná se především o stavbu veřejného zájmu (kanalizace, vodovod, turistická infrastruktura atd.). Náležitosti smlouvy upravuje zákon o obcích číslo 128/2000 Sb. v §48, odst. 2. Smlouva musí mít písemnou podobu a musí být schválena zastupitelstvy obcí.

---

<sup>1</sup> KAŠPAROVA, L., et al. *Kohezní politika: Osídlení v České republice, Partnerství měst a venkova*. 1. vyd. Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj, Brno: Ústav územního rozvoje, 2009. ISBN 978-80-903928-7-8

Tyto svazky jsou relativně nestabilní a po splnění úkolu, pro který byly zřízeny, se často rozpadají. Z průzkumu vyplývá klesající trend takto uzavřené smlouvy mezi obcemi. Nově vznikající mikroregiony se postupem doby vyznačují stále rostoucí tendencí zaměřovat se na komplexní rozvoj svého území a široce pojatou spolupráci zúčastněných obcí.

## **2. Zakládání právnických osob podle zvláštního zákona dvěma nebo více obcemi**

Zákon o obcích stanovuje jako další formu spolupráce mezi obcemi zakládání právnických osob podle zvláštního zákona, tj. zejména podle Obchodního zákoníku (akciové společnosti nebo společnosti s ručením omezeným), také však obecně prospěšné společnosti podle zákona č. 248/1995 Sb. o obecně prospěšných společnostech.

## **3. Na základě smlouvy o vytvoření dobrovolného svazku obcí**

Dobrovolný svazek obcí (dále jen DSO) je v posledních několika letech nejčastější forma spolupráce mezi obcemi a je realizována na základě §49 zákona č. 128/2000 Sb., o obcích. Jedná se o formu „zdola vznikajících“ mikroregionů, jinak řečeno z vlastní iniciativy obcí.

DSO mají zákonem vymezeny velké množství předmětů činnosti spadající do samostatné působnosti obcí a mezi ty nejčastější patří úkoly v oblasti školství, kultury, ochrany životního prostředí a cestovního ruchu. Jednotlivé svazky obcí mohou plnit více činností najednou a od toho jsou odvozovány svazky jednoúčelové nebo víceúčelové. DSO vzniká podpisem smlouvy, kterou schvalují zastupitelstva jednotlivých obcí.

Dosavadní zkušenosti nasvědčují tomu, že DSO jsou relativně stabilní a tudíž optimální formou dlouhodobé a víceúčelové spolupráce mezi obcemi. Jejich vznik lze tedy považovat za pozitivní jev, neboť je to pro mnohé menší obce jediný způsob získání finančních prostředků z různých fondů, na které by individuálně nedosáhly.<sup>2</sup>

---

<sup>2</sup> PÁPOL, T. a M. PAVLAS. *Problémy mikroregionů při tvorbě společných projektů*. 1. vyd. Hradec Králové: Civitas per Populi, 2006. ISBN 80-903813-1-6.

## 2.1.2 Monitoring mikroregionů na území ČR

Ústav územního rozvoje (ÚÚR) v souladu se statutem organizace a na základě pověření Ministerstva pro místní rozvoj monitoruje od roku 2000 na území České republiky zdola vznikající mikroregiony a jejich rozvojové dokumenty. Podnětem k zahájení monitoringu bylo zjištění, že do té doby neexistovala žádná ucelená databáze.

Zprvu bylo šetření prováděno prostřednictvím dotazníkového šetření na okresních a později na krajských úřadech. Takto získané údaje byly zpracovány za celou ČR formou tematicky zaměřených kartogramů, které jsou dostupné na www stránkách Ústavu územního rozvoje.

**Tabulka 1: Zapojení obcí do mikroregionů v letech 2003 - 2008**

Rok	Počet obcí celkem	Obce v mikroregionech		Obce mimo mikroregiony		Počet mikroregionů
		Absol.	%	Absol.	%	Absol.
2003	6 249	4 625	74,01	1 624	25,99	491
2004	6 249	4 685	74,97	1 564	25,03	505
2005	6 248	5 280	84,51	968	15,49	533
2007*	6 249	5 385	86,17	864	13,83	551
2008	6 249	5 473	87,58	776	12,42	570

\* v roce 2006 došlo ke změně metodiky zjišťování, data k tomuto roku jsou pouze odhadem, proto nejsou součástí tabulky

Zdroj: ÚÚR. Monitoring mikroregionů [online]. [vid. 2011-12-16]. Dostupné z:

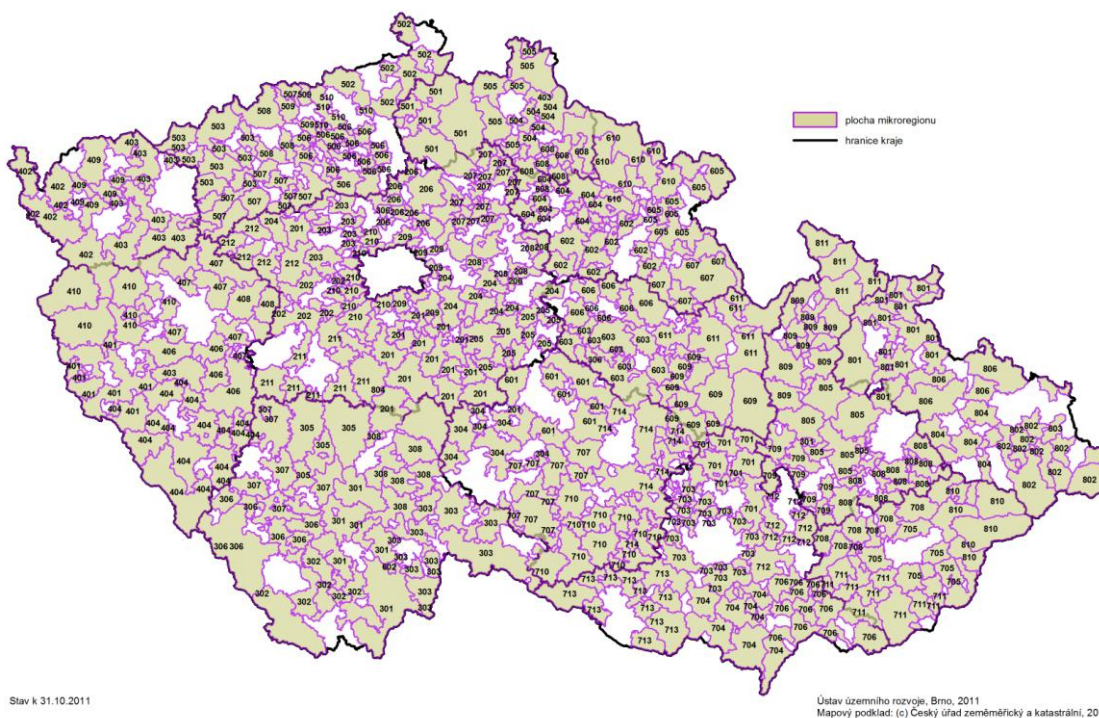
<http://www.uur.cz/default.asp?ID=1923>

V roce 2005 ÚÚR poprvé oslovil přímo jednotlivé mikroregiony, přičemž účelem bylo navázání kontaktu s jednotlivými mikroregiony. Prostřednictvím dotazníků jich bylo osloveno více než pět set a z toho velká část se aktivně zapojila do spolupráce při vytváření elektronické databáze. Díky tomu mohl v roce 2006 vzniknout nový informační systém, jehož webová aplikace včetně mapové prezentace je zveřejněna opět na internetových stránkách ÚÚR.

Nejaktuálnější data, týkající se počtu mikroregionů, zveřejněná na stránkách Ústavu územního rozvoje jsou k 31. říjnu 2011. Na obrázku jsou znázorněny všechny mikroregiony na území ČR.



## Mikroregiony v České republice



Obrázek 1: Mikroregiony v ČR k 31. říjnu 2011

Zdroj: ÚÚR: Grafické výstupy z monitoringu mikroregionů ČR [online]. [vid 2012-04-20]. Dostupné z: <http://www.uur.cz/default.asp?ID=4346>

## 2.2 Partnerství v cestovním ruchu

Protože cestovní ruch je dynamické a vysoce konkurenční odvětví s aktivitami zasahujícími do různých oblastí hospodářství, je velmi vhodné koordinovat jej právě formou partnerské spolupráce. Stále více podnikatelských subjektů zastává ten názor, že partnerství v cestovním ruchu je cestou, po které se dá dojít k systematickému a udržitelnému rozvoji destinace. Více než kde jinde zde hraje významnou roli lidský faktor – **je to o lidech**. Takže pokud partneři budou schopni založit své vztahy na rovnosti, kde budou všichni shodně sdílet rizika i přínosy, tak vzájemná spolupráce jim pomůže objevit a využít skrytý potenciál regionu.

Doposud se zdá, že nejefektivnější cestou je zapojit do koordinace cestovního ruchu v regionu všechny subjekty, které se cestovním ruchem zabývají nebo které, přímo či nepřímo,

19

ovlivňuje. Tento způsob je dobrý jak pro dlouhodobé získávání přínosů, tak pro trvalý a udržitelný rozvoj regionu.

Partnerství totiž nemusí být přínosem pouze pro veřejnou správu, pro kterou znamená pouze přístup k širším zdrojům kapitálu (část aktivit je možno financovat jak z různých státních fondů, tak z fondů EU), ale také pro rezidenty. Například z rozvoje infrastruktury, jenž byl iniciován primárně kvůli zvýšení intenzity cestovního ruchu, plynou jasné přínosy i místním obyvatelům, kteří sami mohou vše „turistické“ využívat a v ideálním případě se i podílet na realizaci. Nikdo totiž nezná region tak dobře jako rezidenti a mohou přijít se zajímavými podněty.<sup>3</sup>

### 2.2.1 Význam partnerství v cestovním ruchu

Poslání udržitelného rozvoje cestovního ruchu je prioritou každé destinace a klíčem k jeho efektivnímu a vyváženému naplnění je zapojení všech důležitých subjektů z oblasti cestovního ruchu v destinaci. Každému z aktérů cestovního ruchu je tak dána příležitost se na rozvoji podílet a zároveň za něj převzít i zodpovědnost. Jejich společným cílem je poskytnutí maximálního přínosu pro „akcionáře“ (obec, mikroregion, stál, podnikatelé...) při minimalizaci negativních dopadů.<sup>4</sup>

Jedním z klíčových oblastí spolupráce je posílení efektivního marketingu a účinný marketingový management destinace se neobejde bez zapojení následujících faktorů:

- **Vůdčí subjekty destinace** ve smyslu spojení subjektů ve strategické skupině s vyššími šancemi na úspěch
- **Značka destinace**, která je známkou popularity destinace a důvěry v destinaci a která je do jisté míry výsledkem kooperace podnikatelských subjektů destinace

---

<sup>3</sup> NECHVÍLOVÁ, S.; HOLÝ, M. a KRÁTKÝ, J. *Partnerství pro cestovní ruch*. 1.vyd. Pardubice: První regionální rozvojová a.s., 2006. 100 s. ISBN 80-903866-1-X

<sup>4</sup> PALÁTKOVÁ, M. *Marketingová strategie destinace cestovního ruchu: Jak získat více příjmů z cestovního ruchu*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, a.s., 2006. 328 s. ISBN 80-247-1014-5

- **Elektronické propojení**, které se stává předním konkurenčním faktorem
- **Regionalizace kombinací produkt – cílový trh**, která přináší zejména optimalizaci nákladů a rozložení know-how.<sup>5</sup>

Partneři se snaží o vybudování určité image dané destinace prostřednictvím cílené reklamy. Dochází přitom k synergickým efektům, jako např. k snadnější eliminaci negativních externalit či k dosažení rostoucích výnosů z rozsahu.<sup>6</sup> Konkrétně pro vinaře z Modrých Hor skýtá společná propagace velkou výhodu především na vinařských veletrzích, kde by jinak jednotlivým malým vinařům nebyl poskytnut takový prostor k propagaci jako velkému spolku. Prostřednictvím efektivního marketingu se značka Modré Hory dostal do podvědomí vinařské společnosti.

## 2.3 Regionální operační program NUTS 2 Jihovýchod

Pro využití zdrojů z fondů EU v letech 2007 – 2013 bylo v ČR určeno celkem dvacet čtyři operačních programů, z nichž sedm bylo regionálních (přidělená finanční částka – **4,6 mld. EUR**). Jejich společným cílem je urychlení rozvoje regionů ČR, posilování jejich konkurenceschopnosti vůči ostatním regionům a zvyšování jejich atraktivity za účelem přilákání více investorů. Důležitou prioritou je také zlepšování životní úrovně místních obyvatel, zvyšování kvality prostředí a zajištění uplatnění na trhu práce, které zabrání odlivu pracovních sil z regionu.<sup>7</sup>

---

<sup>5</sup> PECHLANER, H. Strategisches Management und Marketing von Destinationen in Alpenraum. In: Destination Marketing – Reports od the AIEST Congress 1998, 1988, AIEST, St. Gallen, s. 365 -382

<sup>6</sup> VYSTOUPIL, J.; HOLEŠINSKÁ, A. a ŠAUER, M. *Vymezování destinace a formulace jejích charakteristik a organizace cestovního ruchu v destinaci*. 1.vyd. Praha: MMR ČR, 2007. 69 s. Dostupné v PDF z: <http://www.mmr.cz/CMSPages/GetFile.aspx?guid=183b2a35-4fd8-4eb4-8cc8-c86615035950>

<sup>7</sup> MMR ČR. *Abeceda fondů Evropské unie 2007 – 2013* [online]. 2007 [vid. 2011-11-16]. Dostupné z: <http://www.businessinfo.cz/cz/clanek/zdroje-financovani-z-eu-2007-2013/publikace-abeceda-fondu-eu-2007-2013/1001573/44936/>

Jedním ze sedmi výše zmíněných regionálních programů je i Regionální operační program regionu soudržnosti NUTS II Jihovýchod (ROP JV), jehož globálním cílem je „**Posilování konkurenceschopnosti regionu vytvořením podmínek pro efektivní využívání rozvojového potenciálu na území NUTS II Jihovýchod<sup>8</sup> prostřednictvím komplexního zlepšení dopravní dostupnosti a propojení rozvojových pólů regionu, vedoucího především k využívání potenciálu v oblasti cestovního ruchu. Dále zkvalitňování podmínek pro život obyvatel ve městech a na venkově v souladu s principy udržitelného rozvoje**“. Záměrem takto rozvojově koncipovaného cíle je podpořit postupné dosažení ekonomické, sociální a kulturní úrovně regionu srovnatelné s vyspělými regiony Evropy.

### **Prioritní osy**

ROP NUTS II Jihovýchod má čtyři prioritní osy, pomocí nichž chce dosáhnout stanoveného cíle. Těmi osami jsou:

- PRIORITNÍ OSA 1: Dostupnost dopravy
- PRIORITNÍ OSA 2: Rozvoj udržitelného cestovního ruchu
- PRIORITNÍ OSA 3: Udržitelný rozvoj měst a venkovských sídel
- PRIORITNÍ OSA 4: Technická pomoc

Jednotlivé prioritní osy mají své hlavní cíle, specifické cíle a strategii, jak těchto cílů dosáhnout. Osy se dále dělí do několika oblastí podpory, a pokud bychom se blíže zabývali prioritní osou 2, zjistíme, že se dělí na dvě hlavní oblasti podpory – 2.1. Rozvoj infrastruktury pro cestovní ruch a 2.2. Rozvoj služeb v cestovním ruchu. V rámci oblasti podpory rozvoje služeb v cestovním ruchu byla na dvacátém čtvrtém zasedání Výboru Regionální rady vyhlášena výzva k předkládání projektů. Tato výzva dala podnět ke vzniku níže popisovaného a hodnoceného projektu.<sup>9</sup>

---

<sup>8</sup> Je tvořen dvěma územními jednotkami: Jihomoravským krajem a krajem Vysočina

<sup>9</sup> Regionální operační program NUTS II Jihovýchod 2007 – 2013 [online] 2007 [vid 2012-03-12]. Dostupné z: [www.jihovychod.cz/download/rop/rop-jv.pdf](http://www.jihovychod.cz/download/rop/rop-jv.pdf)

## **Regionální rada regionu soudržnosti Jihovýchod**

Řídícím orgánem ROP JV je Regionální rada, která na základě zákona č. 248/2000 Sb. nese statut právnické osoby. Orgány rady tvoří předseda, výbor (osm zastupitelů z každého kraje) a úřad.

Při procesu schvalování projektů je povinností úřadu nastavování postupů, konzultace a hodnocení projektů podle hodnotících kritérií a následné předání seznamu zhodnocených projektů Výboru regionální rady ke schválení. Kontrolu realizace projektů, vyúčtování, platby, monitoring a evaluace provádí opět Úřad regionální rady.<sup>10</sup>

### **2.3.1 Klasifikace NUTS**

Klasifikace NUTS je určena především pro sběr, přípravu a harmonizaci regionálních statistik členských států Evropské unie a poskytování pomoci ze Strukturálních fondů, které spadají pod jednotlivé cíle strukturální politiky. Kraje se z hlediska EU ukázaly jako příliš malé pro poskytování pomoci z fondů, a proto musela Česká republika kvůli vstupu do EU zavést mezi stát (NUTS I) a kraje (NUTS III) ještě jeden stupeň členění odpovídající úrovni NUTS II, tedy regiony soudržnosti. Právě na úroveň NUTS II je totiž směřována podpora z fondů EU.<sup>11</sup>

## **2.4 Informační kiosky**

Informační kiosek (jinak řečeno stojan či panel) je moderní interaktivní zařízení, které umožňuje svému uživateli vyhledat potřebná data pomocí dotykového displeje. Nejčastěji

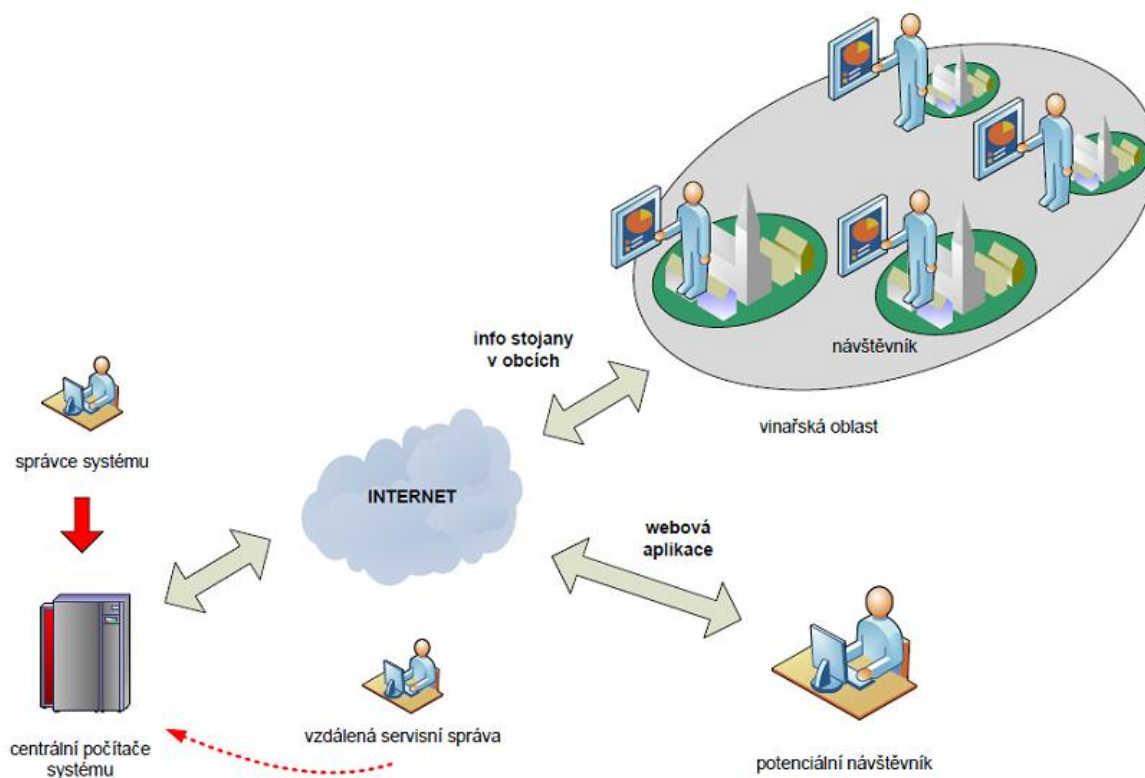
---

<sup>10</sup> Regionální rada regionu soudržnosti Jihovýchod [online]. [vid. 2012-03-13]. Dostupné z: <http://www.jihovychod.cz/regionalni-rada/zakladni-informace>

<sup>11</sup> KAŠPAROVA, L., et al. *Kohezní politika: Osídlení v České republice, Partnerství měst a venkova*. 1. vyd. Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj, Brno: Ústav územního rozvoje, 2009. ISBN 978-80-903928-7-8

jsou využívány v muzeích a galeriích, kde poskytují návštěvníkům požadované informace o exponátech bez nutnosti průvodce. Výhodou je jednak ona nezávislost na průvodci, ale především také mnohem větší objem informací, které má návštěvník k dispozici. Stále více začínají být kiosky využívány většími obcemi, ve kterých zastávají funkci elektronických úředních desek a usnadňují tak předávání informací občanům.

Níže popisovaný projekt se snaží zapojit tuto stále oblíbenější technologii do oblasti cestovního ruchu. Informace, které do systému vkládá jeho správce, jsou uživatelům k dispozici nepřetržitě jak na webovém portálu, tak nyní i v informačních kioscích rozmístěných v jednotlivých obcích. Podrobný popis struktury systému a technických parametrů je uveden ve čtvrté kapitole.



**Obrázek 2: Struktura systému: „Turistický produkt Modré Hory“**

*Zdroj: AV Media a.s.*

## 2.5 Vinařský cestovní ruch

Vinařský cestovní ruch lze považovat za jednu z dílčích forem venkovského cestovního ruchu, neboť je s venkovskou krajinou přirozeně spjat. Jelikož se však v průběhu devadesátých let minulého století stal v ČR jednou z nejdynamičtěji se rozvíjejících aktivit a dá se říct, že i krajinně – prostorovým fenoménem, stal se z něj samostatný oddíl cestovního ruchu. To ovšem neznamená, že by se vinařský cestovní ruch, i vzhledem ke své specifčnosti, měl vymezovat a mohl existovat izolovaně. Moderní vinařský cestovní ruch je úzce spjat s dalšími rozličnými formami aktivního cestovního ruchu – pěší turistika, cykloturistika, rekreace u vody, návštěva přírodních, kulturních, historických a dalších památek, které se venkovském prostředí nacházejí.

Vinařský prostor v České republice je členěn dle znění zákona o vinohradnictví a vinařství (č. 321/2004 Sb.) na vinařskou oblast Morava a vinařskou oblast Čechy. Vinařská oblast se skládá z vinařských podoblastí a ty se dále člení na vinařské obce, na jejichž území jsou stanoveny viniční tratě nebo jejich části. Celková plocha vinic, představující současný produkční potenciál ČR, je 19 200 ha.<sup>12</sup>

### **Vinařská oblast Morava**

Tato oblast leží v jižním cípu Moravy a zahrnuje cca 96 % registrovaných vinic v České republice. Vegetační období je poněkud kratší nežli v západní Evropě, ale zato vyniká ve většině let vyšší tepelnou intenzitou letních měsíců, což umožňuje i pěstování odrůd s pozdním vyzráváním hroznů, dávající vysoce jakostní vína. Zrání hroznů probíhá na Moravě pomaleji, a proto se v nich udrží a koncentruje větší množství a větší rozmanitost aromatických látek.

---

<sup>12</sup> VYSTOUPIL, J. aj. *Vývoj cestovního ruchu v ČR a jeho prostorové organizace v letech 1990 – 2009. Urbanismus a územní rozvoj*. 2010, roč. XIII, č. 5, s. 104 – 105. ISSN 1212-0855



### Vinařská oblast Morava se dělí do čtyř vinařských podoblastí:

1. Mikulovská – 34 obcí, rozloha 4 500 ha
2. Slovácká – 131 obcí, rozloha 4 400 ha
3. Velkopavlovická – 93 obcí, rozloha 4 750 ha
4. Znojemská – 93 obcí, rozloha 3 800 ha

### Vinařská oblast Čechy

Největší koncentrace vinic je v okolí Mělníka, Litoměřic a Mostu. Území této oblasti osázené vinicemi není souvislé, ale skládá se z jednotlivých příhodných lokalit ležících na chráněných jižních svazích v nižší nadmořské výšce, většinou rozložených kolem toků českých řek Vltavy, Labe, Berounky a Ohře.

### Vinařská oblast Čechy se dělí do dvou vinařských podoblastí

1. Litoměřická – 11 obcí, rozloha 250 ha
2. Mělnická – 31 obcí, rozloha 300 ha<sup>13</sup>



**Obrázek 3: Vinařské oblasti a podoblasti České republiky**

Zdroj: *Vinařské oblasti a podoblasti České republiky [online]. [2012-01-22]. Dostupné z:*

<http://www.moraviavitis.cz/index.php?UrlQuery=0>

<sup>13</sup> *Vinařské oblasti České republiky [online]. [2012-01-22]. Dostupné z: <http://vino-radce.cz/vinarske-oblasti/>*



Nejvýznamnějším projektem i produktem, který se dotkl celého moravského vinařského prostoru, jsou tzv. **Moravské vinařské stezky**. Jako primárně liniový prvek (samotné cyklotrasy a cyklostezky) s podpůrnými bodovými prvky (občerstvení, restaurace, půjčovny a opravny kol, penziony, památky a další) byly citlivě zasazeny do krajiny a staly se nástrojem rozvoje šetrné turistiky, která podporuje jak lokální ekonomickou aktivitu, tak především tradiční formy využití území.

Moravské vinařské stezky tvoří ucelenou síť značených cyklistických tras na území všech vinařských podoblastí jižní Moravy. Každá z devíti vinařských podoblastí má svou vinařskou stezku, všechny jsou pak společně propojeny páteří Moravskou vinnou stezkou od Znojma až do Uherského Hradiště, tzn., že zasahují i do kraje Zlínského. Stezky v délce okolo 1200 km vedou převážně vinicemi, sady a místními komunikacemi. Kromě jmenovaných cyklistických stezek vázaných primárně na produkty vinařství protínají území jižní Moravy také významně mezinárodní cyklotrasy.<sup>14</sup>

## **2.6 Odborné termíny používané v cestovním ruchu**

### **Cestovní ruch**

Souhrn jevů a vztahů vznikajících cestováním a přechodným pobytem obyvatel ve volném čase mimo jejich bydliště. Je formou uspokojování potřeb rekreace, turistiky, kultury, lázeňské péče atp., přičemž účastníci vystupují jako uživatelé nejen přírodních a kulturních hodnot, ale i zařízení a služeb cestovního ruchu. Je významnou složkou hospodářství a zdrojem devizových příjmů. Podle charakteru hmotného zajištění se cestovní ruch dělí na volný, vázaný a individuální.

---

<sup>14</sup> VYSTOUPIL, J. aj. *Vývoj cestovního ruchu v ČR a jeho prostorové organizace v letech 1990 – 2009. Urbanismus a územní rozvoj*. 2010, roč. XIII, č. 5, s. 104 – 105. ISSN 1212-0855

### **Cyklistická stezka**

Komunikace pro cyklisty, složená nejméně z dvoupruhového cyklistického pásu a dělicích pruhů oddělujících oba směry od sebe nebo od ostatního provozu pěšího nebo motorového. Lze ji vést výškově i směrově mimo trasy ostatních pozemních komunikací.

### **Informační systém**

Informačním systémem se rozumí funkční celek, zabezpečující cílevědomé a systematické shromažďování, zpracování, uchovávání a zpřístupňování informací. Každý IS zahrnuje informační základnu, technické a programovací prostředky, technologie, procedury a pracovníky.

### **Internet**

Celosvětová síť navzájem propojených počítačů, komunikujících prostřednictvím rodiny protokolů TCP/IP.

### **Tradice**

Souhrn myšlenkových, duchovních, uměleckých, i praktických vědomostí, dovedností a postojů, které se předávají z generace na generaci, čímž se udržují, prohlubují a šíří. Je to současně duchovní i kulturní dílo, které nemá autora, není prosazováno mocí či autoritou, přitom stále žije a působí.

### **Trvale udržitelný rozvoj**

Rozvoj civilizace, který dokáže naplnit potřeby současné generace, aniž by ohrozil uspokojení potřeb generací následujících, nebo se uskutečňoval na úkor jiných národů, přičemž neohrožuje přirozené funkce ekosystémů, nesnižuje biologickou rozmanitost přírody, neohrožuje podstatu přirozených zdrojů přírody a nepřekračuje samočisticí kapacitu přírodního prostředí.

## Turistika

Tělovýchovná činnost charakterizovaná aktivním pohybem po trase zaměřená na poznávání území, orientaci v terénu, táboření atp. Provozuje se pěšky, na kole, lodí, na lyžích nebo motorovými dopravními prostředky. Je významnou složkou cestovního ruchu.<sup>15</sup>

### Turistické regiony a turistický produkt

Cestovní ruch je vystaven tvrdé mezinárodní a regionální konkurenci, která klade vysoké nároky na kvalitní, komplexní a atraktivní nabídku země. Splnění tohoto cíle předpokládá vytvoření ucelené a dostatečně atraktivní turistické nabídky, jejímž základem jsou turistické regiony. Ty jsou definovány jako území, pro něž je typický určitý druh cestovního ruchu, který jednotlivé prvky dané oblasti spojuje a sjednocuje, ale zároveň i odlišuje od ostatních regionů.

Hlavní význam turistických regionů tkví v možnosti ucelené prezentace země, která nabízí souhrn turistických produktů reprezentovaných jednotlivými turistickými regiony. Slouží zejména k prezentaci ČR v zahraničí a nekorespondují s územněsprávním členěním státu, neboť turista se primárně nezajímá o administrativní hranice, ale o určité kompaktní území poskytující možnosti provozování specifických aktivit pro daný turistický region.

Turistické regiony byly vymezeny v letech 1998 – 1999 na základě jednání, jehož výsledkem je členění do **15 turistických regionů**, které se skládají z celkem **44 turistických oblastí**. Obce zkoumané v této diplomové práci se nacházejí na území turistického regionu dvanáct, Jižní Morava.<sup>16</sup>

---

<sup>15</sup> Zdrojem pro definování všech pojmů (kromě Turistické regiony a turistický produkt) v této podkapitole je: PÁSKOVÁ, M.; ZELENKA, J. Výkladový slovník cestovního ruchu. 1.vyd. Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj, 2002. 448 s. ISBN 80-239-0152-4

<sup>16</sup> EUROVISIOIN. *Region a cestovní ruch* [online]. [vid. 2012-04-11]. Dostupné z: <http://vyzkumy.czechtourism.cz/#;q=p%C5%99%C3%ADnos%20cestovn%C3%ADho%20ruchu%20pro%20region;orderby=novinky>

### 3 Socio-ekonomická analýza mikroregionu Modré Hory

Mikroregion Modré Hory se nachází na území České republiky (NUTS I), v regionu soudržnosti Jihovýchod (NUTS II), v Jihomoravském kraji (NUTS III), v okrese Břeclav (LAU I), spadá pod správní obvod Hustopeče a patří do Velkopavlovické vinařské podoblasti. Má rozlohu cca **70 km<sup>2</sup>** a v jeho pěti obcích žilo k prvnímu lednu dva tisíce jedenáct celkem **8 281 obyvatel**. Sledované území vykazovalo podobnou hustotu zalidnění jako okres, ve kterém se nachází.

**Tabulka 2: Základní srovnání s okresem a celou ČR k 31.12.2010**

Územní jednotka	počet obcí	rozloha[km <sup>2</sup> ]	počet obyvatel	hustota zalidnění
Modré Hory	5	70,5	8281	117,4 ob/km <sup>2</sup>
okres Břeclav	63	1038,3	113842	110 ob/km <sup>2</sup>

*Zdroj: Český statistický úřad*

Tento dobrovolný svazek obcí vznikl v souladu s ustanovením §49 zákona č.128/2000 Sb., o obcích v zimě roku 2007. Modré Hory tvoří katastry pěti vinařských obcí v čele s městem **Velké Pavlovice**, dále obce **Němčičky**, **Bořetice**, **Kobylí** a nejvýše položená **Vrbice**. Zakladatelská smlouva (Příloha 1), která byla podepsána dne 21. prosince 2007 ve Velkých Pavlovicích, definuje předmět činnosti takto: „*Dobrovolný svazek obcí byl ustanoven za účelem řešení společných zájmů a sdružených obcí s cílem rozvoje a ochrany hodnot celého území, především pak ochrany krajiny a životního prostředí, vytváření podmínek pro plnohodnotný život místních obyvatel a rozšiřování služeb pro občany i návštěvníky celého regionu. Cílem je dále propagace regionu dobrovolného svazku obcí a podpora rozvoje vinařské turistiky.*“<sup>17</sup> Svazek byl založen na dobu neurčitou a jeho základním dokumentem byly určeny stanovy, které jsou taktéž uvedeny v příloze (Příloha 2).

---

<sup>17</sup> Smlouva o vytvoření dobrovolného svazku obcí

### 3.1 Pěstování vína a meruněk v oblasti Modrých Hor

Jak je již stanoveno v samotné Zakladatelské smlouvě, jedním z cílů spojení obcí je podpora rozvoje vinařské turistiky. Dokonce i název Modré Hory má původ ve vinařské terminologii, neboť hora, to je nejenom kopec, ale i dávný název pro vinohrad nebo viniční trať. Jelikož více než polovinu rozlohy vinic tu zaujímají červené odrůdy (převážně Frankovka, Portugal, Svatovařínecké a André), budí pohled na zvlněné vinice při západu slunce dojem modré hory.

Vinařství má v této oblasti velmi dlouhou tradici. První vinice na jižní Moravě vysadili římsí legionáři v okolí svého opevněného tábora u Mušova ve druhém století našeho letopočtu. Velký rozkvět přišel v dobách Velkomoravské říše, konkrétně za knížete Svatopluka. První písemné zmínky o vinaření přímo na Velkopavlovicku pocházejí z roku 1252, kdy Boček z Obřan obdarovává žďárský klášter třetinou výnosů z vinohradů v Pavlovicích, Zaječí a Kobylí. Archiv města Velké Pavlovice zmiňuje velké množství dalších odkazů na kvalitu místních vín. Mezi ty nejvzácnější patří dopis krále Ludvíka Jagellonského městské radě brněnské, ve kterém chválí výjimečnou jakost místní révy. Historii vinařství v mikroregionu dokládají mimo jiné i prastaré dlouhé a hluboké vinné sklepy roztroušené po vesnicích nebo tvořící celistvé lokality.

Snahou místních obyvatel je navázat na svou slavnou historii a proto je v roce 1901 ve Velkých Pavlovicích zřízena Státní zemská révová školka, jejíž hlavním cílem je produkce štěpovaných sazenic révy, klonová selekce, zvelebení vinic a šlechtění nových odrůd. Od té doby zde byly vyšlechtěny tyto nové druhy:

- Pálava – kříženec Tramín červený x Müller Thurgau, Ing. Josef Veverka, 1980
- Aurelius – kříženec Neuburské x Ryzlink rýnský, Ing. Josef Veverka, 1983
- André – kříženec Frankovka x Svatovavřínecké, Ing. Jaroslav Horák, 1980
- Agni – kříženec Irsai Oliver x André, Jan Havlík, 2001<sup>18</sup>

---

<sup>18</sup> Archiv města Velké Pavlovice

Ovšem nejen víno je symbolem Modrých Hor, ale i pěstování meruněk zde má svou dlouholetou tradici. Tomuto ovocnému druhu pocházejícímu z Asie vyhovuje zvlněný terén, svahy odvrácené od jihu, úrodná černozem a dostatek tepla. Pečlivým výběrem šlechtitelského ovoce byl vytvořen typ **Velkopavlovická meruňka**, která se pěstuje ve Velkých Pavlovicích už téměř 200 let.

## 3.2 Turismus

Mikroregion je znám svým celoročně bohatým kulturním životem a snahou o zachování místních tradic. K významným událostem patří Májové putování po Modrých Horách zakončené přehlídkou Modrohorských mužáckých sborů, podzimní slavnostní vinobraní, jarní žehnání mladému vínu a celá řada plesů a koncertů. Nejvýznamnějším folklorním svátkem a vrcholnou společenskou událostí roku, která svým místním významem předčí všechny ostatní, jsou **tradiční krojové hody** ve Velkých Pavlovicích. Jen málokdo si uvědomuje, že hody jsou zvláštní formou národního kulturního dědictví a stojí za to je ochránit a udržet pro další generace. Proto je dobře, že i v dnešní době se mládež do kroje stále obléká a spolu s celou obcí se účastní různých folklorních akcí v průběhu roku.

Přestože přehlídky folklorních zvyklostí a tradičních krojů lákají do regionu každoročně velký počet turistů, jedná se přeci jen pouze o několik dní v roce. Zástupci Modrých Hor sázejí především na **cykloturistiku** a **vinařskou turistiku**. Nejnovější snahou je přilákat návštěvníky na obě výše jmenované priority najednou. Výlety na kolech vinicemi s možností ochutnávky prvotřídních vín ve vinných sklepech ve všech pěti obcích mikroregionu se stávají stále více oblíbenými a postupně se zvyšuje počet návštěvníků se zájmem o tento způsob relaxace.

Oblast Modrých Hor je protkána hustou sítí oficiálně značených cyklostezek, které je možné spolu dle libosti kombinovat. Stěžejní trasou je jednatřicetkilometrový prstenec cyklostezky Modré Hory, která je součástí projektu Vinařské moravské stezky. Ta prakticky kopíruje hranici této lokality a spojuje všechny turistické atraktivity všech pěti obcí. Cyklostezka je velmi frekventovaná i díky rozsáhlé každoroční akci spolku vinařů „*Víno z Velkých Pavlovic*“ s názvem **Otevřené vinné sklepy**. Akce probíhá od května do září a spočívá v tom, že místní

vinaři otevřou své sklepy veřejnosti. Návštěvníci mohou kdykoliv (pondělí – neděle, 14:00 – 20:00) zajít do sklepa ochutnat vzorky, prohlédnout si sklepní hospodářství či se na cokoli zeptat.<sup>19</sup>

Velkým lákadlem pro turisty je i recesistická vinařská republika založená v obci Bořetice. V listopadu roku 2000 byla přímou volbou zvolena vláda a prezident **Svobodné spolkové republiky Kraví hora**. Tímto aktem byla republika vyhlášena a ani ne o rok později již obdrželi právo užívat znak a prapor. Republika vydala pro své občany pasy, poštovní známky a nové platidlo, kterým se stal jeden „kravihorec“, který má v přepočtu cenu jednoho eura a je krytý vínem.

Mikroregion Modré Hory má turistům hodně co nabídnout a představitelé si uvědomili, že mohou dosáhnout většího úspěchu, když budou spolupracovat. Dle nejednoho výzkumu a obecných trendů v oboru cestovního ruchu vyžaduje turista stále komplexnější balíček služeb, zajímavější a intenzivnější zážitky a originalitu v každém směru. Zároveň jsou turisté vzdělanější, vybírají pečlivě a svůj nákup důkladně zvažují. Toto je jasný prostor pro vznik partnerství postavených např. na rozšiřování nabídky, zvyšování kvality či prodloužení pobytu turistů v regionu.<sup>20</sup> Jejich snažení se vyplatilo a jenom za rok 2011 uspořádali společně 68 společných akcí pro veřejnost a na rok 2012 je připraven ještě bohatší kulturní kalendář akcí.

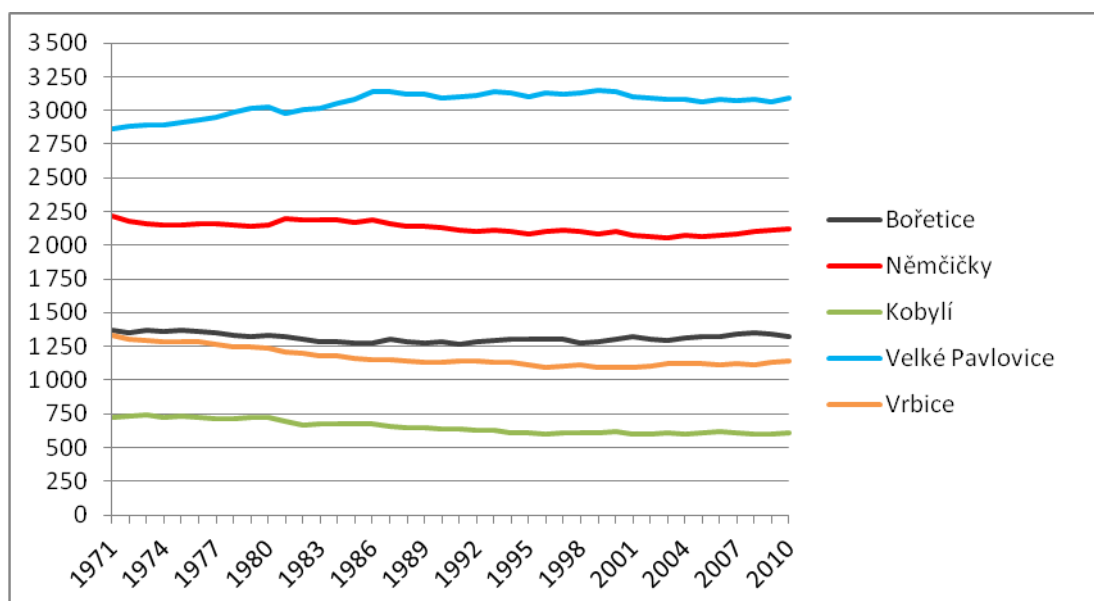
### 3.3 Obyvatelstvo

Populační vývoj mikroregionu, znázorněn na obrázku 3, vykazuje v posledních čtyřiceti letech mírný pokles ve všech zkoumaných obcích s výjimkou Velkých Pavlovic, kde naopak dochází k pozvolnému růstu obyvatel. Tento jev je způsobem vlivem zvýšené migrace.

---

<sup>19</sup> Turistické informační centrum ve Velkých Pavlovicích

<sup>20</sup> NECHVÍLOVÁ, S.; HOLÝ, M. a KRÁTKÝ, J. Partnerství pro cestovní ruch. 1.vyd. Pardubice: První regionální rozvojová a.s., 2006. 100 s. ISBN 80-903866-1-X



**Obrázek 4: Počet obyvatel v jednotlivých obcích k 31.12.**

Zdroj: Český statistický úřad. *Databáze demografických údajů za obce* [online]. [vid. 2012-02-12]. Dostupné z:

[http://www.czso.cz/cz/obce\\_d/index.htm](http://www.czso.cz/cz/obce_d/index.htm)

V tabulce 3 je vyčísleno několik základních demografických údajů mikroregionu k prvnímu lednu dva tisíce jedenáct.



**Tabulka 3: Vybrané demografické údaje k 1. 1. 2011**

	<b>Bořetice</b>	<b>Kobylí</b>	<b>Němčičky</b>	<b>Velké Pavlovice</b>	<b>Vrbice</b>
počet bydlících obyvatel k 1.1.	1325	2117	609	3092	1138
muži	647	1022	294	1503	575
ženy	678	1095	315	1589	563
počet obyvatel ve věku 0 - 14 let	189	290	87	407	155
muži	101	156	40	213	84
ženy	88	134	47	194	71
počet obyvatel ve věku 15 - 64 let	937	1454	419	2180	809
muži	475	736	215	1099	425
ženy	462	718	204	1081	384
počet obyvatel ve věku 65 let a více	199	373	103	505	174
muži	71	130	39	191	66
ženy	128	243	64	314	108
živě narození celkem	15	20	5	30	15
muži	7	9	0	10	11
ženy	8	11	5	20	4
zemřelí celkem	15	24	9	29	12
muži	8	12	5	10	4
ženy	7	12	4	19	8
přistěhovalý celkem	14	45	22	71	27
muži	9	25	12	41	13
ženy	5	20	10	30	14
vystěhovalí celkem	29	40	10	48	25
muži	12	19	6	21	11
ženy	17	21	4	27	14
přírůstek/úbytek celkem	-15	1	8	23	5
mužů	-4	3	1	20	9
ženy	-11	-2	7	4	-4

Zdroj: Český statistický úřad. *Městská a obecní statistika* [online]. [vid. 2012-02-12]. Dostupné z:

[http://www.czso.cz/lexikon/mos\\_vdb.nsf/okresy/CZ0624/](http://www.czso.cz/lexikon/mos_vdb.nsf/okresy/CZ0624/)

Z předešlé tabulky lze vyčíst, že obyvatelstvo v produktivním věku (15 – 64 let) tvoří rovných 70,0 % celkového počtu. Pokud tuto hodnotu porovnáme s ukazateli popisujícími Jihomoravský kraj (69,8 %), či celou Českou republiku (70,1 %), vyjde nám, že za stejné zkoumané období je odchylka minimální.

Sledované hodnoty v jednotlivých obcích mikroregionu odpovídají celorepublikovým hodnotám, i co se týče průměrného věku obyvatel za rok dva tisíce deset. Jak je vidět v další tabulce, Bořetice jsou obcí s nejnižším průměrným věkem obyvatel, kdežto Němčičky vyšly z průzkumu nejhůře. Dále lze z dat vyčíst, že ať už se jedná o obce, okres, kraj či celou

Českou republiku, průměrný věk žen vychází vždy vyšší než mužský (což je způsobeno vyšším věkem dožití u žen).

**Tabulka 4: Průměrný věk obyvatel k 31.12.2010**

	Průměrný věk	muži	ženy
Bořetice	39,8	37,8	41,7
Kobylí	42,1	39,8	44,1
Němčičky	42,6	41,1	44
Velké Pavlovice	41,4	39,5	43,1
Vrbice	40,4	38,5	42,4
okres Břeclav	40,2	38,8	41,6
Jihomoravský kraj	41,1	39,4	42,7
<b>ČR</b>	<b>40,8</b>	<b>39,3</b>	<b>42,3</b>

Zdroj: Český statistický úřad. *Demografické ročenky* [online]. [vid. 2012-02-12]. Dostupné z:

[http://www.czso.cz/csu/redakce.nsf/i/rocenky\\_souhrn](http://www.czso.cz/csu/redakce.nsf/i/rocenky_souhrn)

### 3.4 Trh Práce

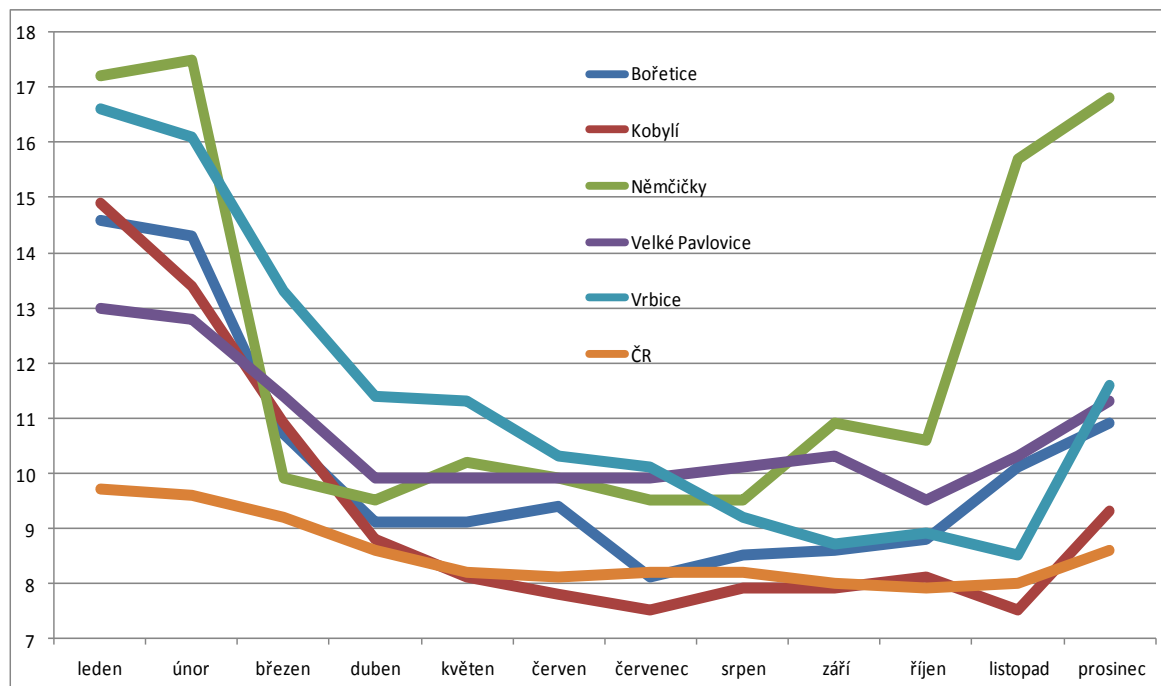
Jedním z nejdůležitějších indikátorů situace na trhu práce je míra registrované nezaměstnanosti, která je také jedním ze základních kritérií pro vymezení problémových regionů. Přestože je určitá míra nezaměstnanosti v tržní ekonomice potřebná, je její vysoká úroveň zdrojem nežádoucí ekonomické i sociální nestability.

Míra registrované nezaměstnanosti vyjadřuje podíl počtu nezaměstnaných registrovaných úřady práce na disponibilní pracovní síle (v procentech), kde číselník a jmenovatel jsou ukazatele konstruované podle následujících algoritmů:

Číselník: počet dosažitelných neumístěných uchazečů o zaměstnání (jsou to evidovaní nezaměstnaní, kteří mohou ihned nastoupit do zaměstnání)

Jmenovatel: Pro větší územní jednotky (stát, kraj, okres) je tvořen pracovní silou, tj. počtem zaměstnaných z Výběrového šetření pracovních sil + počtem zaměstnaných občanů EU + počtem pracujících cizinců ze třetích zemí s platným povolením + počtem dosažitelných

uchazečů o zaměstnání. Pro menší územní jednotky (obce, mikroregiony) je tvořen počtem ekonomicky aktivních obyvatel odvozených z výsledků posledního Sčítání lidí, domů a bytů.<sup>21</sup>



**Obrázek 5: Porovnání míry nezaměstnanosti v jednotlivých obcích a v ČR za rok 2011 [%]**

Zdroj: Úřad práce. *Statistiky nezaměstnanosti z územního hlediska* [online]. [vid. 2012-02-12]. Dostupné z: [http://portal.mpsv.cz/sz/stat/nz/uzem/?\\_piref37\\_240429\\_37\\_240428\\_240428.statse=200000000011&\\_piref37\\_240429\\_37\\_240428\\_240428.stat=200000000013&\\_piref37\\_240429\\_37\\_240428\\_240428.send=send&\\_piref37\\_240429\\_37\\_240428\\_240428.stat=200000000053&\\_piref37\\_240429\\_37\\_240428\\_240428.obdobi=F&\\_piref37\\_240429\\_37\\_240428\\_240428.rok=2011&\\_piref37\\_240429\\_37\\_240428\\_240428.uzemi=107000&ok=Vybrat](http://portal.mpsv.cz/sz/stat/nz/uzem/?_piref37_240429_37_240428_240428.statse=200000000011&_piref37_240429_37_240428_240428.stat=200000000013&_piref37_240429_37_240428_240428.send=send&_piref37_240429_37_240428_240428.stat=200000000053&_piref37_240429_37_240428_240428.obdobi=F&_piref37_240429_37_240428_240428.rok=2011&_piref37_240429_37_240428_240428.uzemi=107000&ok=Vybrat)

Jak naznačuje graf, **míra registrované nezaměstnanosti** se ve většině obcí za celý rok 2011 pohybovala nad průměrem České republiky. Jedinou výjimkou byla obec Kobylí, v níž se po dobu šesti měsíců hodnoty držely pod průměrem ČR. V listopadu v této obci klesla

<sup>21</sup> ČSÚ. Územně analytické podklady ve vybrané obci [online]. [vid. 2012-02-10]. Dostupné z: [http://vdb.czso.cz/vdbvo/tabdetail.jsp?kapitola\\_id=327&potvrz=Zobrazit+tabulku&go\\_zobraz=1&cislotab=UAP6030UU\\_OB&vo=tabulka&pro\\_1\\_90=584347&voa=tabulka&str=tabdetail.jsp#pozn1](http://vdb.czso.cz/vdbvo/tabdetail.jsp?kapitola_id=327&potvrz=Zobrazit+tabulku&go_zobraz=1&cislotab=UAP6030UU_OB&vo=tabulka&pro_1_90=584347&voa=tabulka&str=tabdetail.jsp#pozn1)

nezaměstnanost na úroveň pouhých **7,5 %**, což je zároveň i nejnižší naměřená hodnota v regionu za daný rok. Pro porovnání v okrese Břeclav byla naměřena v listopadu hodnota 9,7 %. Naopak nejvyšší míra byla zaznamenána v únoru v obci Němčičky, a to **17,5 %** (Břeclav – 13,2 %). Na grafu je také dobře vidět velký nárůst sezónní nezaměstnanosti v měsících mimo turistickou sezónu.

### 3.5 Ekonomické subjekty

V mikroregionu působí celkem **1982** podnikatelských subjektů, z nichž téměř polovina působí ve Velkých Pavlovicích. Tabulka 5 znázorňuje přesnější dělení podle právní formy k datu 31. 12. 2012:

**Tabulka 5: Rozdělení podnikatelských subjektů podle právní formy**

Podle právní formy	Bořetice	Kobylí	Němčičky	Velké Pavlovice	Vrbice
<b>podnikatelské subjekty celkem</b>	<b>321</b>	<b>448</b>	<b>160</b>	<b>823</b>	<b>230</b>
státní organizace	1	2	1	6	2
akciové společnosti	2	1	x	8	x
obchodní společnosti	35	24	6	96	8
družstva	1	x	1	4	x
živnostníci	227	324	104	526	164
svobodná povolání	9	19	4	33	7
zemědělníci podnikatelé	22	54	22	60	19
ostatní právní formy	1	24	22	90	1

Zdroj: Český statistický úřad. *Městská a obecní statistika* [online]. [vid. 2012-02-12]. Dostupné z:

[http://www.czso.cz/lexikon/mos\\_vdb.nsf/okresy/CZ0624/](http://www.czso.cz/lexikon/mos_vdb.nsf/okresy/CZ0624/)

Je patrné, že nejčastější forma podnikání v dané oblasti je na základě živnostenského oprávnění (podniká tak 68 % podnikatelských subjektů).

Z další tabulky lze vyčíst procentuální dělení podnikatelských subjektů podle jejich převažující činnosti. Z průzkumu ČSÚ vyšlo najevo, že nejvíce jich působí v kategorii: „Obchod, prodej a opravy motorových vozidel a spotřebního zboží a pohostinství“ a to necelých třicet procent.

**Tabulka 6: Rozdělení podnikatelských subjektů podle převažující činnosti [%]**

Podle převažující činnosti	Bořetice	Kobylí	Němčičky	Velké Pavlovice	Vrbice
<b>podnikatelské subjekty celkem</b>	<b>321</b>	<b>448</b>	<b>160</b>	<b>823</b>	<b>230</b>
z toho procentuálně v					
zemědělství, lesnictví, rybolov	10,6	1,3	16,3	11,9	16,5
průmysl	17,8	12,5	11,9	14,6	9,6
stavebnictví	14,6	19,4	10	11,5	17,4
doprava a spoje	6,2	2,5	2,5	3,9	2,2
prodej a pohostinství	29,6	28,3	32,5	28,1	27,8
ostatní obchodní služby	8,1	8	8,8	12,3	10
veřejná správa	0,6	0,5	1,3	0,4	0,9
školy a zdravotnictví	0,6	2,2	1,9	2,8	1,3
ostatní služby	9,3	9,6	16,3	10	10

Zdroj: Český statistický úřad. *Městská a obecní statistika* [online]. [vid. 2012-02-12]. Dostupné z:

[http://www.czso.cz/lexikon/mos\\_vdb.nsf/okresy/CZ0624/](http://www.czso.cz/lexikon/mos_vdb.nsf/okresy/CZ0624/)

Podrobnější rozdělení podnikatelských subjektů podle převažující činnosti lze získat ze statistické klasifikace ekonomických činností CZ – NACE, která zohledňuje technologický rozvoj a strukturální změny hospodářství za posledních patnáct let, je relevantnější s ohledem na hospodářskou realitu a lépe srovnatelná s jinými mezinárodními klasifikacemi než byla klasifikace OKEČ, kterou klasifikace CZ NACE od 1. ledna 2008 nahradila.<sup>22</sup>

### 3.6 Půda

Zemědělství na jižní Moravě je poměrně intenzivní, neboť těží z výhodných přírodních podmínek oblasti. Vhodné klimatické podmínky s dostatkem úrodné půdy, zejména v jižních částech kraje, umožňuje rozsáhlé pěstování hospodářských plodin. Tuto oblast zastupuje hlavně pěstování obilovin a vinařství. Oblast Modrých Hor není výjimkou. Z celkové katastrální výměry mikroregionu, 7052 ha, tvoří 3804 ha orná půda (54 %) a 1063 ha vinice (15 %).

<sup>22</sup> BusinessInfo. *Seznam NACE* [online]. [vid. 2012-02-15]. Dostupné z: <http://www.businessinfo.cz/cz/nace/>

**Tabulka 7: Využití půdy v mikroregionu [ha]**

	Bořetice	Kobylí	Němčičky	Velké Pavlovice	Vrbice
<b>Celková výměra pozemku [ha]</b>	<b>904</b>	<b>2105</b>	<b>778</b>	<b>2325</b>	<b>940</b>
orná půda	628	959	151	1384	682
vinice	106	313	267	263	114
zahrady	13	46	17	42	11
ovocné sady	31	250	94	256	26
lesní půda	18	218	137	1	31
vodní plochy	9	29	4	24	2
zastavěné plochy	23	43	15	66	20

Zdroj: Český statistický úřad. *Městská a obecní statistika* [online]. [vid. 2012-02-12]. Dostupné z:

[http://www.czso.cz/lexikon/mos\\_vdb.nsf/okresy/CZ0624/](http://www.czso.cz/lexikon/mos_vdb.nsf/okresy/CZ0624/)

### 3.7 Technická infrastruktura

Vybavenost obcí a měst technickou infrastrukturou je jedním ze základních předpokladů jejich rozvoje. Hraje roli při rozhodování obyvatel ohledně místa bydliště, při rozhodování podnikatelských subjektů o umístění investičních záměrů a ovlivňuje i spokojenost obyvatel s životem v obci.<sup>23</sup>

**Tabulka 8: Vybavenost obcí technickou infrastrukturou**

územní jednotka	Vodovod	Kanalizace (ČOV)	Plyn	Železniční stanice	Autobusová zastávka
Bořetice	✓	✗	✓	✓	✓
Kobylí	✓	✗	✓	✓	✓
Němčičky	✓	✓	✗	✗	✓
Velké Pavlovice	✓	✓	✓	✓	✓
Vrbice	✓	✓	✓	✗	✓

Zdroj: Český statistický úřad. *Městská a obecní statistika* [online]. [vid. 2012-02-12]. Dostupné z:

[http://www.czso.cz/lexikon/mos\\_vdb.nsf/okresy/CZ0624/](http://www.czso.cz/lexikon/mos_vdb.nsf/okresy/CZ0624/)

<sup>23</sup> VAŠÁKOVÁ, K. Strategie rozvoje mikroregionu Benešovska [online]. 2004 [vid. 2012-02-19]. Dostupné z: [benesovnp1.cz/sob/STRATEGIE\\_ROZVOJE\\_MIKROREGIONU.DOC](http://benesovnp1.cz/sob/STRATEGIE_ROZVOJE_MIKROREGIONU.DOC)

### 3.8 Sociální infrastruktura

Důležitou roli ovlivňující kvalitu života v dané oblasti hraje také občanská vybavenost. Mezi nejvýznamnější prvky občanské vybavenosti patří školská, zdravotnická, kulturní, sportovní zařízení a zařízení sociálních služeb. Např. přítomnost školy má pro rozvoj obce nezastupitelný význam především proto, že zvyšuje její atraktivitu pro mladé rodiny. Neméně pak kulturní vyžití v podobě kulturních center, divadel či kinosálů. Dalším významným činitelem při utváření komunity a její integrace je vedle činnosti sportovních oddílů také činnost různých sdružení a spolků (kterých je v mikroregionu opravdu mnoho). Zaměření těchto spolků je různé - od myslivců a rybářů, přes spolky dobrovolných hasičů až k přátelům Country či folklorních skupin.<sup>24</sup>

**Tabulka 9: Sociální infrastruktura v mikroregionu**

		Bořetice	Kobylí	Němčičky	Velké Pavlovice	Vrbice
Kultura	veřejná knihovna	✓	✓	✓	✓	✓
	kino	✗	✓	✗	✓	✗
	muzeum	✗	✓	✗	✗	✗
	Dům dětí a mládeže	✗	✗	✗	✓	✗
	hřbitov	✓	✓	✓	✓	✓
Školství	metežská škola	✓	✓	✓	✓	✓
	základní škola	✓	✓	✓	✓	✓
	střední škola	✗	✗	✗	✓	✗
Sport	koupaliště	✗	✗	✓	✗	✗
	hřiště se správcem	✓	3	2	✗	✓
	tělocvičny	✓	✓	✓	2	✓
Zdravotnictví	lékaře pro dospělé	✓	✓	2	2	✗
	lékař pro děti a dorost	✓	✓	✓	✓	✓
	gynekolog	✗	✗	✓	✓	✗
	stomatolog	✗	✗	✗	2	✗

Zdroj: Český statistický úřad. *Městská a obecní statistika* [online]. [vid. 2012-02-12]. Dostupné z:

[http://www.czso.cz/lexikon/mos\\_vdb.nsf/okresy/CZ0624/](http://www.czso.cz/lexikon/mos_vdb.nsf/okresy/CZ0624/)

<sup>24</sup> VAŠÁKOVÁ, K. Strategie rozvoje mikroregionu Benešovska [online]. 2004 [vid. 2012-02-19]. Dostupné z: [benesovnp1.cz/sob/STRATEGIE\\_ROZVOJE\\_MIKROREGIONU.DOC](http://benesovnp1.cz/sob/STRATEGIE_ROZVOJE_MIKROREGIONU.DOC)

### 3.9 Předešlé projekty realizované na území mikroregionu

Mikroregion Modré Hory zažívá velký rozkvět a v posledních pár letech do něj proudí peníze jak z fondů Evropské unie, tak od soukromých investorů. Následující část je věnována několika projektům, které byly v posledních letech realizovány na území mikroregionu.

#### Velké Pavlovice

Název projektu: Kanalizace a ČOV Velké Pavlovice

- Období realizace: 2002 - 2007
- Celkové náklady: 42 281 331 Kč
- Zdroj financování: Státní fond Životního prostředí ČR
- Popis projektu: vybudování a rekonstrukce kanalizace s napojením na čistírnu odpadních vod

Název projektu: Rekonstrukce a modernizace ZŠ Velké Pavlovice

- Období realizace: 2003 – 2005
- Celkové náklady: 20 808 000 Kč
- Zdroj financování: Ministerstvo financí ČR
- Popis projektu: rekonstrukce a modernizace školy a učebních prostor (stěny, podlahy, elektroinstalace, okna dveře, střecha, topení)

Název projektu: Vinařská turistika Velkopavlovické podoblasti

- Období realizace: 2005 - 2006
- Celkové náklady: 1 700 000 Kč
- Zdroj financování: Společný regionální operační program
- Popis projektu: propagační materiály, kulturní a společenské prezentační akce (vinobraní, Otevřené vinné sklepy), výstavy, veletrhy



Název projektu: Za kulturou a folklórem na Velkopavlovicko

- Období realizace: 2007 - 2008
- Celkové náklady: 1 676 000 Kč
- Zdroj financování: Společný regionální operační program
- Popis projektu: propagační materiály a kulturní a společenské prezentační akce

Název projektu: Čistý Jihovýchod – sběrné dvory

- Období realizace: 2008 - 2009
- Celkové výdaje: 12 719 000 Kč
- Zdroj financování: Operační program Životní prostředí
- Popis projektu: na vybudování sběrného dvoru v Pavlovicích bylo vyčleněno dvanáct miliónů korun z celkových realizačních nákladů DSO Čistý Jihovýchod

Název projektu: Rozhlédni se a poznávej

- Období realizace: 2008 - 2009
- Celkové náklady: 313 000 Kč
- Zdroj financování: OP Rozvoj příhraniční spolupráce SR – ČR 2007 - 2013
- Popis projektu: Vybudování nového turistického areálu Nad Zahradami a jeho dominanty, rozhledny Slunečná.

Název projektu: Naučná stezka Velké Pavlovice – Zastavení v kraji vína a meruněk

- Období realizace: 2011 - 2012
- Celkové náklady: 1 218 600 Kč
- Zdroj financování: ROP NUTS II Jihovýchod 2007 – 2013
- Popis projektu: Vybudování nové naučné stezky v okolí Velkých Pavlovic

## Bořetice

Název projektu: Úspory energií v ZŠ Bořetice

- Období realizace: 2008
- Celkové náklady: 5 850 000 Kč
- Zdroj financování: Státní fond životního prostředí ČR
- Popis projektu: úspora energií prostřednictvím výměny oken a zateplení fasád.

## Němčičky

Název projektu: Čistírna odpadních vod Němčičky

- Období realizace: 2002 – 2004
- Celkové náklady: 18 000 000 Kč
- Zdroj financování: Ministerstvo životního prostředí
- Popis projektu: výstavba čistírny odpadních vod pro obec Němčičky

Název projektu: Parkoviště u sportovního areálu Němčičky

- Období realizace: 2007
- Celkové náklady: 2 500 000 Kč
- Zdroj financování: Ministerstvo financí ČR
- Popis projektu: výstavba parkoviště u sportovního areálu v obci Němčičky<sup>25</sup>

Za zmínku jistě dále stojí výstavba **bobové dráhy** v Němčičkách, která probíhala v letech 2008 - 2011 a jedná se o doposud jedinou bobovou dráhu na Jižní Moravě. V obci dále došlo k vybudování nové cyklostezky „Větrák“ (2008/2009), rekonstrukci místní školy (2009), výstavě nových chodníků (2009/2010) a mnoha dalším menším projektům.

Vůbec první rozhledna Modrých Hor byla vystavena v Bořeticích (2006) a pojmenována Kraví hora. V nejvýše položené obci, Vrbici, byla nově vybudována replika větrného mlýna (2008).<sup>26</sup>

---

<sup>25</sup> Pracovní verze žádosti o dotaci

Letos, 15. 8. 2012, dojde ve Velkých Pavlovicích ke slavnostnímu otevření nově budované „vinařské uličky Starohorky“. Jedná se o atypické seskupení patnácti vinných sklepů s naprosto originálním designem situovaných na úpatí Staré Hory. Architektonické provedení je nepřehlédnutelné, ale zároveň nijak nenarušuje ráz okolní krajiny. Předpokládá se, že se ulička stane jednou z dominant města a dalším cílem turistických výletů. Projekt je kompletně financován ze soukromých zdrojů a to jmenovitě firmou Mons Antiquus s.r.o., která již teď plánuje další investice v mikroregionu.

---

<sup>26</sup> webové stránky jednotlivých obcí

## 4 Informační systém Modré Hory

Projekt je koncipován jako ucelený informační portál otevřený pro oboustrannou komunikaci, který vznikl za účelem podpory turistického ruchu s možností rozšíření služeb pro místní obyvatele. Důraz byl hlavně kladen na to, aby výstupem z projektu nebylo pouhé předávání obecných informací. Projekt musel být sestaven na míru pro potřeby místních podnikatelů, ovšem měl-li být tento cíl splněn, byla nutná jejich spolupráce. To především znamená zajištění dostatečného množství neustále aktualizovaných a potřebných informací získávaných přímo od zdroje. Dalším neméně důležitým kritériem úspěchu bylo zajištění nepřetržité přístupnosti k systému a jednoduché orientace v předkládaných informacích.

### 4.1 Cíle projektu

Finální verze žádosti o dotaci uvádí jako hlavní strategický cíl tento: „*Zvýšit návštěvnost turistické oblasti Modré Hory a příjmy z vinařské činnosti nabídkou specifických forem vinařského cestovního ruchu prostřednictvím moderních informačních technologií a systémů*“<sup>27</sup>

Dále jsou rozvedeny i specifické cíle projektu:

- *Zkvalitnit nabídku produktu vinařského cestovního ruchu a organizace jeho řízení*
- *Zkvalitnit a rozvíjet moderní informační služby návštěvníkům a turistům*
- *Zkvalitnit využití turistického potenciálu regionu moderními marketingovými a propagačními přístupy*
- *Aktivně zapojit všechny poskytovatele turistických služeb do nabídkové činnosti*<sup>28</sup>

Samotní realizátoři projektu se po jeho spuštění shodli na tom, že klíčovým faktorem úspěchu, a tudíž i jedním z hlavních cílů, bylo propojení dvou rozdílných světů. Světa vinařů, kteří

---

<sup>27</sup> Pracovní verze žádosti o dotaci

<sup>28</sup> tamtéž

i v dnešní době při provozování svého řemesla dodržují určité tradice a zvyklosti předávané po generace, se světem prostoupeným moderním digitálním prostředím.

Musel vzniknout takový systém, který splní očekávání obou těchto skupin. Nebylo to jednoduché. Systém musel ihned zaujmout a poskytnou přehlednou formou pouze ty informace, které potenciální zákazník hledá. Na druhou stranu vkládání těchto informací a jejich aktualizace musela být přizpůsobena vinařům, z nichž mnozí na nic podobného nebyli zvyklí.

Místní podnikatelské subjekty dostaly možnost prezentovat svůj podnik prostřednictvím nově vznikajícího informačního systému svými slovy. Ovšem kdyby měli všichni volnou ruku, informace na portálu by neměly jednotnou formu a tím by byly nepřehledné. Vývojáři softwaru vyřešili situaci tak, že sestavili šablonu, v jejímž rámci se každý podnikatel prezentoval sám. Dopsal stanovenou délku textu, vložil své fotografie a přidal kontaktní údaje. Tak bylo docíleno individuálního přístupu při zachování jednotné formy.

## 4.2 Financování projektu

Svazku obcí Modré Hory byla koncem roku 2010 přiznána dotace v celkové výši **4 048 550 Kč** na financování projektu s názvem: „**Turistický produkt Modré Hory**“. Tyto peníze pocházely z Regionálního operačního programu NUTS II Jihovýchod.<sup>29</sup>

V rámci druhé prioritní osy a hlavní oblasti podpory 2.2, byla na dvacátém čtvrtém zasedání Výboru Regionální rady vyhlášena výzva k předkládání projektů. V dané výzvě byl stanoven její hlavní cíl, pro koho je určena, způsob a výše financování, kritéria pro získání nevratné přímé pomoci a náležitosti, které musí každá žádost obsahovat. K vyhlášení došlo 30. března 2010 a datum ukončení příjmu žádostí bylo stanoveno na 31. května 2010, takže na vypracování žádosti byly žadatelům poskytnuty pouhé dva měsíce.

---

<sup>29</sup> *Seznam příjemců podpory u fondů EU – ROP Jihovýchod* [online]. [vid 2011-11-16]. Dostupný z: <http://www.jihovychod.cz/pro-prijemce/seznam-prijemcu>

Představitelé Modrých Hor chtěli této možnosti využít, ale ne v tak velkém měřítku, v jakém byly prostředky nakonec čerpány. Obrátili se na profesionální zpracovatelskou agenturu Aspira Invest s.r.o., od které požadovali vypracování žádosti o dotaci na předměty propagující jejich oblast. Mělo se jednat o letáky, brožury, turistické mapy, drobné dárkové předměty a několik větších venkovních map podél turistických cest.

Ačkoliv Aspira Invest přišla s originálním nápadem turistických kiosků, jednalo se ovšem pouze o vizi, neboť v té době nebyl k dispozici odpovídající software. Po konzultaci s odborníky na informační technologie bylo zjištěno, že požadovaný software bude možno v krátkém časovém úseku vyvinout. V průběhu daných dvou měsíců byla vypracována a podána žádost o dotaci, kterou následně Výbor regionální rady schválil. Žádost prošla bez větších obtíží, neboť projekt:

- Svým zaměřením na odstranění slabých stránek v oblasti služeb cestovního ruchu naplňuje hlavní cíl ROP NUTS II Jihovýchod.
- Plně koresponduje se specifickým zaměřením prioritní osy 2 ROP NUTS II Jihovýchod a přispívá k naplnění hlavního cíle Oblasti podpory 2.2 ROP NUTS II Jihovýchod.
- Je plně v souladu s Programem rozvoje cestovního ruchu Jihomoravského kraje pro rok 2007 – 2013, a to konkrétně s Prioritou 2.
- Podporou vinařského cestovního ruchu dále přispívá ke zvýšení podílu ekologicky šetrných forem cestovního ruchu na Jižní Moravě.

#### **4.2.1 Rozpočet**

Po pečlivém propočtu veškerých nákladů, které obsahovaly především výdaje na lidské zdroje, projektovou dokumentaci, hardware, software, patenty, licence stroje a zařízení, dostáváme se k celkové částce **4 763 000 Kč**. Tuto částku lze rozdělit na celkové způsobilé investiční výdaje (2 754 000 Kč) a celkové způsobilé neinvestiční výdaje (2 009 000 Kč).

Vlastní podíl žadatele na těchto nákladech tvoří pouhých sedm a půl procenta, tedy **357 225 Kč**. DSO Modré Hory byl schopen částku uhradit z vlastních zdrojů bez potřeby

bankovního úvěru, či jiné formy zadlužení. Zbylá částka (92,5 %) byla získána formou dotace:

- |                               |              |       |
|-------------------------------|--------------|-------|
| ▪ Dotace z fondů EU           | 4 048 550 Kč | 85 %  |
| ▪ Dotace ze Státního rozpočtu | 357 225 Kč   | 7,5 % |

Dotace byla přiznána v **maximální možné míře**. Částka byla vyplacena ve třech splátkách a projekt se tak zařadil mezi další úspěšné projekty v dané oblasti.<sup>30</sup>

### 4.3 Realizace projektu

Po přiznání dotace byla vypsaná veřejná soutěž na dodavatelskou firmu, kterou vyhrála společnost AV Media, a.s. Tato společnost ve spolupráci se svou dceřinou společností GLANCE Media s.r.o. vyvinula a dodala jak software, tak hardware a pokryla tím celou technickou část projektu.

Koncem roku 2010 a začátkem roku následujícího se souběžně pracovalo na vývoji softwaru pro informační kiosky a na vytvoření webových stránek. Bylo také potřeba zvolit ideální lokalitu v každé obci. Při rozmisťování kiosků bylo rozhodujících hned několik faktorů. Nejdůležitější bylo je situovat na co nejvíce frekventovaná místa, aby se co nejvíce lidí pohybovalo v jejich okolí. V neposlední řadě musel být brán ohled i na jejich orientaci vůči dennímu světlu.

Při příležitosti Májového putování po Modrých Horách, v sobotu **21. května 2011**, se s projektem poprvé seznámila široká veřejnost. Médii proběhla marketingová kampaň za účelem zviditelnění produktu a již několik dní po spuštění IS dosahovala návštěvnost vysokých čísel. Dnes, přesně jedenáct měsíců po spuštění, ukazuje čítač více jak devatenáct tisíc návštěv každý měsíc a toto číslo stále roste.<sup>31</sup>

---

<sup>30</sup> Pracovní verze žádosti o dotaci

<sup>31</sup> [www.modrehory.cz](http://www.modrehory.cz)

## 4.4 Struktura systému

Jedná se o unikátní projekt, který je prvním svého typu v České republice. Oproti ostatním, již dříve fungujícím informačním systémům zaměřeným na turismus, se liší především jedním faktorem. Tím je již dříve zmiňovaná **oboustranná komunikace**. Je zde kladen velký důraz na propojenost s koncovým vinařem, restaurátérem, hoteliérem atd. Touha po informacích slouží jako dostatečný motivační podnět pro poskytovatele služeb. Bude-li informace o svých službách poskytovat, dostane zpětnou vazbu.

V případě, že veškerá relevantní data budou získána, kde a jakým stylem budou prezentována veřejnosti? Jednoduchá odpověď. Tam, kde je všichni potřebují. Mohlo by se zdát, že prezentování na webových stránkách je dostatečné. V tomto případě tomu tak není. Převážná část turistů pohybujících se v oblasti pravděpodobně nebude připojena k internetu a k potřebným informacím se nedostane. K tomuto účelu slouží právě informační panely rozmístěné v jednotlivých obcích v cílové oblasti. Stojany jsou vybaveny dotykovým displejem pro snadné vyhledávání.

Programátoři softwaru museli tedy vyvinout dvě odlišná grafická prostředí. Jedno pro internetový portál a druhé pro informační stojany. Bylo nutné si uvědomit různou prioritu informací dle místa, kde jsou poskytována.

### 4.4.1 Internetový portál

Hlavním cílem nově vzniklých webových stránek je především prezentace služeb a místních atraktivit turistům teprve se chystajícím do oblasti. Jsou koncipovány tak, aby na první pohled zaujaly a jednoduchou formou nasměrovaly zákazníka k návštěvě regionu. Jde tedy nejen o funkci informační, ale hlavně o funkci motivační.

Úvodní stránka není přehlcena informací. Jejím cílem je zaujmout uživatele a nastínit atmosféru Modrých Hor. Dále je potřeba dát potenciálnímu návštěvníkovi důvod, proč oblast navštívit (co je to za oblast, co tam mohu vidět, co tam mohu prožít atd.). Třetím krokem je pomoci uživateli s naplánováním výletu či dovolené. Zvolit vhodný způsob dopravy (jízdní



řády, dopravní omezení, cyklostezky atd.), poradit mu, co si vzít sebou (od předpovědi lokálního počasí po sportovní a kulturní vyžití), kde bude spát, kde jíst (systém rezervací), jak je zajištěna zdravotní péče (kontakty na místní lékaře) a další užitečné informace pro turisty. V neposlední řadě nabízí internetový portál interakci s lidmi, kteří mají s danou oblastí osobní zkušenost a chtějí se o ni podělit. V otevřené diskusi lze vyhledat reference ostatních návštěvníků.

Poskytované informace jsou děleny do devíti hlavních záložek a několika podbodů. Pokud uživatel hledá nějakou konkrétní informaci, snadno se k ní může dostat pomocí vyhledávání v katalogu dle kritérií. Za zmínku stojí i funkce propojeného obsahu. Například pokud si uživatel na stránkách prohlíží program blížící se akce, ihned má v bočním panelu nabídku volného ubytování v daném termínu, možnosti stravování či další aktivity v okolí.

Velmi zajímavým prvkem je interaktivní mapa. Základ tvoří mapy portálu Google.com, do kterých byla přidána nástavba snadného vyhledávání pro zefektivnění plánování a orientace v dané oblasti. Uživatel si na mapě může najednou zobrazit vinné sklepy, restaurace, cyklotrasy, body zájmu a mnoho dalšího, anebo si konkrétně vyfiltrovat jen to, co ho zajímá.

#### **4.4.2 Interaktivní informační stojany**

Kiosky jsou primárně určeny pro lidi již se v oblasti pohybující. Od toho se odvíjí i způsob předávání informací. Prioritou již není motivovat potenciálního turistu k návštěvě regionu. Prioritou se stává snadné vyhledávání aktuálních informací a jejich předání co nejjednodušší formou uživateli. Globální informace zůstanou samozřejmě stejné, liší se pouze jejich uspořádání.

Zde je kladen velký důraz na tzv. **on-line informace**, které si provozovatelé aktualizují sami. Jedná se o skvělý nástroj operativního plánování. Představte si turistu, který stojí u informačního stojanu a hledá pro sebe ubytování. V té chvíli ho asi nebude zajímat informace, že v dané oblasti je 8 poskytovatelů ubytování, ale spíše, kteří z nich mají volné kapacity. Zde se projeví ona zmiňovaná oboustranná komunikace. Provozovateli penzionu stačí odeslat textovou zprávu ze svého mobilního telefonu v určitém formátu s počtem

volných lůžek. V tu chvíli se informace aktualizují a turista má k dispozici potřebná data v reálném čase. To samé platí i pro majitele vinných sklepů, kteří obvykle nemají stálou otevírací dobu. Vinař pouze odešle textovou zprávu a turista ihned ví, kde může nakoupit víno, aniž by musel všechny vinaře v okolí obvolávat. Snahou bylo co nejméně zatížit poskytovatele při poskytování informací. Samozřejmě pro obsáhlejší sdělení bude nutné využít internet.

Informační panely obsahují i množství **off-line informací**, které se aktualizují podstatně méně často, většinou v pravidelných intervalech dle požadavků provozovatele. Sem patří představení vinařské oblasti, její historie, místních odrůd vín a další zajímavosti z oblasti jako např. historie pěstování meruněk. Mezi další zajímavé informace patří i otevírací doby obchodů, čerpacích stanic a lékáren včetně map s jejich umístěním.

Do systému jsou vkládány informace i z radnic a obecních úřadů jednotlivých obcí. Ty jsou převážně využívány místními obyvateli. Jedná se především o důležité kontakty na jednotlivé místní úřady, obecní vyhlášky, odstávky vody či kulturní a sportovní akce.

## 4.5 Technické parametry

Pro realizaci projektu byl vybrán kovový box s LCD monitorem s dotekovou vrstvou umožňující přístup k zobrazovaným informacím.

Materiál pro jeho výrobu je plech tloušťky jeden a půl milimetru, chráněný pozinkováním a vrchní práškovou barvou. Z několika navrhovaných stylů venkovního polepu byl zvolen ten, který nejlépe charakterizoval myšlenku Modrých Hor a nerušil příliš okolí.

Pro snadný přístup k vnitřním zařízením z důvodu údržby a servisu je stojan v dolní polovině vybaven předními dveřmi, které jsou opatřeny bezpečnostním zámkem. Samotný kiosek je pak spodní částí ukotven k zemi. Součástí je i plastová střeška, která chrání uživatele i samotný kiosek před přímým působením povětrnostních vlivů.



**Obrázek 6: Informační kiosek**

*Zdroj: Příloha žádosti o dotaci*

Zobrazovací část tvoří LCD monitor orientovaný na výšku s úhlopříčkou dvacet čtyři palců, což je v přepočtu vzdálenost necelých šedesáti jedněch centimetrů z levého horního rohu obrazovky do pravého dolního. Monitory jsou charakterizovány jako vysokojasové, tedy umožňující čitelnost za denního světla. Při umístování kiosků byla přesto věnována pozornost orientaci vůči světovým stranám tak, aby na monitor nedopadalo přímé sluneční světlo.

Komunikaci s uživatelem zprostředkuje integrovaný dotekový senzor reagující na dotek prstu. Senzor je chráněn speciálním ochranným sklem, které by nemělo být možno poškrábat či jinak poškodit.

Ve spodní části modulu se nachází prostor pro počítač řídicí zobrazení, datový *switch*<sup>32</sup> a *watchdog*<sup>33</sup> pro monitoring funkčnosti zobrazovacího systému.

Nutnou podmínkou při výrobě stojanu bylo zajištění celoročního provozu uvnitř vestavěných zařízení (monitory, PC a další). Modul je proto vybaven ventilačním systémem sestávajícím se z ventilátorů a topné jednotky. Optimální vnitřní teplotu řídí instalovaný termostat a hydrostat ve spojení s topením a klimatizační jednotkou.<sup>34</sup>

## 4.6 Konkurenční výhoda projektu

Při úvahách o konkurenčním prostředí vinařství a vinařského cestovního ruchu se vycházelo z myšlenky, že hlavním konkurentem jihomoravských vinařských podoblastí nejsou oblasti Dolních Rakous, západního a jižního Slovenska, ale především si konkurují všechny vinařské obce Jižní Moravy, respektive jednotliví vinaři, mezi sebou navzájem. Pro boj proti vnitřní konkurenci existuje pouze jediný nástroj, a to **spolupráce**.

Základní filozofií projektu je propojení doposud nesourodé nabídky služeb vinařského cestovního ruchu do komplexního produktu s možností dalšího rozšíření. Zatímco dosavadní aktivity na tomto poli byly soustředěny více méně na statickou prezentaci jednotlivých vinařů a jejich produktů, tento projekt přináší flexibilní propojení jednotlivých prvků nabídky vinařského cestovního ruchu prostřednictvím moderních informačních technologií. Projekt totiž cílí na individuální, hlavně domácí návštěvníky, kteří předem příliš neplánují a rozhodují se na poslední chvíli. Čerstvě spuštěný systém jim umožní sestavit si vlastní program v reálném čase, těsně před návštěvou destinace nebo dokonce v jejím průběhu.

Aplikace geografického informačního systému provázaného s webovým portálem a informačními kiosky plus to, že daný produkt není v této podobě na českém trhu vinařského

---

<sup>32</sup> Síťový prvek propojující jednotlivé segmenty sítě. Obsahuje porty, na něž se připojují další síťová zařízení.

<sup>33</sup> Sleduje, zda zařízení správně komunikuje a resetuje systém při jeho zaseknutí vinou chyby softwaru

<sup>34</sup> Analýza informačního systému zpracována dodavatelskou firmou AV MEDIA

cestovního ruchu doposud nabízen, je nejvýznamnější konkurenční výhodou daného projektu.<sup>35</sup>

---

<sup>35</sup> Studie proveditelnosti – finanční a ekonomické hodnocení projektu

## 5 Dopad projektu informačních kiosků na podnikatelské subjekty v mikroregionu

Již dříve definovaným cílem této diplomové práce je snaha dokázat, že vytvoření nového moderního webového portálu a rozmístění informačních kiosků ve všech pěti obcích mikroregionu, má pozitivní vliv na rozvoj cestovního ruchu v dané oblasti. Data potřebná pro prokázání tohoto tvrzení byla získávána prostřednictvím dotazníkového šetření, které probíhalo v první polovině měsíce března roku dva tisíce dvanáct.

Při šetření bylo osloveno celkem **138 vinařů, majitelů restaurací a poskytovatelů ubytování**. Ostatní podnikatelské subjekty v mikroregionu nebyly do šetření zahrnuty, neboť pouze tyto tři skupiny se prezentují v nově vzniklém informačním systému a také jako jediní jsou přímo ovlivněni intenzitou cestovního ruchu. Celkem odpovědělo čtyřicet respondentů, tedy necelých třicet procent z nich.

### 5.1 Míra propagace před zavedením nového IS

*Propagovali jste svůj podnik na internetu ještě před zavedením serveru [www.modrehory.cz](http://www.modrehory.cz)?*

Respondenti měli na výběr ze čtyř možných odpovědí:

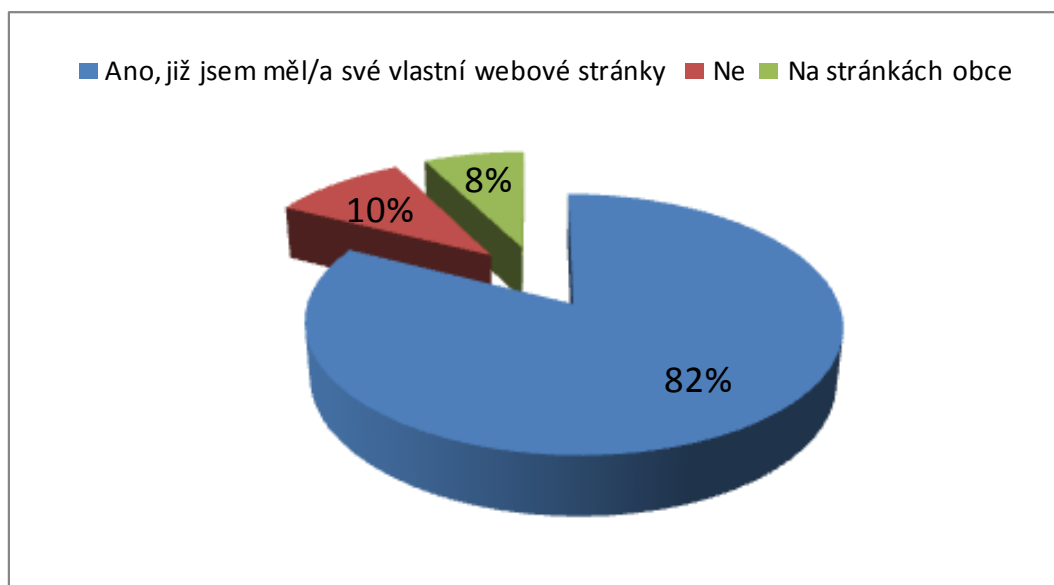
- Ano, již jsem měl/a své vlastní webové stránky
- Ano, na stránkách své obce
- Ne
- Jiné (zde měli respondenti možnost napsat odpověď svými slovy)

První otázka byla koncipována tak, aby zjistila, do jaké míry se jednotliví podnikatelé prezentovali před spuštěním nového IS do provozu. Výsledek nebyl nijak překvapující, neboť v dnešní moderní době je sebe prezentace na internetu nutnou podmínkou zviditelnění se.

**82 %** dotazovaných respondentů na otázku odpovědělo kladně, tedy že již dříve měli své webové stránky, na kterých nabízeli své služby veřejnosti. Jedná se převážně o skromné,

přesto graficky velmi povedené stránky, jejichž prostřednictvím se podnikatelé představí, poskytnou na sebe kontakt a nabídnou své služby či výrobky potencionálním zájemcům.

**8 %** respondentů se před spuštěním serveru propagovalo pouze na webových stránkách své obce. Každá z nich podporuje své podnikatele tak, že na oficiálních stránkách obce na ně uvádí kontakt. Například na jednoho konkrétního vinaře můžete tedy současně najít kontakt na jeho webových stránkách, na stránkách obce, ve které působí a nově i na serveru Modrých Hor.



**Obrázek 7: Propagovali jste svůj podnik na internetu ještě před zavedením serveru [www.modrehory.cz](http://www.modrehory.cz)?**

*Zdroj: vlastní*

Na **10 %** respondentů nebylo možno na internetu najít jakýkoliv kontakt před jejich zařazením do databáze IS Modrých Hor. Pro ty je tento projekt největším přínosem, neboť pro ně znamená bezplatnou online reklamu na velmi frekventovaných stránkách cílených na vinařskou turistiku.

## 5.2 Vkládání dat na server

*Jak obtížné pro Vás bylo vkládat informace o Vašem podniku na stránky [www.modrehory.cz](http://www.modrehory.cz)?* Tato otázka byla otevřená a respondenti měli možnost vyjádřit svůj názor.

Druhá otázka byla zaměřena na to, aby zjistila, jak obtížné bylo pro jednotlivé podnikatele vkládat informace o sobě do systému. Jak již bylo zmíněno, byla vytvořena univerzální šablona, kvůli zachování přehlednosti mezi takovým množstvím dat. Aby se do projektu zapojilo co nejvíce subjektů a nebyli vytlačeni starší podnikatelé důsledkem nedostatečné počítačové gramotnosti, téměř celou databázi sestavil tajemník DSO Modré Hory, Ing. Přemysl Pálka.

Snahou bylo subjekty co nejméně zatěžovat, proto Ing. Pálka velké množství dat stáhl z databáze obcí, které jsou pravidelně aktualizovány, z osobních stránek jednotlivých podnikatelů, či je našel na jiných dostupných portálech. Poté se s každým zvlášť spojil, ať již telefonicky, osobně či elektronicky a podrobně s nimi probral jakékoliv nápady, či připomínky. Požadavků na změny nebylo mnoho, a pokud ano, tak se týkaly dopsání určitých informací nebo přidání nových fotografií.

Tomu, že to byl od vedení Modrých Hor správný krok, nasvědčují jak vysoká čísla zapojení do projektu, tak hlavně kladné reakce v dotazníkovém šetření. Ani jeden z respondentů se neseťkal s žádnými obtížemi při vkládání dat. Dále uvádím několik příkladů odpovědí:

- *Obtížné to nebylo, protože informace o podniku nám vkládal dle našeho přání p. Pálka a jakoukoliv změnu upravil do 24 hodin.*
- *Nebylo to obtížné, administrátor webu si vše stáhl z našich stránek. My nevkládali nic. Pouze jsme mu zaslali pár úprav textu.*
- *Jsem již padesátník a ne zase až tak zběhlý v počítačích, proto jsem velmi rád, že se o vše postaral pan Pálka.*
- *Vše bez problému, pouze jsme předali informace o vinařství zástupci Modrých Hor.*
- *Absolutně bez potíží, výborné; Udělali to za nás, velké díky atd.*



Podnikatelé mají možnost kdykoliv pana Pálku kontaktovat a provádět jakékoliv změny svých údajů prezentovaných informačním systémem a udržovat tak stále aktuálnost informací. Poskytovatelé ubytování jsou schopni sami prostřednictvím speciálního tvaru sms sdělovat počet volných lůžek a vinaři upravovat, zda mají sklep aktuálně otevřen veřejnosti či nikoliv.

### 5.3 Vliv projektu na nárůst návštěvnosti

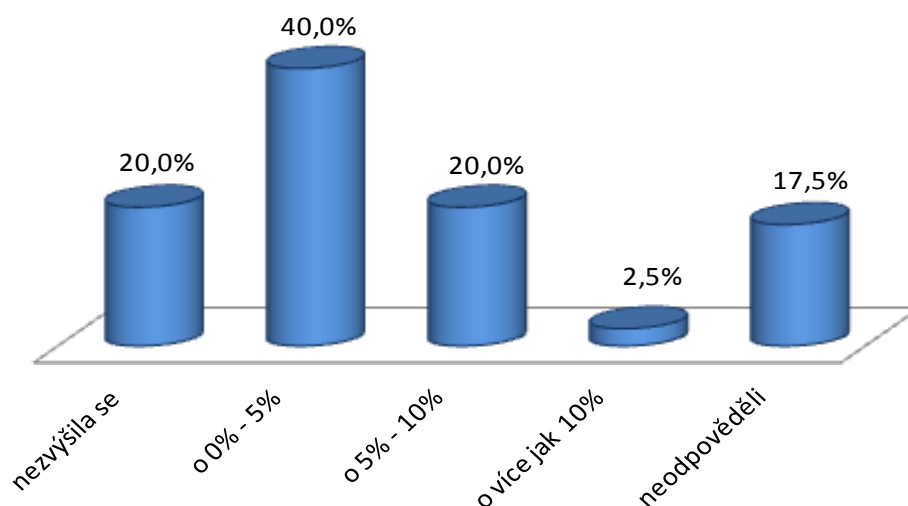
*O kolik si myslíte, že se Vám zvýšila návštěvnost vlivem zavedení informačních kiosků a nových webových stránek?* Otázka byla uzavřená a respondenti měli na výběr z pěti odpovědí:

- o 0% - 5%
- o 5% - 10%
- o více jak 10%
- návštěvnost se nezvýšila
- jiné (zde měli respondenti možnost odpovědět svými slovy)

Důležitým faktorem pro hodnocení kladného dopadu projektu informačních kiosků na podnikatelské subjekty v mikroregionu se v budoucnu stane míra růstu návštěvnosti, kterou nový IS vyvolá. Ovšem nyní je příliš brzy na hodnocení tohoto faktoru, neboť projekt není v provozu ani rok. Zatím nejsou k dispozici potřebná data a nelze porovnávat časové řady za různá období. Navzdory tomu jsem se v dotazníkovém šetření pokusil zjistit, zda již za tak krátkou dobu mohly kiosky vyvolat nárůst návštěvnosti regionu.

Respondenti měli odpovědět na otázku, o kolik si myslí, že se jim zvýšila návštěvnost vlivem zavedení informačních kiosků a nových webových stránek. Byli ovšem tázáni pouze na jejich subjektivní názor, protože ani oni sami nemohou znát přesná čísla. Porovnání bude možno provést až s odstupem několika let, kdy bude na křivce růstu návštěvnosti od léta 2011 znatelný nárůst (nebo alespoň to se předpokládá).

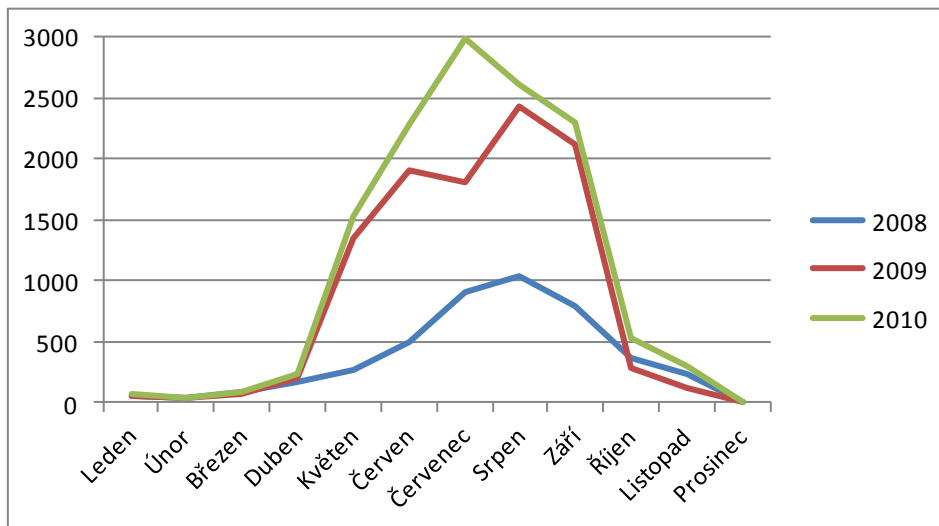
Autoři Studie proveditelnosti projektu mimo jiné uvádí, že: „*Modernizovaný webový portál Modré Hory a jeho propojení s informačním a navigačním systémem s online informacemi o turistických službách v mikroregionu jasně generuje předpoklad zvýšení zájmu návštěvníků minimálně o 5 % proti roku 2010.*“ Jak je vidět z grafu, tak místní obyvatelé jsou toho názoru, že prozatím byl vyvolán nárůst návštěvnosti spíše do 5 % oproti minulému roku. Jedná se ale pouze o subjektivní názor respondentů.



**Obrázek 8: O kolik si myslíte, že se Vám zvýšila návštěvnost vlivem zavedení informačních kiosků a nových webových stránek?**

*Zdroj: vlastní*

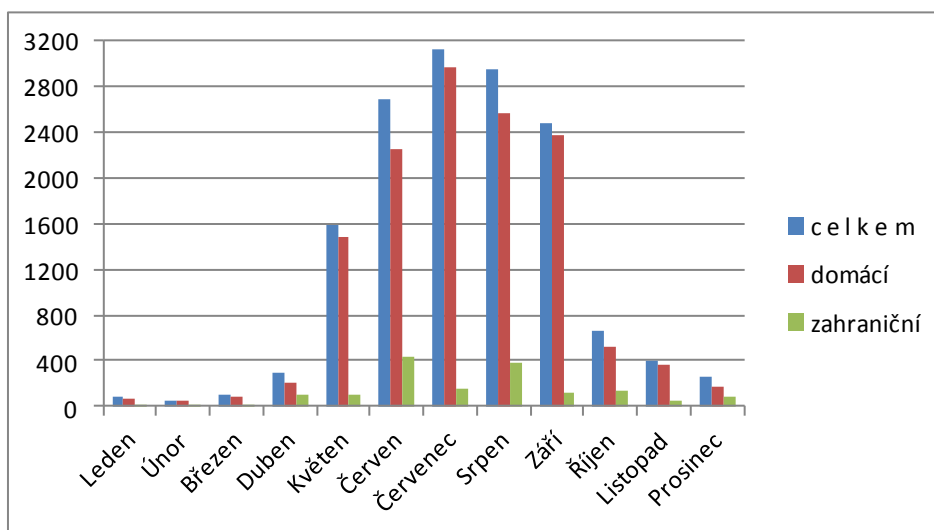
Dalším důležitým faktorem, který je třeba v této souvislosti uvést je to, že jižní Morava je nejnavštěvovanější v letních měsících, takže se očekává, že počet turistů v oblasti se v několika následujících měsících výrazně rozšíří. Důkazem podporujícím toto tvrzení je i statistika vedená Turistickým informačním centrem ve Velkých Pavlovicích (dále jen TIC). To monitoruje počet turistů, kteří ho v průběhu roku navštíví. Jak je vidět z dalšího grafu, tak nejvytíženějšími měsíci jsou červen, červenec, srpen a září. Graf je i důkazem toho, že Velké Pavlovice jsou stále více vyhledávanou destinací, neboť časová řada vykazuje trvalý meziroční růst.



**Obrázek 9: Návštěvnost TIC ve Velkých Pavlovicích**

*Zdroj: Turistické informační centrum Velké Pavlovice*

Na dalším grafu je blíže znázorněna návštěvnost TIC v roce 2011, neboť právě v květnu tohoto roku byl spuštěn nový IS Modrých Hor. Modrá barva představuje celkový počet turistů v daném měsíci, červená barva turisty z ČR a zelená turisty zahraniční.



**Obrázek 10: Návštěvnost TIC v průběhu roku 2011**

*Zdroj: Turistické informační centrum Velké Pavlovice*

V červenci téhož roku pak počet turistů, kteří využili služeb TIC, stoupl na rekordních 3 125 za měsíc a na konci roku se toto číslo vyšplhalo až na 14 669 za rok. Je důležité si uvědomit, že v dané oblasti se pravděpodobně pohybovalo mnohem více turistů, neboť ne všichni využili služeb TIC a nebyli tak do průzkumu zahrnuti.

## 5.4 Názory podnikatelských subjektů na nový IS

*Jaký je Váš osobní názor na nové informační kiosky?* Otázka byla otevřená a respondenti mohli odpovídat svými slovy.

Cílem další otázky bylo zjistit názor místních podnikatelů na nově vzniklý prostředek ke komunikaci s turisty. Je velmi důležité, aby právě oni měli k dané věci kladný postoj, neboť na jejich přístupu to celé stojí. Oni musí poskytovat neustále aktuální informace a tím odlišit systém od ostatních na trhu.

Jak vyplývá z dotazníkového šetření, převážná část respondentů považuje projekt za přínos s velkým potenciálem. Kladných ohlasů bylo opravdu mnoho, ale v některých z nich se až příliš často vyskytoval budoucí čas: „*Je to skvělý nápad, určitě budou velkým přínosem, ale bude chvíli trvat, než se je turisté naučí plně využívat.*“ Mezi odpověďmi se také několikrát vyskytla obava ohledně vandalismu, který podle nich není v ČR dostatečně postihován: „*Nechtěla bych být skeptická, ale všude jsou vandalové, kterým není nic svaté, a bojím se, že budou informační kiosky dříve poškozeny, posprejovány, či jinak znehodnoceny, než budou plně využity návštěvníky naší krásné Moravy.*“

Dále je uvedeno několik zajímavých názorů od respondentů na otázku, jaký je jejich osobní názor na nové informační kiosky. Zda, jsou přínosem pro region, či se jedná pouze o vyhozené peníze.

- *Peníze, investované na informovanost turistů, jsou v současné době, kdy je nový trend spojit cykloturistiku s návštěvou kulturních památek, ochutnávkou velmi kvalitních vín a specialit z jižní Moravy přímo od vinařů ve specifické atmosféře jižní Moravy, určitě velmi dobře investované peníze. Dá se říci, že původně zemědělská oblast se tímto změnila také v oblast turistickou, což přispělo nemalou měrou k jejímu rozvoji.*
- *Mají pozitivní efekt v tom smyslu, že dokážou poskytnout jak aktuální, tak souhrnné informace o Modrých Horách na mnoha místech a tím dávají šanci i podnikatelům, kteří více jiné reklamy nevyužívají.*
- *Kiosky mohou být přínosem, až se tzv. zažijí. Sama osobně si myslím, že návštěvnost může ovlivnit každý vinař, majitel penzionu či restaurace hlavně sám svým přístupem. Stále*

*mnohé návštěvníky překvapuje vstřícnost a ochota místních lidí, kteří pozvou kolemjdoucího nebo cyklisty jen tak na skleničku vína se slovy, že jeden pohárek se přece neplatí. To je ale něco, co po internetu nesdělíme.*

- *Jsou přínosem především pro mladší generaci, která se nerada dotazuje, ale raději „brouzdá“ po internetu.*

Pro zachování objektivity je třeba dodat, že mezi odpověďmi se objevili i dva negativní názory. **Jeden** z respondentů na otázku odpověděl slovy: „*To vše ukáže až čas, ale mám k tomu spíše pesimistický postoj*“. Je pravda, že je příliš brzy na podrobné hodnocení dopadu daného projektu, ale návštěvnost internetových stránek naznačuje vzrůstající zájem o mikroregion. Jelikož jednotliví podnikatelé nemají zapojením do projektu co ztratit, ale jediné získat, nevidím důvod, k zaujmutí negativního postoje. **Druhý**, negativně reagující respondent, napsal toto: „*Jsou zbytečné. Všechno, co bylo mimo dotaci, jsou vyhozené peníze. Ani já, když přijedu do jiného regionu, je nevyhledávám, hledám si informace na stránkách obce či města*.“ Nelze určit, jaké důvody ho vedly k zaujmutí tak negativního postoje vůči nově vzniklému IS, ale reakce, že ani on sám je nevyhledává, naznačuje, že jde spíše o neinformovanost, neboť je nemůže vyhledávat, když v žádném jiném městě či obci v ČR obdobný systém prozatím neexistuje.

Přestože se mezi odpověďmi objevily i negativní názory, naprostá většina respondentů považuje nové informační kiosky za dobrý nápad, jak v několika dalších letech zatraktivnit jejich mikroregion pro nově se rozvíjející skupinu cykloturistů a milovníků vín.

## **5.5 Návrhy na změnu systému**

*Co byste změnili na nových webových stránkách, nebo na informačních kioscích, pokud byste mohli?* Otázka byla otevřená a respondenti mohli odpovědět svými slovy.

Poslední otázka byla koncipována tak, aby napomohla provozovatelům softwaru při stále probíhajících úpravách systému pro větší spokojenost jak uživatelů, tak poskytovatelů informací. **Reakce respondentů** byly v nadpoloviční většině **kladné**, tedy že jsou s dosavadním systémem spokojeni a nemají potřebu cokoliv měnit. Z hlediska výzkumu byly

ovšem mnohem zajímavější odpovědi podnikatelů, kteří měli nějaké připomínky či postřehy k případným změnám.

Bohužel někteří respondenti byli ve svých názorech až příliš všeobecní a nekonkrétní. Na otázku „*Co byste změnili na nových webových stránkách, nebo na informačních kioscích, pokud byste mohli?*“, nelze „jiný vzhled“, nebo „více informací“ považovat za dostatečnou odpověď pro vyvolání nějaké změny. Jak změnit vzhled, či jaké informace přidat v odpovědi již nebylo obsaženo. Naštěstí další názory byly více specifické.

Nejčastěji se opakujícím návrhem na změnu byl požadavek **snadnějšího ovládní**. „*Uživatelské rozhraní by se mělo více přizpůsobit laikům, neboť podle mnohých není až zas tak nejjednodušší a někteří starší turisté s ním mají problém.*“ Je pochopitelné, že pro starší generace může práce s dotykovým displejem a moderním informačním systémem představovat jisté obtíže, ovšem systém byl navržen tak, aby **webové stránky** poskytovaly určitou úroveň komfortu. Tím je myšlena interaktivní mapa s možností filtrů, vyhledávání v katalogu podle kritérií, sdílení obsahu či propojení s dalšími portály (např. IDOS.cz). Tyto funkce nejsou ničím novým a na stránkách podobného typu jsou běžně využívány. Zde by tedy neměl být problém. Feedback od turistů se týká výhradně **informačních kiosků**, které jsou něčím novým a zatím neokoukaným. Zde vývojáři postupovali malinko jinak. Displej není zahlcen tolika informacemi a přemírou odkazů. Z důvodů zachování přehlednosti je vše řazeno do několika hlavních bodů a následně jednotlivých kategorií. Cílem vývojářů bylo práci se stojany co nejvíce zjednodušit a přispět tím k jejich využívání i staršími generacemi. Dotazníkové šetření naznačuje, že ne zcela se jim to podařilo. Otázkou ovšem zůstává, zda zjednodušené ovládní na úkor úbytku informací neodradí větší počet mladších uživatelů, než přiláká starších.

Velmi zajímavým postřehem byl názor jednoho vinaře, který napsal: „*Všichni by měli **dodržovat systém zavřeno – otevřeno**, aby byl aktuální přehled, kdo má otevřeno. Ne se přihlásit a mít otevřeno dva měsíce v kuse. Mám na mysli skutečnou dobu připravenosti pro hosty.*“ Toto je velmi důležitá připomínka, neboť jak již bylo několikrát výše zmíněno, dostupnost online informací je velmi důležitou konkurenční výhodou systému. Pokud turisté opakovaně zjistí, že slibované online informace jsou mylné, ztratí pro ně význam kiosky používat a uškodí to těm, kteří informace pravidelně vkládají. Respondent požadoval, aby se

s tímto problémem vypořádal správce systému, ovšem pro něj je naprosto nereálné kontrolovat cca 138 podnikatelských subjektů, zda mají opravdu otevřeno, když to prostřednictvím systému tvrdí.

Někteří respondenti také požadovali **větší propagaci** nově vzniklého IS za účelem zviditelnění regionu. Z celkových nákladů bylo realizátory projektu vyčleněno a investováno 9,66 % do mediální propagace, tisku propagačních tematických brožur a výrobě DVD Modré Hory, které propaguje oblast na různých vinařských veletrzích. Podle názoru jednoho vinaře není potřeba investovat více do reklamy, ale spíše lépe informovat turisty v informačních centrech, jak vše funguje, kde kiosky najdou atd.

Ohledně přidání více informací do systému, byli dva vinaři konkrétnější. **První** z nich napsal: *„Já osobně bych uvítal více informací a fotografií z dávné minulosti, aby se lidé dozvěděli, jak byla vinná réva obdělávána našimi předky, jak probíhala výroba vín ve starých sklepích, použité technologie bez nových chemických stabilizátorů apod. Myslím, že by to návštěvníky regionu zajímalo. Dobových fotografií má spousta lidí schovaných určitě dost.“* Na webových stránkách Modrých Hor je pro zájemce stručný popis celé historie vinařství na jižní Moravě. Informace by případně bylo možno doplnit o dobové fotografie, ale podrobné historické popisy by zahltily stávající stručný historický výpis. Pokud některé turisty zajímají dobové postupy výroby vína, či prohlídka historických nástrojů, není problém, si nad sklenkou vína vše vyslechnout od místních vinařů, kteří jsou s prací svých předků velmi dobře seznámeni. **Druhý** vinař by systém rád využíval k šíření informací klimaticko - meteorologického charakteru mezi vinaři v regionu kvůli správnému nasazení postřiků, zahájení sklizně a podobně. Vývojáři softwaru sice jednali před spuštěním systému pro veřejnost o těchto službách s největším dodavatelem meteorologických služeb ve Střední a Východní Evropě, společností Meteopress, ale nakonec ze spolupráce sešlo. Meteopress měla dodávat předpovědi počasí pro každou jednotlivou obec na tři dny ve tří hodinových intervalech. Pro webový portál měla vyvinout zvláštní aplikaci se zobrazením jednotlivých vrstev počasí (srážky, teploty, oblačnost, větrnost) a pro návštěvníky kiosků detailní předpověď na tři dny ve formě jednoduchých ikon a grafů, která mu měla pomoci při plánování aktivit v místě pobytu. Ze spolupráce nakonec sešlo z finančních důvodů, neboť cena za poskytování těchto služeb byla příliš vysoká. Službu by bylo možno získat za předpokladu pravidelných

finančních příspěvků jednotlivých vinařů, ovšem při dnešním množství zdarma dostupných meteorologických portálů není tato možnost pravděpodobná.

Změna, která má velkou šanci na to být realizována, je návrh dvou respondentů, kteří předložili **novou lokalitu na umístění kiosku**. Jeho instalace v turistickém areálu Nad Zahradami u rozhledny Slunečná, kde podle nich projde největší počet turistů, by měla oslovit mnohem větší počet uživatelů, než na dosavadních lokalitách. Nyní je na místních obyvatelích, aby oni rozhodli o nejlepších místech pro případné nově instalované kiosky, neboť oni svůj region znají nejlépe a vědí, kde bude mít na turisty největší vliv.

Pro někoho drobná estetická změna, ovšem pro obyvatelé jižní Moravy podstatná věc. Jde o nazývání vinných sklepů. V Čechách si spíše používá označení vinný **sklípek**, nežli **sklep**, kdežto na Moravě zásadně vinný sklep. Jeden z oslovených vinařů je pohoršen, jak někteří kolegové použili při prezentaci svého podnikání slovo sklípek. To je další z věcí, s kterou bohužel správce sítě bez povolení jednotlivých vinařů nemůže nic udělat.

A opět pro zachování objektivity je zde uveden názor dvou nespokojených respondentů, kteří ke kioskům očividně zaujali **negativní postoj** hned od začátku. Tito dva v sekci návrhů na změnu uvedli, že by dané informační stojany rovnou zrušili.

Jelikož se blíží konec první sezóny fungování nového IS, je ten nejvyšší čas zabývat se případnými připomínkami na změnu, aby v sezóně druhé byli turisté ještě více spokojeni s touto službou a místní podnikatelské subjekty zaznamenaly ještě vyšší zisky.



## Závěr

Předkládaná diplomová práce se zaměřuje na malý, přesto dynamicky se rozvíjející mikroregion v nejnižnějším cípu Moravy, který se snaží nejednotnost nabídky vinařského cestovního ruchu řešit adaptací vlastního informačního systému a sjednocením své nabídky. Autor práce si jakožto svůj hlavní cíl zvolil: **„Zhodnotit kladný dopad projektu informačních kiosků na rozvoj cestovního ruchu v mikroregionu Modré Hory“**

První kapitola daný cíl dále popisuje a rozděluje na tři hypotézy, jejichž potvrzením (či vyvrácením) dojde k potvrzení cíle jako takového. Zvolenou metodou pro získání potřebných dat bylo dotazníkové šetření, jehož prostřednictvím bylo elektronickou podobou osloveno 138 podnikatelských subjektů, které se prezentují na nově vzniklém webovém portálu Modrých Hor. Vyhodnocení tohoto šetření je věnována pátá kapitola této práce.

V druhé kapitole jsou vymezeny základní pojmy, jejichž znalost je zásadní pro plné porozumění následného textu. Pojmy obsažené v této kapitole byly vybírány s ohledem na téma diplomové práce a jedná se pak především o pojem „mikroregion“, „Regionální operační program NUTS II Jihovýchod“ a „informační kiosek“. Dobrovolný svazek obcí Modré Hory, příklad zdola vzniklého mikroregionu, je jedním ze sedmi set čtrnácti mikroregionů evidovaných v databázi Ústavu územního rozvoje na území ČR. Jeho zástupci využili výzvy z Regionálního operačního programu NUTS II Jihovýchod a po schválení žádosti Výborem regionální rady získali prostředky k financování 92,5 % veškerých nákladů daného projektu. Díky tomu mohly být ve všech pěti obcích rozmístěny informační stojany, které slouží turistům k operativnímu plánování jejich aktivit v oblasti. Tento pojem je zde ale vysvětlen pouze okrajově, neboť podrobné fungování a technické parametry stojanů jsou obsaženy ve čtvrté kapitole. Závěr druhé kapitoly je věnován vinařskému cestovnímu ruchu, který se stal v průběhu devadesátých let minulého století nejdynamičtěji se rozvíjejícím odvětvím turismu v ČR a vysloužil si tak titul samostatného oddílu cestovního ruchu. Postupem let se tento druh turismu neodmyslitelně spojil s cykloturistikou a nyní spolu tvoří jedno z hlavních lákadel pro turisty jižní Moravy.

Třetí kapitola, věnovaná socio-ekonomické analýze daného mikroregionu, podrobně popisuje prostředí, ve kterém byl zkoumaný projekt realizován. Daná oblast má bohatou vinařskou historii, která sahá až do druhého stolení našeho letopočtu, kdy tu římsí legionáři vysadili první vinice. Od té doby se napříč historií objevují písemné zmínky o jakosti zdejší révy. Současní vinaři navázali na odkaz svých předků a vyšlechtili hned několik světoznámých odrůd. Nejen vinařský cestovní ruch, ale i cykloturistika, patří mezi aktivity, které v poslední době přivádí do Modrých Hor nejvíce turistů. Jednotlivé podkapitoly se pak postupně věnují:

- současné skladbě obyvatelstva – Velké Pavlovice, nejlidnatější obec mikroregionu, jako jediné vykazují pozvolný růst obyvatel (ostatní obce vykazují pokles)
- místní situaci na trhu práce – všechny obce vykazují v průběhu roku 2011 vyšší míru nezaměstnanosti než je za stejné sledované období v celé ČR. Výjimkou je obec Kobylí, v níž se po dobu šesti měsíců hodnoty držely pod průměrem ČR. (listopad jen 7,5 %)
- dělení podnikatelských subjektů – v mikroregionu působí 1982 podnikatelských subjektů, z nichž téměř 70 % podniká na základě živnostenského oprávnění. Pokud bychom dělili podnikatelské subjekty podle převažující činnosti, nejvíce jich působí v kategorii: „Obchod, prodej a opravy motorových vozidel a spotřebního zboží a pohostinství“
- využití půdy – oblast Modrých Hor, jakožto i celá jižní Morava, je oblastí zemědělskou. Z celkové katastrální výměry mikroregionu je 54 % orná půda a 15 % vinice.
- Rozsahu technické infrastruktury – vybavenost obcí technickou infrastrukturou je srovnatelná s podobnými obcemi jejich velikosti.
- Sociální infrastruktura – mikroregion je po stránce sociální infrastruktury velmi dobře vybaven. Nechybí školy, zdravotnické a sociální služby ani možnost sportovního vyžití.
- Dříve realizovaným projektům – každá obec mikroregionu už má zkušenosti s dříve realizovanými projekty a mnohé další se teprve chystají. Jejich výčet lze najít v této podkapitole.

Ve čtvrté kapitole je již pozornost obrácena konkrétně k projektu „Turistický produkt Modré Hory“. Popisuje, jak obtížné bylo pro vývojáře systému spojit dva naprosto nesouvisející světy. Svět vinařů, kteří i v dnešní době při provozování svého řemesla dodržují určité tradice a zvyklosti předávané po generace, se světem prostoupeným moderním digitálním prostředím. Nebylo to jednoduché, ale nakonec vznikl systém, který splňuje očekávání dnešní

digitalizované společnosti a přesto je jeho ovládnání pro tradiční vinaře srozumitelné. Tento projekt byl z velké části financován v rámci druhé prioritní osy ROP NUTS II Jihovýchod. Na základě výzvy byla za pouhé dva měsíce vypracována žádost, které byla posléze bez zbytečných průtahů schválena, neboť plně koresponduje jak s hlavním, tak i se specifickými cíli daného regionálního operačního programu. DSO Modré Hory tak musel z vlastního rozpočtu vyčlenit pouhých 7,5 % z celkové ceny projektu. Celá technická část projektu byla pokryta firmou AV Media společně s její dceřinou společností GLANCE Media. Vše probíhalo bez větších obtíží a proto již 21. května 2011 mohl být výsledek prezentován veřejnosti, která nový informační systém přijala velmi kladně a návštěvnost portálu rostla exponenciálně. Celý projekt je rozdělen na dvě části. První část, tvořená internetovým portálem, má za úkol především zaujmout turisty a jednoduchou formou je nasměrovat k návštěvě regionu. Zastává tedy především funkci motivační. Na druhou stranu interaktivní informační stojany jsou primárně určeny turistům, kteří se v dané oblasti již pohybují. Jejich funkce je především informační. Prostřednictvím online informací, nahrávaných podnikatelskými subjekty pravidelně do systému, mají turisté výborný přehled o otevřených sklepech či volných ubytovacích kapacitách. V této kapitole jsou rozepsány i technické parametry stojanů - materiál, rozměry, příslušenství atd.

Pátá kapitola obsahuje vlastní výzkum a tvoří klíčovou část práce, vedoucí k ověření hypotéz o dopadu nového informačního systému na podnikatelské subjekty v mikroregionu. Data, která pomohou odpovědět na otázku, zda tento projekt přispěje velkou měrou k rozvoji cestovního ruchu v oblasti, byla získána prostřednictvím dotazníkového šetření. Bylo osloveno 138 vinařů, hoteliérů a restaurátérů, z nichž odpovědělo necelých třicet procent.

## **Otázka 1**

Výsledek první otázky nebyl nijak překvapující. 82 % dotazovaných respondentů se již před zařazením do databáze Modrých Hor prezentovalo na internetu na svých webových stránkách. Mohlo by se zdát, že takto vysoké číslo vyvrátí část první stanovené hypotézy: **„Díky realizaci projektu došlo k zvýšení dostupnosti turistické nabídky** a byla sestavena kompletní databáze turistických atraktivit, cílů a služeb v dané oblasti“, ale není tomu tak. Ono došlo k zvýšení dostupnosti turistické nabídky a to ve velké míře. Jednotliví vinaři sice měli své webové stránky, ale ty nebyly nikde dále prezentovány. Odkaz na Modré Hory je

dostupný napříč vinařskými portály (z těch nejznámějších se jedná o „*Vína z Moravy, vína z Čech*“, „*Moravské vinařské stezky*“, „*Jižní Morava*“ atd.) a tímto způsobem vzrostala i propagace jednotlivých vinařů.

Co se týče druhé části této hypotézy, ta byla potvrzena také, neboť na stránkách Modrých Hor je k dispozici v přehledné formě kompletní databáze turistických atraktivit, cílů i služeb. Rozdělené do jednotlivých kategorií zde lze najít trasy a stezky protínající mikroregion, turistické cíle v oblasti, tipy na výlet do nejbližšího okolí, možnosti sportovního vyžití a relaxace a veškeré nabízené služby. Obdobná databáze do té doby neexistovala a jejím vytvořením došlo k sjednocení všech důležitých informací pro potenciálního turistu na jedno místo.

Nyní lze s jistotou tvrdit, že realizací projektu došlo k zvýšení dostupnosti turistické nabídky a byla sestavena kompletní databáze turistických atraktivit, cílů a služeb v mikroregionu Modré Hory.

## **Otázka 2**

Smyslem druhé otázky bylo zjistit, zda se někdo z respondentů setkal při zadávání svých informací do systému s nějakými obtížemi, ale jelikož Ing. Přemysl Pálka shromáždil potřebné informace téměř bez zapojení jednotlivých subjektů, nebyla u této otázky jediná negativní odpověď.

## **Otázka 3**

Tato otázka měla za úkol potvrdit jednu ze stanovených hypotéz a to konkrétně tuto: **„Instalace kiosků a spuštění nového informačního systému měla za následek zvýšení návštěvnosti Modrých Hor“**. Autoři Studie proveditelnosti projektu mimo jiné uvádí to, že aplikace nového IS způsobí minimální nárůst návštěvnosti o pět procent oproti roku předchozímu. Ovšem toto tvrzení bude možno ověřit až s odstupem několika let, kdy budou k dispozici přesná čísla získaná od jednotlivých podnikatelů. V této chvíli lze nejlépe toto tvrzení ověřit na základě subjektivního názoru jednotlivých respondentů, kteří mají největší předpoklady k tomu určit, zda k nárůstu došlo a pokud ano, tak v jaké míře.

**Více jak šedesát procent** respondentů je toho názoru, že se návštěvnost vlivem nového IS zvýšila. Většina z nich si sice myslí, že to není o více jak pět procent, ale dodávají, že je příliš brzy na to hodnotit sezónu, která ještě neskončila. Jižní Morava je totiž nejvíce navštěvovaná v letních měsících, a tedy hlavní nápor turistů je teprve očekáván. Za měsíc březen měly webové stránky mikroregionu více jak sedmnáct tisíc návštěv. V polovině měsíce května to už bylo devatenáct tisíc a toto číslo stále roste. Dá se tedy říci, že Modré Hory se dostávají do podvědomí lidí a je logické předpokládat, že návštěvnost oblasti také poroste.

I tato hypotéza byla tedy potvrzena.

#### **Otázka 4**

V rámci této otázky měli respondenti možnost vyjádřit svůj názor na nové informační kiosky. Naprostá většina respondentů považuje projekt za přínos, ovšem také tvrdí, že to chce čas, než si na tento způsob komunikace turisté zvyknou.

#### **Otázka 5**

Poslední otázka dotazníku dala respondentům možnost navrhnout změnu systému, aby byl pro oblast ještě větším přínosem. Reálných návrhů se objevilo hned několik a byly předány správci sítě k posouzení. Bohužel v několika odpovědích se vyskytl i požadavek na snadnější ovládání. *„Uživatelské rozhraní by se mělo více přizpůsobit laikům, neboť podle mnohých není až zas tak nejjednodušší a někteří starší obyvatelé s ním mají problém“*

Tato odpověď je v přímém rozporu s částí poslední hypotézy, neboť ta zní: *„Uživatelské rozhraní je přehledné a velmi snadno ovladatelné napříč generacemi. To jsou důvody, proč je informační systém stále více využíván jak turisty, tak rezidenty.“* Snahou vývojářů bylo ovládání kiosků co nejvíce zjednodušit a nezahlcovat obrazovku přemírou informací. Využití dotykové obrazovky také odbourává nutnost používání klávesnice a myši. Ukázalo se, že je velmi obtížné najít kompromis při vývoji softwaru, který má splňovat nároky moderní společnosti a být tak atraktivní pro dynamickou mladou společnost a zároveň byl srozumitelný pro generace starší.

Druhá část poslední hypotézy byla naplněna, neboť IS jak naznačují online čítače návštěv, uživatelů stále přibývá. Mezi uživateli je i stále více rezidentů, neboť systém informuje o aktuálním dění v regionu a blízcích se akcích.

Poslední hypotéza tedy nebyla zcela potvrzena, protože starší generace mají s ovládním problémy. Otázkou ovšem zůstává, zda zjednodušené ovládním na úkor úbytku informací neodradí větší počet mladších uživatelů, než přiláká starších...

Modré Hory v čele s Velkými Pavlovicemi jsou dynamicky se rozvíjející oblastí, která má ohromný potenciál na poli cestovního ruchu. Je to ukázkový příklad toho, jak spojení několika obcí může být prospěšné pro všechny. Zavedení informačních kiosků v době, kdy kombinace vinařské turistiky a cykloturistiky je každou sezónu více a více populární, je krok správným směrem. Je to pouze záležitost delšího časového horizontu, než jeden rok. Jakmile se turisté naučí plně využívat všech možností, které panely nabízejí, lze předpokládat, že dojde k zapojení dalších obcí do projektu a informační kiosky budou denně využívány po celé jižní Moravě. Nechtě jsou Modré Hory vzorem pro ostatní obce jakožto fungující spojení obcí s inovativním přístupem ke své propagaci.

Autor této práce navrhuje provádět podobný monitoring mezi podnikatelskými subjekty v mikroregionu zaměřený na spokojenost s novým informačním systémem a společnou propagaci každoročně. Jeho prováděním vznikne dlouhodobý důkaz o tom, že finanční prostředky získané formou dotace byly využity efektivně a přispěly k zvýšení konkurenceschopnosti místních podnikatelů a tím byl zajištěn dlouhodobý rozvoj regionu.

## Seznam použité literatury

- [1] Analýza informačního systému zpracována dodavatelskou firmou AV MEDIA
- [2] Archiv města Velké Pavlovice
- [3] BusinessInfo. *Seznam NACE* [online]. [vid. 2012-02-15]. Dostupné z:  
<http://www.businessinfo.cz/cz/nace/>
- [4] ČSÚ. *Územně analytické podklady ve vybrané obci* [online]. [vid. 2012-02-10].  
Dostupné z:  
[http://vdb.czso.cz/vdbvo/tabdetail.jsp?kapitola\\_id=327&potvrd=Zobrazit+tabulku&go\\_zobraz=1&cislotab=UAP6030UU\\_OB&vo=tabulka&pro\\_1\\_90=584347&voa=tabulka&str=tabdetail.jsp#pozn1](http://vdb.czso.cz/vdbvo/tabdetail.jsp?kapitola_id=327&potvrd=Zobrazit+tabulku&go_zobraz=1&cislotab=UAP6030UU_OB&vo=tabulka&pro_1_90=584347&voa=tabulka&str=tabdetail.jsp#pozn1)
- [5] EUROVISIOIN. *Region a cestovní ruch* [online]. [vid. 2012-04-11]. Dostupné z:  
<http://vyzkumy.czechtourism.cz/#;q=p%C5%99%C3%ADnos%20cestovn%C3%ADho%20ruchu%20pro%20region;orderby=novinky>
- [6] KAŠPAROVA, L., et al. *Kohezní politika: Osídlení v České republice, Partnerství měst a venkova*. 1. vyd. Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj, Brno: Ústav územního rozvoje, 2009. ISBN 978-80-903928-7-8
- [7] MMR ČR. *Abeceda fondů Evropské unie 2007 – 2013* [online]. 2007 [vid. 2011-11-16].  
Dostupné z: <http://www.businessinfo.cz/cz/clanek/zdroje-financovani-z-eu-2007-2013/publikace-abeceda-fondu-eu-2007-2013/1001573/44936/>
- [8] NECHVÍLOVÁ, S.; HOLÝ, M. a KRÁTKÝ, J. *Partnerství pro cestovní ruch*. 1.vyd. Pardubice: První regionální rozvojová a.s., 2006. 100 s. ISBN 80-903866-1-X
- [9] PALÁTKOVÁ, M. *Marketingová strategie destinace cestovního ruchu: Jak získat více příjmů z cestovního ruchu*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, a.s., 2006. 328 s. ISBN 80-247-1014-5
- [10] PÁSKOVÁ, M.; ZELENKA, J. *Výkladový slovník cestovního ruchu*. 1.vyd. Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj, 2002. 448 s. ISBN 80-239-0152-4
- [11] PÁPOL, T. a M. PAVLAS. *Problémy mikroregionů při tvorbě společných projektů*. 1. vyd. Hradec Králové: Civitas per Populi, 2006. ISBN 80-903813-1-6.

- [12] PECHLANER, H. *Strategisches Management und Marketing von Destinationen in Alpenraum*. In: Destination Marketing – Reports od the AIEST Congress 1998, 1988, AIEST, St. Gallen, s. 365 -382
- [13] Pracovní verze žádosti o dotaci
- [14] Regionální operační program NUTS II Jihovýchod 2007 – 2013 [online]. 2007 [vid 2012-03-12]. Dostupné z: [www.jihovýchod.cz/download/rop/rop-jv.pdf](http://www.jihovýchod.cz/download/rop/rop-jv.pdf)
- [15] Regionální rada regionu soudržnosti Jihovýchod [online]. [vid. 2012-03-13]. Dostupné z: <http://www.jihovýchod.cz/regionalni-rada/zakladni-informace>
- [16] Seznam příjemců podpory u fondů EU – ROP Jihovýchod [online]. [vid 2011-11-16]. Dostupný z: <http://www.jihovýchod.cz/pro-prijemce/seznam-prijemcu>
- [17] Studie proveditelnosti – finanční a ekonomické hodnocení projektu
- [18] VAŠÁKOVA, K. *Strategie rozvoje mikroregionu Benešovska* [online]. 2004 [vid. 2012-02-19]. Dostupné z: [benesovnp1.cz/sob/STRATEGIE\\_ROZVOJE\\_MIKROREGIONU.DOC](http://benesovnp1.cz/sob/STRATEGIE_ROZVOJE_MIKROREGIONU.DOC)
- [19] Vinařské oblasti České republiky [online]. [2012-01-22]. Dostupný z: <http://vino-radce.cz/vinarske-oblasti/>
- [20] VYSTOUPIL, J. aj. *Vývoj cestovního ruchu v ČR a jeho prostorové organizace v letech 1990 – 2009*. Urbanismus a územní rozvoj. 2010, roč. XIII, č. 5, s. 104 – 105. ISSN 1212-0855
- [21] webové stránky jednotlivých obcí
- [22] [www.modrehory.cz](http://www.modrehory.cz)



# Seznam příloh

<b>Příloha 1</b>	<b>Smlouva o vytvoření dobrovolného svazku obcí .....</b>	<b>I</b>
<b>Příloha 2</b>	<b>Stanovy Svazku obcí Modré Hory .....</b>	<b>IV</b>
<b>Příloha 3</b>	<b>Dotazník .....</b>	<b>IX</b>

# Příloha 1 Smlouva o vytvoření dobrovolného svazku obcí



## Smlouva o vytvoření dobrovolného svazku obcí

dle § 46, odst 2, písm. b) a § 49 až § 53 zákona č. 128/2000 Sb., o obcích (obecní zřízení)

### Svazek obcí „Modré Hory“

#### I. Účastníci smlouvy

1. **Město Velké Pavlovice**, IČ: 283 703  
zastoupené starostou panem Ing. Pavlem Procházkou,  
se sídlem Nám. 9. května 40, 691 06 Velké Pavlovice
2. **Obec Kobylí**, IČ: 283 266  
zastoupená starostkou paní Ing. Dagmar Kovaříkovou,  
se sídlem Augusty Šebestové 456, 691 10 Kobylí
3. **Obec Bořetice**, IČ: 283 037  
zastoupená starostou panem Václavem Surmanem,  
se sídlem 691 08 Bořetice
4. **Obec Němčičky**, IČ: 283 401  
zastoupená starostou panem Petrem Slezákem,  
se sídlem 691 07 Němčičky
5. **Obec Vrbice**, IČ: 283 738  
zastoupená starostou panem Vlastimilem Bařinou,  
se sídlem 691 09 Vrbice.

#### II. Název, sídlo, předmět činnosti svazku

1. Účastníci smlouvy tímto zakládají dobrovolný svazek obcí s názvem:

#### Svazek obcí "Modré Hory",

se sídlem Náměstí 9. května 40, 691 06 Velké Pavlovice

2. Dobrovolný svazek obcí byl ustanoven za účelem řešení společných zájmů sdružených obcí s cílem rozvoje a ochrany hodnot celého území, především pak ochrany krajiny a životního prostředí, vytváření podmínek pro plnohodnotný život místních obyvatel a rozšiřování služeb pro občany i návštěvníky celého regionu. Cílem je dále propagace regionu dobrovolného svazku obcí a podpora rozvoje vinařské turistiky (dále jen předmět činnosti).

Účelem svazku je ochrana zájmů sdružených obcí, vzájemná jejich podpora a spolupráce.

3. K realizaci výše uvedeného předmětu činnosti slouží zejména:
  - Tvorba, příprava a realizace společných projektů,
  - Získávání finančních zdrojů na integrované projekty a rozvojové strategie
  - Řešení společných problémů s ochranou životního prostředí

#### III. Doba trvání svazku

Svazek obcí se zakládá na dobu neurčitou s účinností ode dne podpisu této smlouvy všemi jejími účastníky

čís. 40/1964 Sb.,  
ve znění  
úřadní  
dne 16.1.2008  
22.11.2008

#### IV. Členství ve svazku obcí

1. Členství ve svazku vzniká pro zakládající členy podpisem smlouvy o vytvoření dobrovolného svazku obcí a stanov svazku po předcházejícím schválení v zastupitelstvech příslušných členských obcí a měst.
2. Členství ve svazku vzniká pro obce, městyse a města, která nejsou zakládajícími členy, přistoupením ke svazku na základě řádné přihlášky, obsahující základní údaje o přistupujícím členovi ( název, sídlo, IČ, jméno starosty ), a to při splnění těchto podmínek:
  - a. přistoupení ke svazku schválí příslušné zastupitelstvo přistupující obce, městyse či města
  - b. přistoupení schválí členská schůze svazku
  - c. starosta přistupující obce, městyse či města podepíše dodatek smlouvy o vytvoření dobrovolného svazku obcí a stanov svazku,
  - d. uhradí vstupní členský příspěvek do termínu stanoveného členskou schůzí
3. Členství ve svazku obcí zaniká:
  - a. vystoupením člena ze svazku oznámením doručeným členské schůzi nejpozději do 30.9. příslušného kalendářního roku s tím, že členství bude ukončeno k datu 31.12. téhož kalendářního roku,
  - b. zánikem svazku,
  - c. vyloučením člena ze svazku rozhodnutím členské schůze v případě, že tento opakovaně porušil ustanovení stanov
4. Pokud člen ze svazku vystoupí nebo bude vyloučen, převezme zpět vlastní majetek, který do svazku vložil a to v termínu, který určí výbor svazku, avšak bez podílu na společném majetku. Tento společný majetek zůstává ve vylučném vlastnictví svazku.
5. Při zániku svazku se provede jeho likvidace. O rozdělení likvidačního zůstatku rozhodne členská schůze svazku v souladu se stanovami na základě návrhu likvidátora.

#### V. Práva a povinnosti členů svazku obcí

1. Člen svazku má právo:
  - a. účastnit se činnosti svazku a podílet se na jeho řízení a rozhodování,
  - b. vyjadřovat se k projednávaným zprávám a k činnosti svazku obcí
  - c. předkládat ke konzultaci nebo k projednávání odborné problémy, které jsou obsahem cílů svazku obcí
  - d. podávat iniciativní návrhy a podněty k činnosti svazku obcí
  - e. nahlížet do účetních knih a přesvědčovat se o správě majetku svazku
2. Člen svazku je povinen:
  - a. aktivně se podílet na činnosti svazku,
  - b. důsledně dodržovat zakladatelskou smlouvu a stanov svazku,
  - c. dodržovat usnesení přijatá členskou schůzí
  - d. poskytovat informace nezbytné pro činnost svazku s výjimkou těch, jejichž ochranu nařizuje zákon v rámci povinnosti mlčenlivosti
  - e. zaplatit členský příspěvek ve výši a v termínu stanoveném členskou schůzí
  - f. sladovat své zájmy se zájmy svazku,
  - g. propagovat svazek a objasňovat jednotlivé dokumenty svazku jak mezi občany účastníka smlouvy, tak i mezi orgány statní správy a dalších právnických subjektů.

#### VI.

##### Oprávnění

Oprávněnost starostů měst a obcí k podpisu této smlouvy a k podpisu stanov nově zakládaného svazku obcí prokazují účastníci této smlouvy usneseními zastupitelstev měst a obcí takto:

Město Velké Pavlovice  
Obec Kobyly  
Obec Bořetice  
Obec Němčičky  
Obec Vrbice

Usnesením č. VII./07 ZO ze dne: 20.12.2007  
Usnesením č. - ZO ze dne: 20.12.2007  
Usnesením č. 8 ZO ze dne: 18.12.2007  
Usnesením č. 14/7/07 ZO ze dne: 4.12.2007  
Usnesením č. 6 ZO ze dne: 19. 6. 2007



VII.  
Osoby oprávněné k jednání za svazek, orgány svazku

Osoba oprávněná k podání návrhu na registraci dobrovolného svazku obcí:  
Ing. Pavel Procházka – starosta Města Velké Pavlovice



Orgány svazku:

Členská schůze,

- tvořena zástupci členů svazku:

Předseda svazku

Mistopředseda svazku

Revizní komise:

- 3 členná

VIII.  
Závěrečná ustanovení

1. Vzájemné vztahy a pravidla, kterými se svazek řídí při své činnosti, upravují stanovy, které jsou nedílnou součástí této smlouvy.
2. Svazek nabývá právní způsobilosti zápisem do registru sdružení vedeného u Krajského úřadu Jihomoravského kraje.
3. Tato smlouva je vydána v 9-ti výtiscích s platností originálu s tímto rozdělením: 5 x členské obce svazku, 1 x předseda svazku, 1 x archiv svazku, 2x příslušný krajský úřad.

Ve Velkých Pavlovicích dne 21. 12. 2001

Starosta města Velké Pavlovice – Ing. Procházka Pavel



Starostka obce Kobylí – Ing. Kovaříková Dagmar



Starosta obce Vrbice – Bařina Vlastimil



# Příloha 2 Stanovy Svazku obcí Modré Hory

## Stanovy

### Svazku obcí „Modré Hory“

#### I.

##### Název a sídlo svazku obcí Členové svazku obcí

Svazek obcí „**Modré Hory**“ je dobrovolným svazkem obcí založeným dle zákona č. 128/2000 Sb., o obcích ( obecní zřízení ), v platném znění.

Svazek obcí „Modré Hory“ tvoří tyto členové:

1. **Město Velké Pavlovice**, IČ: 283 703  
se sídlem Nám. 9. května 40, 691 06 Velké Pavlovice
2. **Obec Kobyli**, IČ: 283 266  
se sídlem Augusty Šebestové 456, 691 10 Kobyli
3. **Obec Bořetice**, IČ: 283 037  
se sídlem 691 08 Bořetice
4. **Obec Němčičky**, IČ: 283 401  
se sídlem 691 07 Němčičky
5. **Obec Vrbice**, IČ: 283 738  
se sídlem 691 09 Vrbice.

#### II.

##### Název a sídlo svazku obcí

Název svazku obcí: Svazek obcí „Modré hory“ *(dále jen svazek)*

Sídlo svazku obcí: Náměstí 9.května 40, 691 06 Velké Pavlovice

#### III.

##### Předmět činnosti

Předmětem činnosti svazku obcí je řešení společných zájmů sdružených obcí s cílem rozvoje a ochrany hodnot celého území, především pak ochrany krajiny a životního prostředí, vytváření podmínek pro plnohodnotný život místních obyvatel a rozšiřování služeb pro občany i návštěvníky celého regionu. Cílem je dále propagace regionu dobrovolného svazku obcí a podpora rozvoje vinařské turistiky *( dále jen předmět činnosti )*.

Účelem svazku je ochrana zájmů sdružených obcí, vzájemná jejich podpora a spolupráce.

K realizaci výše uvedeného předmětu činnosti slouží zejména:

- Tvorba, příprava a realizace společných projektů,
- Získávání finančních zdrojů na integrované projekty a rozvojové strategie
- Řešení společných problémů s ochranou životního prostředí
- Rozšiřování infrastruktury, sociálních služeb pro občany svazku, sportovního a kulturního zázemí na území členských obcí svazku

#### IV.

##### Územní působnost svazku

Svazek má svoji územní působnost tvořenou všemi katastrálními územími jednotlivých členů svazku.





**V.**  
**Členství ve svazku obcí**

1. Členství ve svazku vzniká pro zakládající členy podpisem smlouvy o vytvoření dobrovolného svazku obcí a stanov svazku po předcházejícím schválení v zastupitelstvech příslušných členských obcí a měst.
2. Členství ve svazku vzniká pro obce, městyse či města, která nejsou zakládajícími členy, přistoupením ke svazku na základě řádné přihlášky, obsahující základní údaje o přistupujícím členovi ( název, sídlo, IČ, jméno starosty ), a to při splnění těchto podmínek:
  - a. přistoupení ke svazku schválí příslušné zastupitelstvo přistupující obce či města či městyse
  - b. přistoupení schválí členská schůze svazku po předcházejícím projednání v zastupitelstvech všech členských obcí, městysů a měst,
  - c. starosta přistupující obce, městyse či města podepíše dodatek smlouvy o vytvoření dobrovolného svazku obcí a stanov svazku,
  - d. uhradí vstupní členský příspěvek do termínu stanoveného členskou schůzí svazku.
3. Členství ve svazku obcí zaniká:
  - a) vystoupením člena ze svazku oznámením doručeným členské schůzi nejpozději do 30.9. příslušného kalendářního roku s tím, že členství bude ukončeno k datu 31.12. téhož kalendářního roku,
  - b) zánikem svazku,
  - c) vyloučením člena ze svazku rozhodnutím členské schůze v případě, že tento opakovaně porušil ustanovení stanov
4. O vyloučení člena svazku rozhoduje členská schůze nadpoloviční většinou hlasů.
5. Pokud člen ze svazku vystoupí nebo bude vyloučen, převezme zpět svůj majetek, který do svazku vložil a to v termínu, který určí členská schůze svazku, avšak bez podílu na společném majetku. Tento společný majetek zůstává ve vylučném vlastnictví svazku.
6. Při zániku svazku se provede jeho likvidace. O rozdělení likvidačního zůstatku rozhodne členská schůze svazku v souladu se stanovami na základě návrhu likvidátora.

**VI.**  
**Práva a povinnosti členů svazku obcí**

1. Člen svazku má právo:
  - h. účastnit se činnosti svazku a podílet se na jeho řízení a rozhodování,
  - i. vyjadřovat se k projednávaným zprávám a k činnosti svazku obcí
  - j. předkládat ke konzultaci nebo k projednávání odborné problémy, které jsou obsahem cílů svazku obcí
  - k. podávat iniciativní návrhy a podněty k činnosti svazku obcí
  - l. nahlížet do účetních knih a přesvědčovat se o správě majetku svazku
2. Člen svazku je povinen:
  - m. aktivně se podílet na činnosti svazku,
  - n. důsledně dodržovat zakladatelskou smlouvu a stanov svazku,
  - o. dodržovat usnesení přijatá členskou schůzí
  - p. poskytovat informace nezbytné pro činnost svazku s výjimkou těch, jejichž ochranu nařizuje zákon v rámci povinnosti mlčenlivosti
  - q. zaplatit členský příspěvek ve výši a v termínu stanoveném členskou schůzí
  - r. sladovat své zájmy se zájmy svazku,
  - s. propagovat svazek a objasňovat jednotlivé dokumenty svazku jak mezi občany účastníka smlouvy, tak i mezi orgány statní správy a dalších právnických subjektů.

**VII.**  
**Orgány svazku**

Orgány svazku jsou:

- A. Členská schůze
- B. Předseda a místopředseda svazku



### C. Revizní komise

#### A/ Členská schůze

1. Členská schůze je nejvyšším orgánem svazku. Je tvořena ze členů svazku obcí zastupovaných starostou, případně místostarostou obce. Každý člen je oprávněn účastnit se prostřednictvím svého zástupce a hlasovat na ní. Každý člen má jeden hlas.
2. Do působnosti členské schůze patří:
  - a) rozhodování o změně stanov
  - b) rozhodování o výši členských příspěvků
  - c) rozhodování o termínu a způsobu úhrady členských příspěvků
  - d) volba a odvolání předsedy a místopředsedy svazku a členů revizní komise
  - e) přijetí a vyloučení člena svazku
  - f) schválení rozpočtu a vyúčtování hospodaření
  - g) o přijetí a schválení zprávy činnosti za uplynulý kalendářní rok
  - h) rozhodnutí o sloučení, rozdělení, zrušení svazku a jiných změnách právní formy
  - i) schvalování jednacího řádu členské schůze
  - j) rozhodování o nabytí a převodu majetku svazku
  - k) rozhodování o dalších otázkách, které si členská schůze k rozhodnutí vyhradí
3. Členská schůze se koná nejméně dvakrát za kalendářní rok. Způsob svolávání a jednání členské schůze upravuje jednací řád členské schůze.
4. Členská schůze je způsobilá se usnášet, je-li přítomna nadpoloviční většina členů. Členská schůze rozhoduje prostou nadpoloviční většinou hlasů přítomných členů. Hlasování na členské schůzi probíhá aklamací, pokud členská schůze nerozhodne jinak.

#### B/ Předseda a místopředseda svazku

1. Předseda a místopředseda jednají za svazek navenek. Jde-li o písemný právní úkon, musí být podepsán předsedou nebo místopředsedou a jedním členem svazku.
2. Předseda a místopředseda svazku jsou voleni a odvolávání členskou schůzí.
3. Funkční období je čtyřleté, neskončí však dříve, než je členskou schůzí zvolen nový předseda a místopředseda svazku, a to i v případě změny zástupce člena. Opětná volba je možná.

#### C/ Revizní komise

1. Revizní komise je tříčlenná, její členové jsou každoročně zvoleni na prvním jednání členské schůze v novém kalendářním roce. Funkční období je čtyřleté.
2. Revizní komise provádí vnitřní kontrolu hospodaření svazku obcí.

### VIII.

#### Majetek svazku obcí

1. Svazek obcí hospodaří s majetkem, který vložila obec do hospodaření svazku obcí. Tento majetek zůstává ve vlastnictví obce. Orgány svazku obcí s ním mohou nakládat jen v souladu s majetkovými právy, které na ně členská obec přenesla.
2. Svazek obcí hospodaří dále s majetkem, který získal svou vlastní činností. Majetek získaný vlastní činností je ve vlastnictví svazku. Svazek odpovídá vlastním majetkem za nesplnění svých povinností.
3. Každý člen je povinen uhradit roční členské příspěvky ve výši a termínu, které odsouhlasí členská schůze vždy na prvním zasedání v příslušném kalendářním roce. Příspěvek je hrazen jednorázově nejpozději do konce prvního čtvrtletí daného kalendářního roku.
4. Svazek může vlastnit finanční, hmotný a nehmotný majetek. Majetek svazku musí být využíván účelně a hospodárně v souladu se zájmy svazku a úkoly vyplývajícími ze zákonem vymezené působnosti. Svazek je povinen pečovat o zachování a rozvoj svého majetku. Svazek vede evidenci svého majetku v souladu s platnými zákony.





5. Záměr svazku prodat, směnit nebo darovat svůj nemovitý majetek, pronajmout jej nebo poskytnout jako výpůjčku svazek zveřejní ve všech členských obcích a městech nejméně 15 dnů před projednáním na členské schůzi svazku vyvěšením na úřední desce příslušných obecních a městských úřadů, aby se k němu mohli zájemci vyjádřit a předložit své nabídky.
6. Majetková práva svazku obcí k vloženému majetku stanoví smluvně vkládající obec vždy při vkládání majetku obce.
7. Členové svazku nemají nárok na podíl z výsledku hospodaření svazku, za prováděnou činnost ve prospěch svazku obcí jim náleží náhrada účelně vynaložených nákladů.

#### **IX. Zdroje příjmů svazku**

Zdroje příjmů svazku jsou tvořeny:

1. Příspěvky členských obcí schválených na příslušný kalendářní rok.
2. Příspěvky z fondů a dotačních titulů státních i nestátních organizací.
3. Dary právnických a fyzických osob.
4. Úroky z vkladů u peněžních ústavů.
5. Příjmy z činnosti sdružení.

#### **X. Hospodaření svazku**

1. Svazek sestavuje svůj rozpočet a hospodaří podle něj. Rozpočet je sestavován na příslušný kalendářní rok a závěrečný účet spolu se zprávou o výsledcích přezkoumání hospodaření svazku za uplynulý kalendářní rok projedná členská schůze svazku do 30. června následujícího roku.
2. Rozpočet, závěrečný účet a zpráva o výsledku přezkoumání hospodaření svazku musí být nejméně 15 dní před jejich projednáním na členské schůzi svazku zveřejněny ve všech členských obcích a městech. Svě připomínky mohou občané uplatnit buď přímo nebo prostřednictvím zástupce člena svazku, nejpozději do doby projednání příslušného dokumentu.
3. Svazek vede účetnictví v souladu s příslušným zákonem. Vedením účetnictví může svazek za úplatu pověřit právnickou nebo fyzickou osobu s příslušným oprávněním. Za vedení účetnictví odpovídá předseda svazku.
4. Svazek dá přezkoumat krajským úřadem nebo auditorem hospodaření svazku za uplynulý kalendářní rok. Za svazek žádost podá předseda svazku nejdéle do 31. ledna následujícího roku.
5. Vytvořený zisk se nerozděluje mezi členy svazku, nýbrž se použije pro financování dalších rozvojových činností nebo pro vytvoření rezerv.
6. Pokud z hospodaření svazku vznikne ztráta, uhradí ji členové svazku mimořádným členským příspěvkem podle rozhodnutí členské schůze svazku.

#### **XI. Kontrola**

1. Vnitřní kontrola svazku obcí je prováděna prostřednictvím revizní komise.
2. Vnější kontrola svazku obcí je dána:
  - a. právem občanů členských obcí dle § 52 zákona 128/2000 Sb.,
  - b. právem zastupitelstva každé členské obce a města vyjadřovat se k činnosti svazku.
  - c. přezkoumáním hospodaření krajským úřadem nebo auditorem

#### **XII. Zrušení a zánik svazku**

1. Svazek se zrušuje rozhodnutím členské schůze.
2. Svazek zaniká výmazem z registrace sdružení vedené Krajským úřadem Jihomoravského kraje





Nepřeje-li majetek svazku na právního nástupce, provede se jeho likvidace. O rozdělení likvidačního zůstatku rozhodne členská schůze svazku v souladu se stanovami na základě návrhu likvidátora.

### XIII. Závěrečná ustanovení

1. Svazek může vydat vnitřní řád, který bude vycházet ze stanov a který upraví organizační a administrativní záležitosti svazku.
2. Změny a doplnění stanov schvaluje členská schůze.
3. Tyto stanovy jsou vyhotoveny v 9-ti výtiscích s platností originálu a s následujícím rozdělením: 5 x členské obce a města svazku obcí, 1x předseda svazku, 1x archiv svazku obcí a 2x Krajský úřad Jihomoravského kraje.
4. Tyto stanovy byly schváleny členskou schůzí dne 21. 12. 2007 a tímto dnem nabyly platnosti.

Ve Velkých Pavlovicích dne 21. 12. 2007



Starosta města Velké Pavlovice – Ing. Procházka Pavel



Starostka obce Kobyly – Ing. Kovaříková Dagmar



Starosta obce Bořetice – Surman Václav



Starosta obce Němčičky – Slezák Petr



Starosta obce Vrbice – Bařina Vlastimil



## Příloha 3 Dotazník



Dopad nového informačního systému na podnikatelské subjekty v mikroregionu Modré Hory

Prostřednictvím tohoto dotazníku se snažím zjistit, jaký vliv na podnikatele mělo zavedení nového informačního systému. Přesněji řečeno spuštění nových webových stránek [www.modrehory.cz](http://www.modrehory.cz) a instalace informačních kiosků ve všech pěti obcích mikroregionu. Doufám, že si najdete čas odpovědět na těchto pár otázek. Předem děkuji.

### Propagovali jste svůj podnik na internetu ještě před zavedením serveru [www.modrehory.cz](http://www.modrehory.cz)?

Bylo možno Vás kontaktovat prostřednictvím internetu ještě před Vaším zapojením do projektu Modrých Hor?

- Ano, již jsem měl/a své vlastní webové stránky
- Ano, na stránkách své obce
- Ne
- Jiné:

### Jak obtížná pro Vás bylo vkládat informace o Vašem podniku na stránky [www.modrehory.cz](http://www.modrehory.cz)?

Zvládli jste to sami? Bylo Vám vše důkladně vysvětleno? Měli jste nějaké konkrétní potíže?

**O kolik si myslíte, že se Vám zvýšila návštěvnost vlivem zavedení informačních kiosků a nových webových stránek?**

Jde pouze o Váš subjektivní názor. Systém není v provozu ani rok, proto je příliš brzy na zjišťování přesných čísel.

- o 0% - 5%
- o 5% - 10%
- o více jak 10%
- návštěvnost se nezvýšila
- Jiné:

**Jaký je Váš osobní názor na nové informační kiosky?**

Mohou být přínosem pro mikroregion? Jsou to vyhozené peníze? Budou je turisté využívat?

**Co byste změnili na nových webových stránkách, nebo na informačních kioscích, pokud byste mohli?**

Jiný vzhled? Lepší funkce? Snadnější ovládání? Jiné rozmístění kiosků?

X