

# **Využití výzkumu potřeb a spokojenosti obyvatel města Zlín pro účely strategie a rozvoje města**

Petra Machálková

---

Bakalářská práce  
2010



Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně  
Fakulta managementu a ekonomiky

---

**Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně**

**Fakulta managementu a ekonomiky**

Vyšší odborná škola ekonomická

akademický rok: 2009/2010

## **ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE**

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Petra MACHÁLKOVÁ**

Studijní program: **B 6202 Hospodářská politika a správa**

Studijní obor: **Veřejná ekonomika a správa**

Téma práce: **Využití výzkumu potřeb a spokojenosti obyvatel města Zlín pro účely strategie a rozvoje města**

Zásady pro vypracování:

- 1. Prostudujte dostupnou literaturu k dané problematice.**
- 2. Stanovte si konkrétní cíle.**
- 3. Zvládněte teorii (nadstandardní pohled do problému).**
- 4. Vyhledejte a zpracujte konkrétní údaje.**
- 5. Provedte marketingový výzkum spokojenosti obyvatel pomocí dotazníkového šetření.**
- 6. Vyslovte závěr a doporučte průzkum na základě výsledků.**

Rozsah práce:

Rozsah příloh:

Forma zpracování bakalářské práce: **tištěná**

Seznam odborné literatury:

[1] BEDNARČÍK, Z. Marketingový výzkum. Karviná : Slezská univerzita v Opavě-Obchodně podnikatelská fakulta v Karviné, 2008. 176 s. ISBN 978-80-7248-489-8.

[2] CHOVANCOVÁ, M., PILÍK, M., PODANÁ, M. Marketing II. Zlín : Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně, 2008. 255 s. ISBN 978-80-7318-764-4.

[3] JANEČKOVÁ, L., VAŠTÍKOVÁ, M. Marketing měst a obcí. Praha : Grada Publishing, 1999. 184 s. ISBN 80-7169-750-8.

[4] KOTLER, P., WONG, V., SAUNDERS, J., ARMSTRONG, G. Moderní marketing. 4. vyd. Praha : Grada Publishing, 2007. 1048 s. ISBN 978-80-247-1545-2.

[5] PŘÍBOVÁ, M. A KOL. Marketingový výzkum v praxi. Praha : Grada Publishing, 1996. 248 s. ISBN 80-7169-299-9.

Vedoucí bakalářské práce:

**Mgr. Kateřina Pešatová**  
EXT.

Datum zadání bakalářské práce:

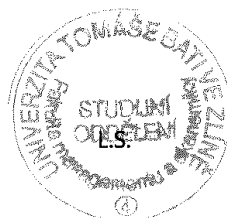
**9. října 2009**

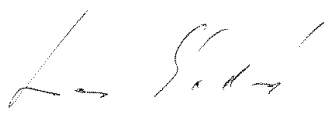
Termín odevzdání bakalářské práce:

**11. prosince 2009**

Ve Zlíně dne 6. listopadu 2009

  
PaedDr. Josef Rydlo  
zast. děkanka



  
Ing. Hana Šedová, Ph.D.  
2009. vedoucí katedry

# PROHLÁŠENÍ AUTORA BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Beru na vědomí, že

- odevzdáním bakalářské práce souhlasím se zveřejněním své práce podle zákona č. 111/1998 Sb. o vysokých školách a o změně a doplnění dalších zákonů (zákon o vysokých školách), ve znění pozdějších právních předpisů, bez ohledu na výsledek obhajoby<sup>1)</sup>;
- beru na vědomí, že bakalářská práce bude uložena v elektronické podobě v univerzitním informačním systému dostupná k prezenčnímu nahlédnutí;
- na moji bakalářskou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, zejm. § 35 odst. 3<sup>2)</sup>;
- podle § 60<sup>3)</sup> odst. 1 autorského zákona má Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně právo na uzavření licenční smlouvy o užití školního díla v rozsahu § 12 odst. 4 autorského zákona;
- podle § 60<sup>3)</sup> odst. 2 a 3 mohu užit své dílo – bakalářskou práci – nebo poskytnout licenci k jejímu využití jen s předchozím písemným souhlasem Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně, která je oprávněna v takovém případě ode mne požadovat přiměřený příspěvek na úhradu nákladů, které byly Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně na vytvoření díla vynaloženy (až do jejich skutečné výše);
- pokud bylo k vypracování bakalářské práce využito softwaru poskytnutého Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně nebo jinými subjekty pouze ke studijním a výzkumným účelům (tj. k nekomerčnímu využití), nelze výsledky bakalářské práce využít ke komerčním účelům.

Ve Zlíně

.....  
Jméno Příjmení

---

1) zákon č. 111/1998 Sb. o vysokých školách a o změně a doplnění dalších zákonů (zákon o vysokých školách), ve znění pozdějších právních předpisů, § 47b Zveřejňování závěrečných prací:

(1) Vysoká škola nevydělečně zveřejňuje disertační, diplomové, bakalářské a rigorózní práce, u kterých proběhla obhajoba, včetně posudků oponentů a výsledku obhajoby prostřednictvím databáze kvalifikačních prací, kterou spravuje. Způsob zveřejnění stanoví vnitřní předpis vysoké školy.

(2) Disertační, diplomové, bakalářské a rigorózní práce odevzdané uchazečem k obhajobě musí být též nejméně pět pracovních dnů před konáním obhajoby zveřejněny k nahlížení veřejnosti v místě určeném vnitřním předpisem vysoké školy nebo není-li tak určeno, v místě pracoviště vysoké školy, kde se má konat obhajoba práce. Každý si může ze zveřejněné práce pořizovat na své náklady výpisy, opisy nebo rozmnoženiny.

(3) Platí, že odevzdáním práce autor souhlasí se zveřejněním své práce podle tohoto zákona, bez ohledu na výsledek obhajoby.

2) zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, § 35 odst. 3:

(3) Do práva autorského také nezasahuje škola nebo školské či vzdělávací zařízení, užije-li nikoli za účelem přímého nebo nepřímého hospodářského nebo obchodního prospěchu k výuce nebo k vlastní potřebě dílo vytvořené žákem nebo studentem ke splnění školních nebo studijních povinností vyplývajících z jeho právního vztahu ke škole nebo školskému či vzdělávacího zařízení (školní dílo).

3) zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, § 60 Školní dílo:

(1) Škola nebo školské či vzdělávací zařízení mají za obvyklých podmínek právo na uzavření licenční smlouvy o užití školního díla (§ 35 odst. 3). Odpírá-li autor takového díla udělit svolení bez vážného důvodu, mohou se tyto osoby domáhat nahrazení chybějícího projevu jeho vůle u soudu. Ustanovení § 35 odst. 3 zůstává nedotčeno.

(2) Není-li sjednáno jinak, může autor školního díla své dílo užít či poskytnout jinému licenci, není-li to v rozporu s oprávněnými zájmy školy nebo školského či vzdělávacího zařízení.

(3) Škola nebo školské či vzdělávací zařízení jsou oprávněny požadovat, aby jim autor školního díla z výdělku jím dosaženého v souvislosti s užitím díla či poskytnutím licence podle odstavce 2 přiměřeně přispěl na úhradu nákladů, které na vytvoření díla vynaložily, a to podle okolností až do jejich skutečné výše; přitom se přihlédne k výši výdělku dosaženého školou nebo školským či vzdělávacím zařízením z užití školního díla podle odstavce 1.

## **ABSTRAKT**

Ve své bakalářské práci se zabývám celkovou spokojeností obyvatel města Zlín. Výzkum přizpůsobuji oblasti životního prostředí, sportovního vyžití, kulturní a občanské vybavenosti. V teoretické části obecně definuji základní pojmy z oblasti marketingu měst a obcí. Zaměřuji se na problematiku spokojenosti obyvatel, konkrétně se zabývám marketingovým výzkumem. Dále se věnuji dotazníkovému šetření. V praktické části uvádím základní charakteristiku města, geografickou polohu a stručně zmiňuji nejdůležitější body z historie města. Cílem je vytvořit dotazník a s pomocí dotazníků zjistit, jaká je spokojenost obyvatel v již uvedených oblastech. Získané informace poté zpracovávám a vyhodnocuji. Na základě informací vytvářím SWOT analýzu a předkládám mé závěry a doporučení.

Klíčová slova: spokojenost obyvatel, marketingový výzkum, dotazník, SWOT analýza

## **ABSTRACT**

In my bachelor work I focus on overall satisfaction of people living in Zlín. In the research part I examine environment conditions, sports possibilities, cultural and service facilities. In the theoretical part I define basic terms regarding marketing of towns. I concentrate on people's satisfaction issue, namely I make a marketing research. Further, I put the emphasis on questionnaire. Practical part of my work start with basic characteristics of the town, its geographic position and briefly I also talk about the main history milestones of the city. The goal of my work is to create a questionnaire and with its help I would like to find out what is the situation and satisfaction of people in the above mentioned areas. I work up and evaluate information gathered from the questionnaire. On the basis of acquired information, I prepare SWOT analysis and I introduce my findings and conclusions with the following recommendations.

Keywords: satisfaction of people, marketing research, questionnaire, SWOT analysis

Touto cestou bych ráda poděkovala všem, kteří se podíleli na zpracování mé bakalářské práce. Zejména bych chtěla poděkovat vedoucí mé bakalářské práce paní Mgr. Kateřině Pešatové za odborné vedení, rady, vstřícnost a čas, který mi věnovala. V neposlední řadě bych ráda poděkovala svojí rodině za podporu ve studiu na Univerzitě Tomáše Bati.

# OBSAH

<b>ÚVOD</b> .....	<b>6</b>
<b>I TEORETICKÁ ČÁST</b> .....	<b>7</b>
<b>1 MARKETING MĚST A OBCÍ</b> .....	<b>8</b>
1.1    TYPOLOGIE OBCÍ A MĚST .....	8
1.2    PROSTŘEDÍ OBCE Z HLEDISKA MARKETINGU .....	10
1.3    STRATEGICKÉ PLÁNOVÁNÍ OBCE .....	12
<b>2 MARKETINGOVÝ VÝZKUM</b> .....	<b>14</b>
2.1    CÍL VÝZKUMU .....	14
2.2    PROCES MARKETINGOVÉHO VÝZKUMU.....	14
2.3    ČLENĚNÍ MARKETINGOVÉHO VÝZKUMU .....	15
2.4    TECHNIKY ŠETŘENÍ .....	16
2.4.1    Písemné dotazování.....	16
2.4.2    Telefonické dotazování .....	17
2.4.3    Osobní dotazování.....	17
2.5    DOTAZNÍK.....	18
2.5.1    Stanovení procesu dotazování.....	19
2.5.2    Struktura a typy otázek v dotazníku.....	19
<b>II ANALYTICKÁ ČÁST</b> .....	<b>21</b>
<b>3 CHARAKTERISTIKA MĚSTA ZLÍN</b> .....	<b>22</b>
3.1    HISTORIE MĚSTA .....	22
<b>4 DOTAZNÍKOVÉ ŠETŘENÍ</b> .....	<b>23</b>
4.1    CÍL VÝZKUMU .....	23
4.1.1    Formulace hypotéz.....	23
4.2    PLÁN VÝZKUMU .....	24
4.2.1    Cílová skupina.....	24
4.2.2    Použité metody.....	24
4.2.3    Způsob zpracování .....	25
4.2.4    Časový harmonogram .....	25
4.3    SEKUNDÁRNÍ VÝZKUM – MĚSTO V ČÍSLECH [10].....	26
4.4    PRIMÁRNÍ VÝZKUM – VYHODNOCENÍ DOTAZNÍKŮ.....	28
<b>5 SWOT ANALÝZA</b> .....	<b>40</b>
5.1    OBČANSKÁ VYBAVENOST.....	40
5.1.1    Silné stránky.....	40
5.1.2    Slabé stránky .....	40
5.1.3    Příležitosti .....	41
5.1.4    Hrozby.....	41
5.2    ŽIVOTNÍ PROSTŘEDÍ .....	41
5.2.1    Silné stránky.....	41
5.2.2    Slabé stránky .....	41
5.2.3    Příležitosti .....	42
5.2.4    Hrozby.....	42



5.3	KULTURNÍ VYŽITÍ.....	42
5.3.1	Silné stránky.....	42
5.3.2	Slabé stránky.....	42
5.3.3	Příležitosti.....	42
5.3.4	Hrozby.....	43
5.4	SPORTOVNÍ VYŽITÍ.....	43
5.4.1	Silné stránky.....	43
5.4.2	Slabé stránky.....	43
5.4.3	Příležitosti.....	43
5.4.4	Hrozby.....	43
<b>6</b>	<b>CELKOVÉ ZHODNOCENÍ VÝZKUMU A NÁVRHY NA ZLEPŠENÍ.....</b>	<b>44</b>
6.1	STRATEGICKÝ PLÁN.....	47
6.1.1	Návrh strategie.....	48
	<b>ZÁVĚR.....</b>	<b>49</b>
	<b>RESUME.....</b>	<b>50</b>
	<b>SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY.....</b>	<b>51</b>
	<b>SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK.....</b>	<b>52</b>
	<b>SEZNAM OBRÁZKŮ.....</b>	<b>53</b>
	<b>SEZNAM TABULEK.....</b>	<b>54</b>
	<b>SEZNAM PŘÍLOH.....</b>	<b>56</b>

## ÚVOD

Ke své bakalářské práci jsem si vybrala město Zlín. Tvář města se zejména za poslední roky významně změnila. Stalo se z něj prosperující a především moderní město. Zlín je považován za město zeleně, kultury a sportu. Prestiž města ještě více posílila skutečnost, že od 1. ledna roku 2001 zde začala plně fungovat univerzita a Zlín se tak právem stal centrem vzdělanosti. Ve Zlíně již čtvrtým rokem studuji na Univerzitě Tomáše Bati a částečně zde i bydlím, a proto mě zaujala problematika, která se týká spokojenosti obyvatel v oblasti občanské vybavenosti města, životního prostředí, kulturního a sportovního vyžití.

Hlavním cílem této bakalářské práce bude tedy analyzování jednotlivých oblastí pro následné hodnocení spokojenosti obyvatel. Na provedený výzkum bude navazovat zpracovaná SWOT analýza zmíněných čtyřech oblastí a celkové zhodnocení výzkumu.

V teoretické části se budu zabývat obecnými pojmy z oblasti marketingu měst a obcí a také se zaměřím na marketingový výzkum spokojenosti obyvatel. Z teorie výzkumu využiji především tvorbu dotazníků a techniky šetření.

V praktické části budu charakterizovat město a poté provedu samotný výzkum s pomocí dotazníků, kdy budu zjišťovat, jaká je spokojenost obyvatel s občanskou vybaveností, stavem životního prostředí, kulturním a sportovním vyžitím.

V závěrečné části mé bakalářské práce vytvořím návrhy ke zvýšení spokojenosti obyvatel v jednotlivých oblastech a stručně uvedu hlavní body strategického plánu.



**Obrázek č. 1:** Znak  
města Zlín

# **I TEORETICKÁ ČÁST**

## 1 MARKETING MĚST A OBCÍ

Ve světě se marketing oblasti měst a obcí zmocnil už v druhé polovině sedmdesátých let. Philip Kotler, jeden z nejznámějších teoretiků marketingu, je toho názoru, že koncept marketingu je nutné rozšířit. Kotler si představuje využití marketingu i v jiných souvislostech, než v těch, které jsou spojeny s nákupem a prodejem zboží a služeb na průmyslových nebo spotřebitelských trzích. Především se jedná o jeho uplatnění v neziskových organizacích, při propagaci lidí a jejich názorů a při propagování událostí a míst. Lze převzít myšlenku tzv. „marketingu místa“, který sestává ze snahy ovlivnit názory a zavést směnu míst pobytu, obchodních a průmyslových zón, cestování, území a image národa. Koncepce marketingu města lze rozšířit na menší místa – obce a na větší prostor – regiony. [1]

### 1.1 Typologie obcí a měst

Využití marketingu měst a obcí není stejné ve všech územních celcích. Vzhledem k různorodosti jednotlivých celků se liší nejen jejich poslání, ale i konkurenční výhody. Proto je vhodné provést základní typologii měst a obcí, která umožňuje definovat postavení měst a obcí na trhu a vymezení se vůči konkurenčním městům a obcím.

*Hlavní města:* Potenciální investory, turisty a podnikatele přitahuje především podnikatelská a správní úloha. Součástí města jsou historické památky, národní muzea, nákupní a zábavní centra. Města jsou na světové úrovni. V důsledku přehuštěné dopravy dochází ke zhoršování stavu životního prostředí. Dále pak v důsledku značné koncentrace nejen obyvatelstva, ale i průmyslu a především služeb velmi často nestačí zvládat své funkce a může docházet ke zhoršování kvality života. Obyvatelé se přesouvají na předměstí, upadají městská centra, která vyžadují velké investice. V tomto případě je pak nutné využívat především cenové politiky a místních poplatků.

*Průmyslová města:* Lze jmenovat např. Ostravu, Chomutov, Plzeň aj. Jsou zcela ovlivněna průmyslovým vývojem. Změny v ekonomice často vedly k existenčnímu ohrožení těchto měst a to především tam, kde byl jejich průmysl jednostranně zaměřený. To je případ měst, ve kterých převládal těžký průmysl s negativním vlivem na stav životního prostředí. V těchto městech je velmi dobrá infrastruktura a je v nich značný počet obyvatel, proto existují i zajímavá obchodní centra a kulturní aktivity. Je nutné restrukturalizovat průmysl, vybudovat moderní služby a vytvořit zcela novou image těchto měst, často i s pomocí

státu. Dosavadní vzhled města bývá totiž častou bariérou přílivu návštěvníků a zejména nových investic. Velká konkurenční výhoda těchto měst spočívá ve velmi kvalifikované a relativně laciné pracovní síle, která může pomoci přivést do města investory.

Velká atraktivní historická města: Jako příklad můžeme uvést Olomouc, Pardubice, České Budějovice. Tato města mají mnoho funkcí. Mají ovšem významnou historii a zachovalý komplex památek, který přitahuje turisty.

Města s příjemným okolím a vybavením pro zábavu: Z českých měst můžeme jmenovat např. Plzeň, Brno, Hradec Králové, Znojmo, Zlín. Ve velké většině těchto měst je rozvinutý průmysl, orientovaný spíše na strojírenství a lehký průmysl. Dají se zde nalézt i příležitosti pro další investice.

Historické obce: To jsou obce jako např. Český Krumlov, Telč, Tábor, Jindřichův Hradec aj. K přilákání turistů mohou využít svého historického zázemí. Je ovšem nutné tomuto přizpůsobit infrastrukturu města, jak technickou, tak i sociální, budovat obchodní sítě, doplňkové služby, kulturní aktivity a také pečovat o stav životního prostředí. Mohou s vymezením obdobně i obce, které se nacházejí v těsné blízkosti historických památek či jiných atraktivních míst. Při výstavbě nových kapacit je nutno postupovat velmi opatrně a citlivě s ohledem na historickou architekturu a celkovou image obce.

Obce lázeňské, obce v rekreačních oblastech: Nejdůležitější výhodou pro tyto obce jsou jejich přírodní zdroje. Toto je však pouze základ, na kterém se může stavět, ale pro příliv návštěvníků a pro dosažení konkurenceschopnosti je nutno budovat stejně jako v předešlém případě infrastrukturní zázemí včetně doplňkových služeb. Je nezbytné modernizovat dopravní síť včetně integrace dopravních služeb (přínejmenším návaznosti spojů) v důsledku časté vzdálenosti těchto míst od dopravních uzlů.

Příhraniční obce: Jedná se o obce, ležící v příhraničních oblastech. Tyto oblasti lze dále rozšiřovat podle jejich socio-ekonomického charakteru a geografické polohy. [1]

Satelitní obce: Tyto obce vytvářejí především rezidenční zázemí velkých měst. Další možností jak kategorizovat města a obce, je geografická segmentace jejich zákazníků, tzn. oblastí, odkud přicházejí jejich návštěvníci, případně potenciální investoři:

- ▶ světová: významný podíl zákazníků je z celého světa
- ▶ kontinentální: zákazníci přicházejí z příslušného kontinentu
- ▶ národní: města mají zájem především o zákazníky ze své země

- ▶ regionální:           přitahují zákazníky ze svého regionu
- ▶ lokální:               zákazníci přicházejí hlavně z místní oblasti [1]

## 1.2 Prostředí obce z hlediska marketingu

Marketingové prostředí obce je souhrn podstatných vlivů, působících na obce jako celek a její aktivity. Je chápáno jako určitý systém, skládající se ze subsystémů, které se mohou vzájemně prolínat. V tomto případě se prostředí rozlišuje na vnější a vnitřní. Vnější prostředí je tvořeno:

### Demografické prostředí

Tímto prostředím rozumíme velikost populace ve městě, jeho sociální, příjmová, kvalifikační, věková a vzdělanostní struktury, ekonomická aktivita, jeho mobilita a jiné demografické znaky. Znalost tohoto prostředí je velmi důležitá pro správu města. Je to seznámení s jednotlivými skupinami zákazníků, kterým jsou určeny jeho služby. Podstatou je, aby město pochopilo vývoj svého demografického prostředí. Jedná se tak o pokles nebo vzestup obyvatel, jeho příčiny, tendence ve vývoji věkové a vzdělanostní struktury obyvatelstva a změny ekonomické aktivity obyvatel. Velmi podstatné jsou názory obyvatel na jejich budoucnost v obci. Je dokázáno, že mnozí obyvatelé některých měst s nepříznivým prostředím uvažují dlouhodobě o změně bydliště. Víme, že počet obyvatel některých větších měst klesá, a to nejen vlivem poklesu porodnosti, ale také díky migraci. Důvody migrace jsou různé, např. nedostatek pracovních míst, snaha přemístit se do obcí s lepším stavem životního prostředí. Důvody migrace by měly obce znát a reagovat na ně ve své strategii.

### Ekonomické prostředí

Tento typ prostředí je do jisté míry ovlivněn dlouhodobými tradicemi podnikání a podnikatelskou kulturou. Jako příklad můžeme uvést město Zlín. Na příznivý vývoj ekonomického prostředí může obec zapůsobit realizací vhodné strategie. V obecné formě vytváří ekonomické prostředí obce rámec pro podnikatelské aktivity, sociální složení obyvatelstva aj.

### Politicko-právní prostředí

Spoluurčuje v rámci místní správy chování představitelů obce. Rámec jejich pravomocí je vytyčen zákony, vyhláškami a předpisy. Uplatněním některých omezujících opatření může

např. chránit své občany před nepříznivými důsledky podnikatelských aktivit. Úroveň a míra zásahů státu v rovině měst a obcí je důkazem toho, že nemohou být striktně odděleny a prolínají se. Politicko-právní prostředí ovlivňuje pochopitelně i chování ostatních subjektů, působících na území města. Jsou to např. obyvatelé a návštěvníci. Součástí tohoto prostředí jsou i požadavky a etické normy.

#### Sociálně-kulturní prostředí

Promítá se do celkového obrazu obce a velkou mírou ovlivňuje její vnímání veřejností. Mimo to ovlivňuje chování obyvatel, podnikatelů na jejím území. Pod tímto prostředím rozumíme kulturu, vzdělání, tradice města (kulturní festivaly, slavení vinobraní aj.), národa, rodinné vztahy, zvyklosti v obecném pojetí aj. Správné využití kulturních a historických tradic obce může nejen přispět ke zvýraznění obrazu obce, ale i odlišit ji od jiných obcí. Dokáže i pomocí propagace různých událostí zvýraznit její konkurenční výhody a přilákat do obce turisty.

#### Přírodní prostředí

Zahrnuje především obce, její velikost, klimatické podmínky, přírodní zdroje, dopravní možnosti, úroveň technické infrastruktury, možnost zapojit se do mezinárodních aktivit, ekologické podmínky pro obyvatele aj. Přírodní prostředí bývá mnohdy rozhodujícím faktorem při rozhodování obyvatel usídlit se v obci nebo navštívit tuto obci. Největším problémem je skloubit zájmy podniků se zájmy obyvatel a návštěvníků obce a to hlavně v oblasti ekologie.

#### Technologické prostředí

Určuje se obecným vývojem vědy a techniky. Jedná se z velké míry o využití poznatků vědy a techniky pro řízení obce. Větší obce se pomalu stávají spíše centry realizace spotřeby a správy než výrobními centry. V menších obcích vznikají, popřípadě už delší dobu působí různé na sobě nezávislé firmy. Především jsou menší obce chápány jako místa pro bydlení. [1,3]

Vnitřní prostředí obce je z hlediska správy definovatelné jako situace organizace, která je pověřena zabezpečováním správy a dalších úkolů, které jsou jí dány zákonem. Je dána především obecním rozpočtem, který tvoří příjmy a výdaje, které závisí na dotacích ze státního rozpočtu. Může se zdát, že obci zbývá malý prostor pro vlastní rozpočtovou politiku a ovlivnění její finanční situace, avšak marketingový přístup výrazně zlepšuje

celou situaci, zejména na straně příjmů. Dalším prvkem prostředí jsou zaměstnanci obce, tj. obecního úřadu a institucí. S tímto vším souvisí i kvalita vedení obce jako celku. [1]

### 1.3 Strategické plánování obce

Strategie obce (program rozvoje obce) je chápána jako vytyčení cílů v souladu s vizí obce a stanovení postupů a akčních plánů vedoucích k jejich uskutečnění. Východiskem, který určuje oblasti zájmu strategického plánu obce, je zákon o obcích. Strategický plán má velmi úzký vztah k územnímu plánu obce, tudíž by měl respektovat podmínky již existujícího územního plánu. Dobře zpracovaný územní plán města nebo obce by měl být dostatečně flexibilní, měl by vycházet z nových technologií, musí mít stanoveny priority rozvoje na území obce aj. [1]

Časový horizont strategických plánů bývá většinou různý, obvykle se jedná o výhled obce na období asi 15 – 20 let. Specifika strategie obce spočívá ve značném množství subjektů, jejichž stávající činnost a vývoj je nutno brát v úvahu při vytváření strategie obce a v různé míře jejich závislosti/nezávislosti na obci. Vytvoření vize jako východiska pro další strategické postupy musí vyjadřovat souhlasné stanovisko všech zúčastněných subjektů, kterých se budoucí strategie dotýká a kteří ji naopak mohou ovlivnit. Prvním krokem ke zvládnutí úspěšné strategie obce je především vytvoření pracovních týmů, které se této práci zúčastňují a podílí se pak i na zavádění strategie. Při vytváření strategie obce je nutné si specifikovat problémy:

- ▶ nastává potenciální hrozba změn vize při každé změně politického složení obce
- ▶ v případě veřejných služeb, je nutno počítat s omezením zdrojů [1]

Předpokladem pro úspěch strategie je schopnost formulace odpovědí na tyto otázky:

- ▶ kde jsme nyní
- ▶ jak jsem se tam dostali
- ▶ kam směřujeme
- ▶ kde bychom se rádi octli
- ▶ jak se tam dostaneme
- ▶ zda neuhýbáme z cesty



Odpovědi na tyto a jim podobné otázky řeší tvůrci strategie. Nalézají je pomocí určitých standardních postupů, které je však v případě obce nutno modifikovat vzhledem k specifickým problémům. [1]

## 2 MARKETINGOVÝ VÝZKUM

Marketingový výzkum spočívá ve specifikaci, shromažďování, analýze a interpretaci informací, které umožňují porozumět trhu, identifikovat problémy, formulovat směry marketingové činnosti a hodnotit její výsledky. Marketingový výzkum obce je pojitko vedení obce s jejími zákazníky, podnikateli a marketingovým prostředím prostřednictvím získávání informací. [1,2]

### 2.1 Cíl výzkumu

Cílem marketingového výzkumu obce je zpravidla určení vlastností trhu, na kterém se bude obec ucházet o své zákazníky, přesná studie konkurence, odvození krátkodobých i dlouhodobých trendů a analýza silných a slabých stránek, příležitostí a hrozeb, známá jako SWOT analýza. [1]

### 2.2 Proces marketingového výzkumu

Přístup k marketingovému výzkumu vychází hlavně z velikosti obce, složitosti výzkumu, možností a také schopností vlastního úřadu obce a možností zapojit do výzkumu externí organizace, jako příklad můžeme uvést univerzity, poradenské organizace a informační centra.

#### Příprava výzkumu:

- Definování problému

Definování problému je spojeno s určením cíle výzkumu a je mnohdy nejdůležitějším krokem celého marketingového výzkumu.

- Specifikace potřebných informací
- Identifikace zdrojů informací (zdroje dat)
- Stanovení metod sběru informací

Výběr metod je ovlivněn účelem a cíli výzkumu a charakterem zkoumaných skutečností.

- Projekt výzkumu

Je to plán realizace a kontroly výzkumu a obsahuje všechny významné kroky průběhu výzkumného procesu. Obsah projektu a jeho struktura je přizpůsobena konkrétní situaci. Projekt zahrnuje vymezení problému, odhad hodnoty informací, způsob získávání dat,

volba základního souboru, rozpočet projektu a časový harmonogram. Vypracováním projektu je uzavřena přípravná etapa výzkumu.

Realizace výzkumu:

- Shromáždění informací (sběr dat)
- Zpracování a analýza informací
- Interpretace a prezentace výsledků výzkumu

Výsledky výzkumu jsou podkladem pro řešení problému. [2,7]

### 2.3 Členění marketingového výzkumu

Dle využitých informačních zdrojů členíme marketingový výzkum na sekundární a primární.

Sekundární výzkum

Údaje sekundárního výzkumu jsou údaje, jež shromáždil v minulosti někdo jiný, jsou tzv. „údaje z druhé ruky“. Pocházejí z vnitřních údajů organizace, z předchozích výzkumů realizovaných organizací a z externích zdrojů. Významné informační prameny:

- ▶ Český statistický úřad, živnostenské úřady, úřady práce, Obchodní rejstřík firem
- ▶ okresní úřady, registry hospodářských komor
- ▶ městské úřady okolních měst
- ▶ vzdělávací instituce
- ▶ informační střediska
- ▶ komerční poradenské firmy
- ▶ zahraniční firmy a investoři
- ▶ agentury cestovního ruchu aj. [1]

Primární výzkum

Údaje shromažďované tímto způsobem, jsou získávány přímo v terénu, od subjektů, o které se zajímáme. Vychází z požadavků a názorů především z názorů vlastních obyvatel města, dále pak z potenciálních investorů a návštěvníků města. [1]

## 2.4 Techniky šetření

Zvolení vhodné techniky závisí na povaze zjišťovaných informací a jejich potřebném rozsahu, charakteru respondentů, časových možnostech, finančních možnostech a také na kvalifikaci pracovníků, kteří šetření provádějí. Pro výběr nejvhodnější techniky v konkrétním případě je dobré znát výhody a nevýhody jednotlivých technik šetření. [2,5]

### 2.4.1 Písemné dotazování

Při písemném dotazování je velmi důležité zabezpečit vysokou míru návratnosti dotazníků.

Návratnost dotazníků by měla být okolo 90 %, aby nebyl ohrožen výběrový záměr. V praxi je návratnost dotazníků nižší. Problém návratnosti dotazníků je velmi důležitý, protože respondenti, kteří odpověděli, se mohou podstatně lišit od respondentů, kteří neodpověděli. Návratnost je ovlivněna řadou faktorů. Mezi nejčastější příčiny nízké návratnosti dotazníků patří sám dotazník, který je neatraktivní, není jasně stylizován, vyplňování je složité a je časově náročný.

Návratnost dotazníků při neanonymních šetřeních je možné stimulovat finančními podněty. Mezi tyto podněty se řadí např. dárky, slevy, slosovateľnost vrácených dotazníků a odměnou vylosovaných respondentů prémie.

#### Výhody písenného dotazování:

- Tazatel nemůže ovlivnit respondenta
- Relativně nižší náklady ve srovnání s jinými technikami šetření
- Respondenti mohou být ze širokého území
- Respondent má dostatek času na zodpovězení otázek
- Nepřítomnost tazatele vede respondenta k větší upřímnosti a otevřenosti na kladené otázky
- Méně náročné na organizaci

#### Nevýhody písenného dotazování:

- Šetření trvá delší dobu, čekání na vrácení potřebného množství dotazníků
- Otázky musí být jednoduché, nejlépe uzavřené
- Dotazník musí být snadno zodpověditelný a krátký

- Nelze kontrolovat identitu respondenta
- Pozdější otázky mohou ovlivnit odpovědi na otázky dřívější
- Nelze kontrolovat, jak respondent porozuměl kladeným otázkám [2,5]

#### 2.4.2 Telefonické dotazování

Při výběru této techniky šetření je důležité klást velký důraz na správný výběr tazatelů a jejich kvalifikaci. Tazatel musí být dobře připraven, aby neztratil kontakt.

##### Výhody telefonického dotazování:

- Umožňuje snadno a rychle kontaktovat velké množství respondentů
- Časově výhodné, možnost okamžitého vyhodnocení
- Umožňuje opakovat dotaz, pokud respondent neporozuměl kladené otázce nebo nebyl zastižen
- Nízké náklady na získávání informací, nejedná-li se o dálkové hovory

##### Nevýhody telefonického dotazování:

- Otázky mohou být kladeny pouze respondentům, kteří využívají telefonní síť
- Poruchy na linkách
- Chybí osobní kontakt mezi respondentem a tazatelem, může dojít k podezíravosti a nepřátelskému chování z respondentovi strany
- Kladené otázky musí být krátké, aby nezdržovaly respondenta [2,5]

#### 2.4.3 Osobní dotazování

Velmi rozšířená technika šetření. Osobní dotazování může probíhat v domácnostech, na veřejných místech, v obchodních domech, prodejnách nebo na jiných místech, kde se vyskytuje velké množství lidí. Chování tazatele nesmí ovlivňovat odpovědi respondenta. Na tazateli nesmí být zjevný jeho vlastní postoj k danému výzkumu. Nesmí se projevat k odpovědím respondenta, ale současně nesmí zůstat nezúčastněný, aby nedošlo ke ztrátě konverzace. Při osobním dotazování závisí i na vzhledu, chování a přirozenosti tazatele. Musí znát prostředí, aby působil přirozeně a získal si důvěru respondentů. Kvalita jeho

práce spočívá především ve zkušenostech. Musí umět navázat kontakt s lidmi. Tazatel je podroben neustálé kontrole a ověřování jeho práce.

Výhody osobního dotazování:

- Šetření může proběhnout v krátkém čase
- Osobní kontakt může u respondenta vyvolat zájem
- Při rozhovoru může tazatel využít delší dotazník
- Pořadí otázek se může měnit
- Umožňuje pokládat složitější otázky
- U složitějších otázek lze jejich význam objasňovat pomocí názorných prostředků

Nevýhody osobního dotazování:

- Tazatel může nesprávným vedením rozhovoru ovlivnit odpovědi respondenta
- Respondenti mohou mít při osobním rozhovoru určité zábrany, které ovlivňují odpovědi
- Respondenti se bojí identifikace, osobní dotazování může bránit v ochotě poskytovat informace
- Vysoké finanční náklady
- Vyhledávání respondentů je časově náročné [2,5]

Jako další možnosti šetření můžeme zmínit osobní setkání. V tomto případě se jedná o efektivní metodu získávání informací pomocí osobního pohovoru s osobami klíčového významu. V neposlední řadě je nutno uvést jako další možnost šetření semináře a diskusní setkání. V důsledku velké spotřeby času je tato metoda spíše neefektivní. Výhoda této metody se však projevuje při hledání odpovědí na složité a odborné otázky. [1]

## 2.5 Dotazník

Dotazník je nejrozšířenějším nástrojem marketingového výzkumu. Dotazník se používá u všech tří technik dotazování. Je určen k zaznamenávání zjišťovaných informací a navozuje komunikační atmosféru s respondentem. Dává jasné otázky, na které respondent odpovídá.

Před tvorbou dotazníku si musíme ujasnit cíle výzkumu a samotné tvorbě věnovat velkou pozornost. Při tvorbě je důležité specifikovat na co se budeme ptát a jak se budeme ptát. V dotazníku by měly být položeny otázky pouze na to, co je důležité pro cíle výzkumu. [2,4]

### 2.5.1 Stanovení procesu dotazování

Jednotlivé techniky šetření mají odlišné požadavky na tvorbu dotazníků, proto je nutné zvolit vhodný typ dotazníku. Při písemném dotazování musí respondent zvládnout vyplňování dotazníku sám. Na tento typ dotazníku jsou kladeny největší požadavky. Otázky musí být formulovány jasně, aby respondent pochopil, co se od něj požaduje i bez pomoci tazatele. Součástí dotazníku je průvodní dopis. Při osobním dotazování je důležité klást důraz nejen na potřeby respondentů, ale i tazatelů. Obsah dotazníku je tvořen oběma stranám. U telefonického dotazování se musí tazatel koncentrovat především na poslech. Respondentovi čte jak otázky, tak možné odpovědi. Tazatel musí mít připravený dotazník, který je možné snadno číst a rychle vyplňovat. Při telefonickém dotazování se používá zpravidla kratší dotazník, aby časově neomezoval nebo nenudil respondenta. V dotazníku nejsou použitelné složité otázky, protože tazatel nemůže nic ukazovat. [2]

### 2.5.2 Struktura a typy otázek v dotazníku

Otázky v dotazníku mohou být otevřené nebo uzavřené. Na otevřené otázky odpovídá respondent vlastními slovy a má příležitost volně vyjádřit vlastní názory. Uzavřené otázky tvoří seznam, ve kterém si respondenti zvolí odpověď z nabízených možností. Uzavřené otázky mají více podob a při vyplňování si tazatel nebo respondent zvolenou odpověď pouze zatrhuje. [2]

Struktura otázek v dotazníku by měla být uspořádána tak, aby z respondentovy strany tvořila logický celek:

- Úvodní otázky – účelem těchto otázek je vzbudit zájem a získat si důvěru a spolupráci respondenta.
- Filtrační otázky – účelem je zjistit, zda je respondent vhodný typ k poskytnutí informací.
- Zahřívací otázky – obecnější otázky, které nutí respondenta na vybavování z paměti.

- Specifické otázky – získané informace z tohoto typu otázek jsou nezbytné k objasnění zkoumaného problému.
- Identifikační otázky – tyto otázky jsou zaměřené na zjištění charakteristik respondenta.

Dotazník, který respondent vyplňuje by měl být vzhledově atraktivní. Otázky musí být přehledně uspořádané a dotazník nesmí být přeplněný. Měl by být vypracován tak, aby na respondenta nepůsobil jako příliš rozsáhlý. U otevřených otázek musí být dostatek místa pro uvedení odpovědi respondenta. Je vhodné i poděkovat za spolupráci. Doporučuje se, aby dotazník byl předběžně testován na vzorku respondentů určených pro cílový soubor.

[2,4]



## **II ANALYTICKÁ ČÁST**

### 3 CHARAKTERISTIKA MĚSTA ZLÍN

Zlín je statutární město a centrum Zlínského kraje. Je průmyslovým, podnikatelským a kulturním centrem. Leží v jihovýchodní části ČR a v jeho okolí se nachází několik významných oblastí se zachovalými přírodními a krajinnými hodnotami. Středem města protéká řeka Dřevnice. V současné době zde žije přibližně 80 tisíc obyvatel. Díky svému rozvoji a výstavbě, harmonicky vsazené do krásného životního prostředí, zůstává ojedinělým příkladem architektury a urbanismu 20. století. [8]

#### 3.1 Historie města

První písemná zmínka pochází z roku 1322. Zlín byl řemeslnicko-cechovním střediskem okolního valašského osídlení a sídlem panství. Pro rozvoj města byl velmi důležitý rok 1894, kdy zde založil svou obuvnickou firmu podnikatel Tomáš Baťa. Během několika let vybudoval prosperující a rychle rostoucí podnik, což přispělo k značné přistěhovatosti obyvatel. Po roce 1926 se Zlín stal moderním městským centrem. Tomáš Baťa pozval do Zlína mnoho renomovaných architektů. Rostly kolonie typických „baťovských“ staveb – rodinných domků, ale také výškových domů. Nejproslulejší stavbou z té doby je vysoký mrakodrap „Jednadvacítka“ – tehdejší sídlo ředitelství firmy Baťa. Od 1. ledna roku 1949 bylo město přejmenováno na Gottwaldov. V 30. letech zde vznikly zlínské filmové ateliéry, které proslavili svými animovanými díly především Karel Zeman a Hermína Týrlová. Po roce 1968 začala výstavba největšího zlínského panelového sídliště Jižní svahy, které bylo dokončeno až v 80. letech. V prosinci 1989 bylo rozhodnuto o navrácení původního názvu Zlín, k čemuž došlo k 1. lednu 1990. Zlín se stal statutárním městem. Ve městě docházelo k rozvoji soukromého podnikání. V roce 2001 byla založena Univerzita Tomáše Bati a vznikl samosprávný Zlínský kraj. [8,9]



Obrázek č. 2: Historický Zlín

## 4 DOTAZNÍKOVÉ ŠETŘENÍ

Tento výzkum jsem zaměřila na velmi podstatnou složku města a tím jsou podle mého názoru obyvatelé. Výzkum jsem jim plně přizpůsobila. Hlavním cílem dotazníku bylo vysledovat, jaká je celková spokojenost v oblasti občanské vybavenosti, životního prostředí, kulturního a sportovního vyžití. Otázky byly kladeny tak, aby mi poskytly údaje o tom, v čem obyvatelé vidí nedostatky, zda-li je ve městě co zlepšit, nebo jestli jsou obyvatelé spokojeni se současným stavem. V neposlední řadě jsem se pokusila zjistit, co obyvatelé ve městě postrádají a chtěli by plně využívat. Dotazník je soustředěn do čtyř oblastí, které jsou z mého pohledu velmi důležité pro kvalitní a spokojený život obyvatel města. Zpracovaný dotazník je uveden v PŘÍLOZE P I.

### 4.1 Cíl výzkumu

Cílem výzkumu je zjistit, jak jsou obyvatelé města Zlín spokojeni v oblasti občanské vybavenosti, životního prostředí, kulturního a sportovního vyžití. Zajímá mě celkový postoj obyvatel k těmto čtyřem oblastem. Zda-li mají dostatek vzdělávacích institucí. Jak jsou spokojeni s úrovní městské hromadné dopravy a životního prostředí. Jestli se aktivně zajímají o kulturní dění města. A zda-li je některý typ kulturního vyžití, který ve městě postrádají. Dále je cílem zjistit, kterých akcí se účastní, a kterých naopak ne a co je k takovému chování vede. Závěr výzkumu je věnován sportovnímu vyžití s cílem vysledovat spokojenost s nabídkou sportovních zařízení.

#### 4.1.1 Formulace hypotéz

**Hypotéza 1** = Budu předpokládat, že obyvatelé města Zlín jsou spíše spokojeni s místem, kde žijí.

**Hypotéza 2** = Budu předpokládat, že obyvatelé města Zlín jsou spíše spokojeni se strukturou vzdělávacích institucí ve městě.

**Hypotéza 3** = Budu předpokládat, že obyvatelé města Zlín jsou spíše spokojeni se sítí zdravotnických služeb ve městě.

**Hypotéza 4** = Budu předpokládat, že obyvatelé města Zlín nemají k dispozici dostatek sociálních služeb.

**Hypotéza 5** = Budu předpokládat, že obyvatelé města Zlín ve městě nejvíce postrádají domovy pro seniory a pečovatelské služby.

*Hypotéza 6* = Budu předpokládat, že úroveň městské hromadné dopravy je pro obyvatele města Zlín spíše dobrá.

*Hypotéza 7* = Budu předpokládat, že obyvatelům města Zlín nejvíce chybí aquapark a kluby.

*Hypotéza 8* = Budu předpokládat, že se podle obyvatel města Zlín životní prostředí ve městě spíše zlepšuje.

*Hypotéza 9* = Budu předpokládat, že se obyvatelé města Zlín aktivně zajímají o kulturní dění ve městě.

*Hypotéza 10* = Budu předpokládat, že obyvatelé města Zlín nejvíce využívají divadelní a filmová představení.

*Hypotéza 11* = Budu předpokládat, že obyvatelé města Zlín jsou spokojeni s nabídkou sportovního vyžití ve městě.

*Hypotéza 12* = Budu předpokládat, že obyvatelé města Zlín nejvíce využívají krytý bazén a fitness centrum.

## **4.2 Plán výzkumu**

Před tvorbou dotazníku jsem si sestavila plán výzkumu. Jasně jsem si stanovila postup, kterého jsem se v průběhu tvorby dotazníku držela. Plán jsem soustředila na sběr sekundárních dat, na cílovou skupinu, na metody, které jsem v průběhu výzkumu využila, na pozdější způsob zpracování dat a na časový harmonogram. Výstupem jsou výsledky zpracované do grafů.

### **4.2.1 Cílová skupina**

Dotazník se vztahuje pouze na obyvatele města Zlín. Věková struktura respondentů je omezena hranicí 15 let. Domnívám se, že už i tito občané dokáží objektivně posoudit, zdali jsou/nejsou spokojeni s místem, kde žijí, a zdali mají něčeho nedostatek.

### **4.2.2 Použité metody**

Pro tento výzkum jsem zvolila nejrozšířenější nástroj marketingového výzkumu a tím je dotazník. Je využitelný pro získávání a zpracování kvantitativních dat. V záhlaví dotazníku jsou pro respondenty uvedeny pokyny k vyplnění. V dotazníku, který jsem vytvořila, je kladeno 22 kombinovaných typů otázek. Obsahuje jak uzavřené, tak i otevřené otázky. 19

otázek je uzavřených, přičemž v sedmi z nich je možné označit více odpovědí. V prvních tří jde o základní údaje o respondentovi. 3 otázky jsou otevřené a u všech tří je možné uvést více možností. Pro získání seriózních výsledků jsem oslovila vhodné respondenty, tak abych využila všech možností věkové struktury obyvatel. Oslovila jsem 120 respondentů a rozeslala jim dotazník. I přesto, že jsem prodloužila dobu návratnosti o týden, nepodařilo se mi získat všech 120 dotazníků nazpět. Z odeslaných 120 dotazníků se mi jich vrátilo 90, což je 75 % návratnosti. Vyhodnotila jsem získané údaje a poté jsem je zpracovala do níže uvedených grafů. Jsem přesvědčena, že vzhledem k velkému množství odeslaných dotazníků je získaný vzorek reprezentativní.

#### 4.2.3 Způsob zpracování

Získaná data jsem zpracovala tímto způsobem:

Prázdný formulář dotazníku jsem si vytiskla a zaznamenávala jsem si do něho četnost u jednotlivých otázek, které byly respondentovi kladeny. Všechny odpovědi jsem sečetla a obdržené výsledky přepočítala na procenta. Výsledky u jednotlivých otázek jsou následně zpracovány do grafů.

#### 4.2.4 Časový harmonogram

Časový harmonogram jsem si rozdělila následovně: V prvním týdnu jsem si definovala hypotézy, provedla sběr sekundárních dat a sestavila vlastní dotazník. V druhém a třetím týdnu probíhalo dotazníkové šetření a sběr dat. V poslední fázi, tj. ve čtvrtém týdnu jsem data vyhodnotila a výsledky zpracovala do grafů.

Tabulka 1. Časový harmonogram

Délka trvání v týdnech				
Aktivita	1	2	3	4
Definice hypotéz	•			
Sběr sekundárních dat	•			
Sestavování dotazníků	•			
Sběr dat		•	•	
Vyhodnocení dat				•

### 4.3 Sekundární výzkum – město v číslech [10]

Tento výzkum byl proveden na základě sčítání lidu, domů a bytů ve spolupráci s Magistrátem města Zlín v roce 2001. Sčítání je statistické zjišťování, při němž jsou k jednomu okamžiku zjištěny údaje o obyvatelstvu, jeho demografických, sociálních a ekonomických charakteristikách aj. Jedná se tedy o úplné šetření. [11]

Počet obyvatel: 77 803 (k 31. 12. 2008)

Rozloha města: 123 km<sup>2</sup>

**Tabulka 2:** Věková struktura obyvatel

Věk	Muži	Ženy	Celkem
0 – 14	7193	6809	14002
15 – 59	26015	26914	52929
60 +	6444	9651	16095
Celkem	39652	43374	83026

Ze sekundárního výzkumu v oblasti věkové struktury plyne, že složení obyvatel města je téměř vyrovnané (muži 48 % a ženy 52 %). Věkovou strukturu 0 -14 tvoří 17 % obyvatel a nejvíce zastoupenou věkovou strukturou je rozmezí 15 -59 s 64 % (jedná se o většinu obyvatel města). Rozmezí 60 a více tvoří 19 % obyvatel.

**Tabulka 3:** Vzdělanostní struktura pracovní síly

	Muži	Ženy	Celkem
Základní	2510	4760	7270
Střední bez maturity	10413	7019	17432
Střední s maturitou	6493	8194	14687
Vysokoškolské	3796	2041	5810

Z tabulky vzdělanostní struktury pracovní síly je zřejmé, že základní vzdělání má 35 % mužů a 65 % žen. Následuje střední vzdělání bez maturity, ve kterém převažují muži s 60 %. Žen se středním vzděláním bez maturity je 40 %. Střední vzdělání s maturitou má 44 % mužů a 56 % žen. Více vysokoškolačku je mezi muži (65 %), žen s vysokoškolským titulem je 35 %.

Tabulka 4: Ekonomicky aktivní obyvatelstvo dle odvětví

Odvětví	Muži	Ženy	Celkem
Zemědělství, lesní a vodní hospodářství	2299	1183	3482
Průmysl	10176	7919	18095
Stavebnictví	3537	1425	4962
Doprava a spoje	1436	720	2165
Obchod, výrobní činnosti	1650	3286	4936
Školství, kultura, soc. péče a zdravotnictví	1452	4703	6155
Jiné	2744	2834	5578
Celkem	23294	22070	45364

Tato oblast výzkumu byla zaměřena na ekonomicky aktivní obyvatelstvo dle odvětví. Z výsledků plyne, že nejvíce jsou aktivní obyvatelé v průmyslovém odvětví (40 %), následuje školství, kultura, sociální péče a zdravotnictví s 14 % výsledkem. Jiná odvětví mají 12 % ekonomicky aktivních obyvatel, následuje stavebnictví, obchod a výrobní činnosti s téměř shodným procentuálním výsledkem (stavebnictví 11 %, obchod a nevýrobní činnost 10 %). 8 % obyvatel je aktivních v zemědělství, v lesním a vodním hospodářství. Nejméně ekonomicky aktivních obyvatel má dopravní odvětví, získalo 5 %.

Tabulka 5: Školství

Typ škol	
Mateřská	30
Základní	17
Střední	20
Univerzita	1

Následující tabulka pojednává o přehledu vzdělávacích zařízení ve městě. Vyplývá z ní, že zde je 30 mateřských školek, 17 základních škol, 20 středních škol a 1 vysoká škola (Univerzita Tomáše Bati).

Tabulka 6: Zdravotnictví a sociální péče

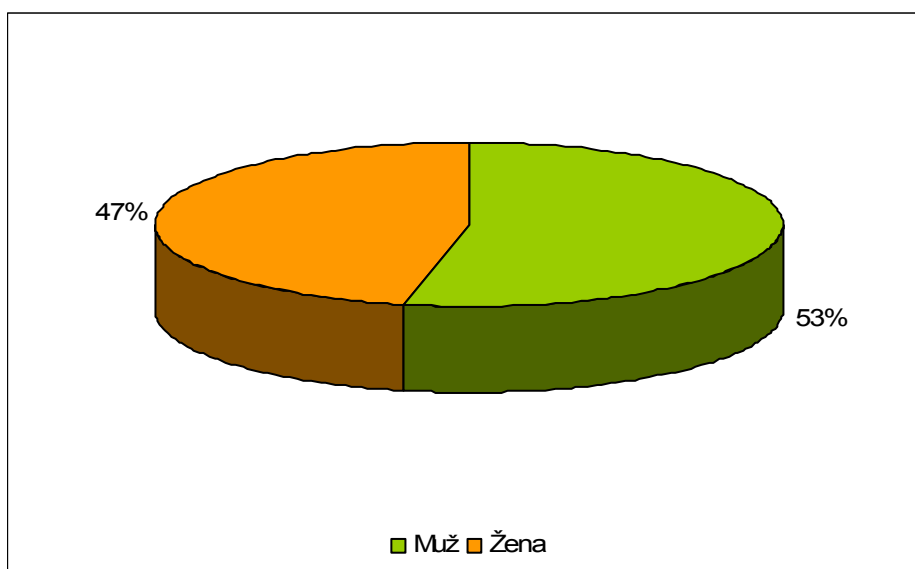
Zdravotnictví, sociální péče	
Nemocnice	2
Léčebna pro dlouhodobě nemocné	1
Počet lůžek	1275
Počet lékařských míst	209
Počet obyvatel na jednoho lékaře	318
Lékárny	9
Zařízení sociální péče	3
Domy s pečovatelskou službou	5

I v tomto případě se jedná pouze o přehled, tentokrát zdravotní a sociální péče ve městě. Z výsledků tabulky je zřejmé, že ve městě existují dvě nemocnice (Krajská nemocnice Tomáše Bati a nemocnice Atlas). Z výsledků dále plyne, že občané mají k dispozici jednu LDN a devět lékáren. Kapacita lůžek je 1 275 míst a na jednoho lékaře připadá 318 obyvatel. Celkový počet lékařů je 209. Je zřejmé, že zařízení sociální péče (3) a domovy s pečovatelskou službou (5) nemají ve městě velké zastoupení.

#### 4.4 Primární výzkum – vyhodnocení dotazníků

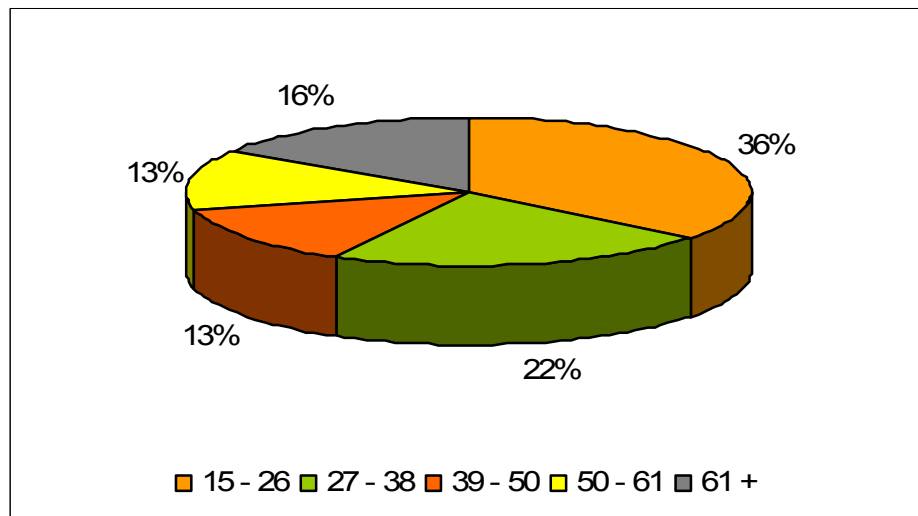
##### 9. část: Základní údaje o respondentech

Pohlaví respondenta:

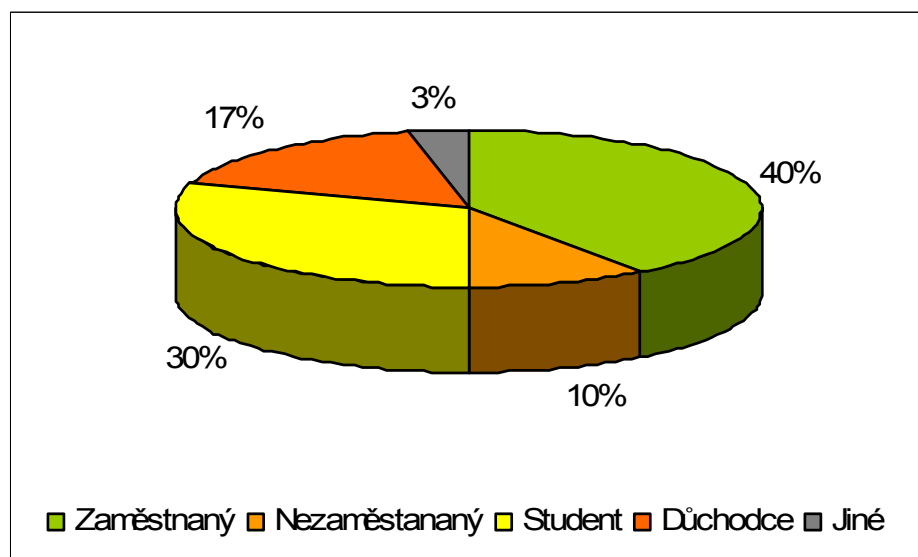


Graf 1. Pohlaví respondentů (vlastní zdroj)



Věková struktura:

Graf 2. Věková struktura respondentů (vlastní zdroj)

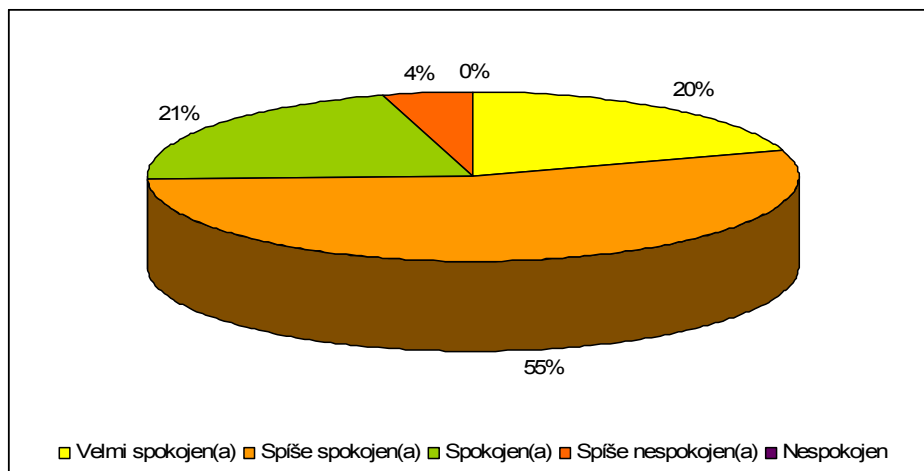
Sociální struktura:

Graf 3. Sociální struktura respondentů (vlastní zdroj)

Z prvního grafu vyplývá, že výzkumu se zúčastnilo 48 mužů a 42 žen (53 % mužů a 47 % žen), tzn. že poměr je téměř vyrovnaný. Největší počet respondentů je ve věku 15 – 26 let (36 %), což znázorňuje druhý graf. Na druhém místě je věková struktura 27 – 38 (22 %), následuje věková struktura 61 a více (16 %) a se shodným procentuálním výsledkem je na posledním místě věková struktura 39 – 50 (13 %) a 50 – 61 (13 %). Z třetího grafu je zřejmé, že nejvíce respondentů je zaměstnaných (40 %). Druhou největší skupinu tvoří studenti (30 %), dále pak důchodci se 17 %, 10 % je nezaměstnaných a 3 % uvedly jinak.

## 2. část: Výsledky dotazníkového šetření

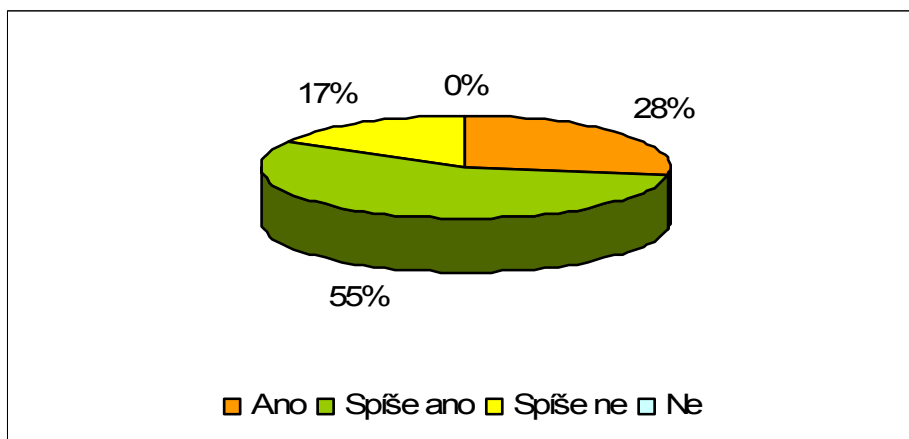
### 1. Jak jste spokojen(a) s Vaším městem, jako s místem, kde žijete?



**Graf 4.** Spokojenost obyvatel s místem, kde žijí (vlastní zdroj)

Z výše uvedeného grafu vyplývá, že většina respondentů (55 %) je spíše spokojena s místem, kde žije. Tento výsledek potvrzuje *Hypotézu 1*. 4 respondenti (4 %) jsou spíše nespokojeni. Nespokojen není nikdo. Možnosti velmi spokojen a spokojen jsou téměř vyrovnané.

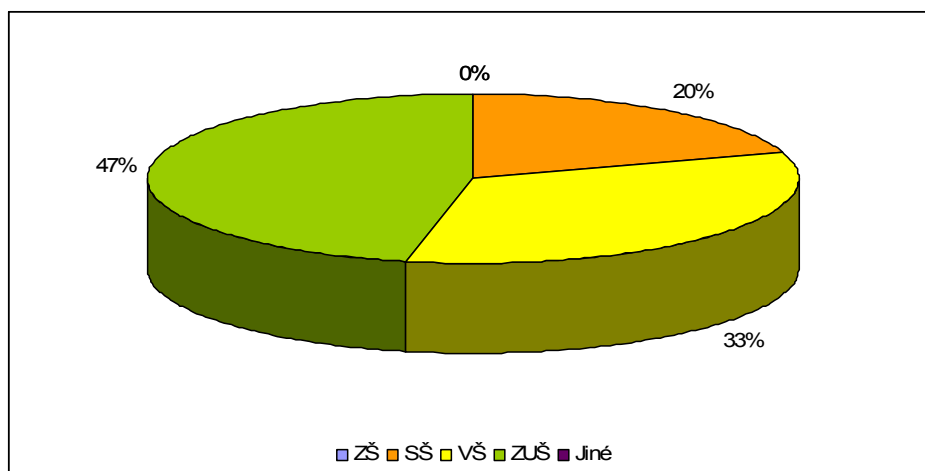
### 2. Jste spokojen(a) se strukturou vzdělávacích institucí ve městě?



**Graf 5.** Spokojenost obyvatel se strukturou vzdělávacích institucí (vlastní zdroj)

Z výsledků grafu č. 5 vyplývá, že se mi potvrdila *Hypotéza 2*. Více než polovina respondentů (55 %) odpověděla na tuto otázku „spíše ano“, z toho je zřejmé, že většina dotazovaných je spíše spokojena se strukturou vzdělávacích institucí ve městě. 25 respondentů (28 %) označilo možnost „ano“, tzn. že jsou spokojeni. Nespokojen není nikdo a pouze 15 respondentů (17 %) odpovědělo „spíše ne“.

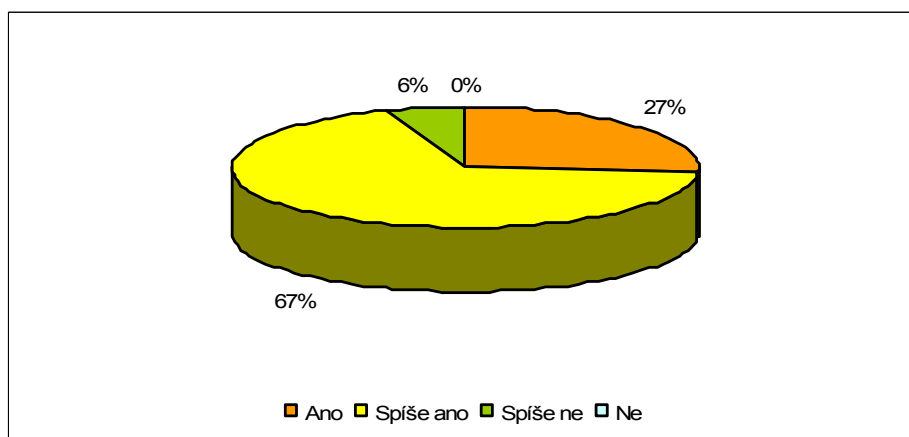
► Jestliže jste označili možnost „spíše ne“ nebo „ne“, uveďte, které vzdělávací instituce máte nedostatek:



**Graf 6.** Nedostatek vzdělávacích institucí z pohledu obyvatel (vlastní zdroj)

Z grafu je zřejmé, že 3 respondenti (20 %) postrádají ve městě dostatek středních škol. 5 respondentů (33 %) má nedostatek vysokých škol. V tomto případě můžeme říci, že respondenti postrádají studijní obory. Sedmi respondentům (47 %) ve městě chybí dostatek základních uměleckých škol. Nikdo neuvedl jinou odpověď. Tento výzkum je prováděn z pouhých patnácti respondentů, kteří jsou spíše nespokojeni se strukturou vzdělávacích institucí ve městě.

3. Jste spokojen(a) se sítí zdravotnických služeb ve městě?



**Graf 7.** Spokojenost obyvatel se sítí zdravotnických služeb (vlastní zdroj)

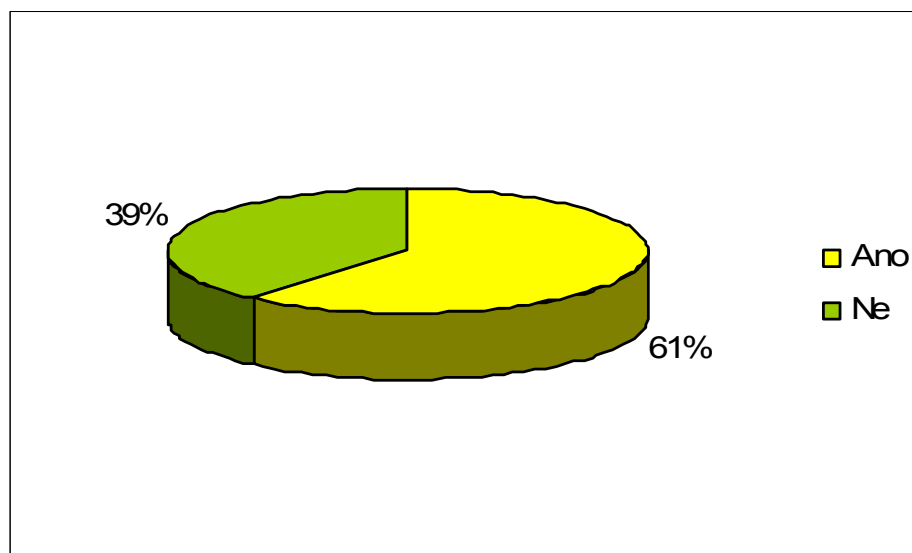
Jak jsem předpokládala, většina dotazovaných (67 %) je spíše spokojena se sítí zdravotnických služeb ve městě. Opět se mi potvrdila jedna ze stanovených hypotéz, tentokrát *Hypotéza 3*. 24 respondentů (27 %) na tuto otázku odpovědělo „ano“, z toho

vyplývá, že je spokojeno. 5 respondentů (6 %) je spíše nespokojeno a nespokojen není nikdo.

► Jestliže jste označili možnost „spíše ne“ nebo „ne“, uveďte, která zdravotnická zařízení Vám ve městě chybí:

V tomto případě se jedná o otevřenou otázku, u které se bohužel projevila neochota ze strany dotazovaných. Z celkového počtu 5 respondentů, kteří na předchozí otázku odpověděli „spíše ne“, pouze jeden respondent uvedl odpověď. Ve městě postrádá ortopedii a specializovaná pracoviště, která se běžně vyskytují ve fakultních nemocnicích.

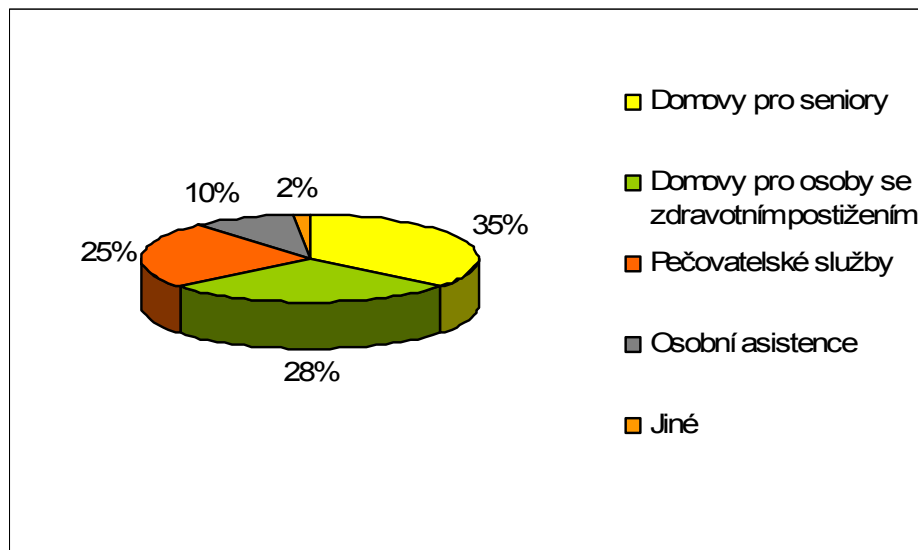
#### 4. Máte k dispozici dostatek sociálních služeb?



**Graf 8.** Dostatek sociálních služeb z pohledu obyvatel města (vlastní zdroj)

Na základě odpovědí je Grafu č. 8 zřejmé, že většina obyvatel (61 %) má ve městě dostatek sociálních služeb. V tomto případě se mi nepotvrdila *Hypotéza 4*, ve které jsem předpokládala, že obyvatelé nemají k dispozici dostatek sociálních služeb ve městě. I přes většinu respondentů, kteří odpověděli kladně, reagovalo na tuto otázku 35 respondentů (39 %) záporně.

► Jestliže ne, kterou ze sociálních služeb postrádáte?

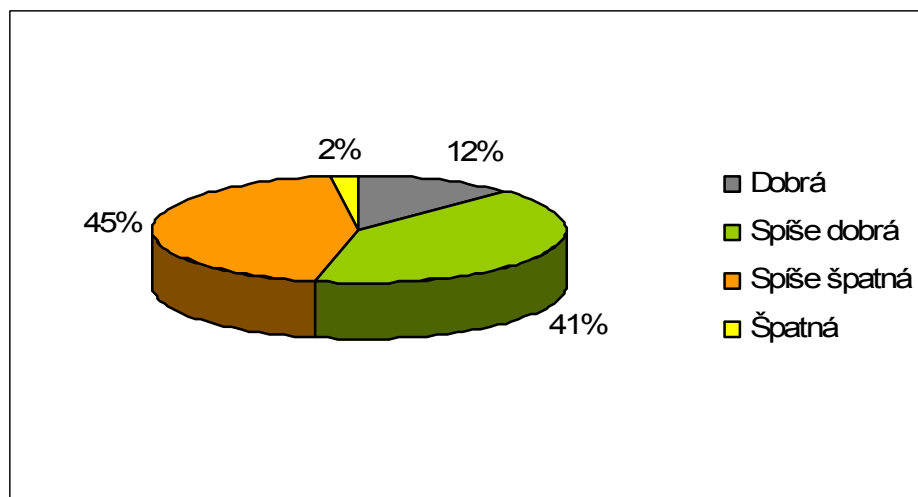


**Graf 9.** Nedostatek sociálních služeb z pohledu obyvatel města

(vlastní zdroj)

Ze záporně odpovídajících respondentů, má 35 % nedostatek domovů pro seniory a tím se mi z části potvrdila *Hypotéza 5*. 28 % respondentům chybí dostatek domovů pro osoby se zdravotním postižením, 25 % má nedostatek pečovatelských služeb, 10 % respondentů ve městě chybí dostatek osobních asistencí a 2 % odpověděly jinak.

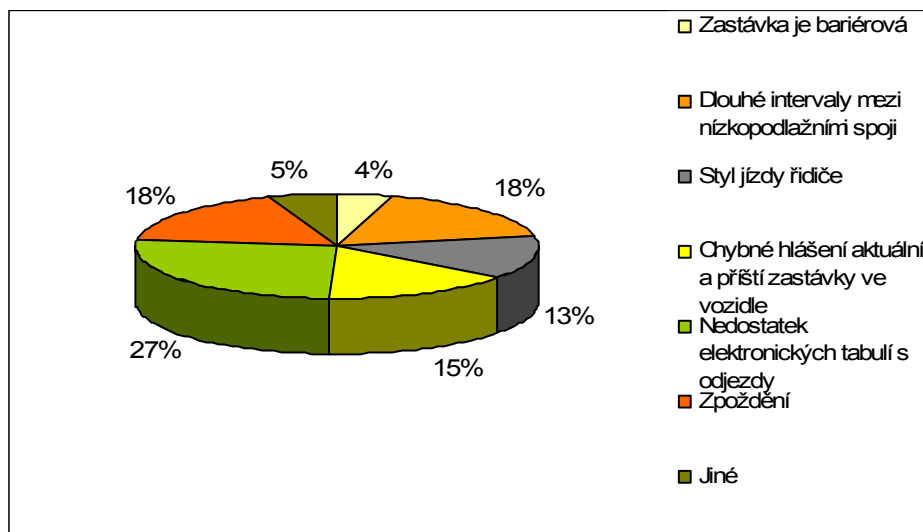
5. Jaká je podle Vašeho názoru úroveň městské hromadné dopravy?



**Graf 10.** Úroveň městské hromadné dopravy (vlastní zdroj)

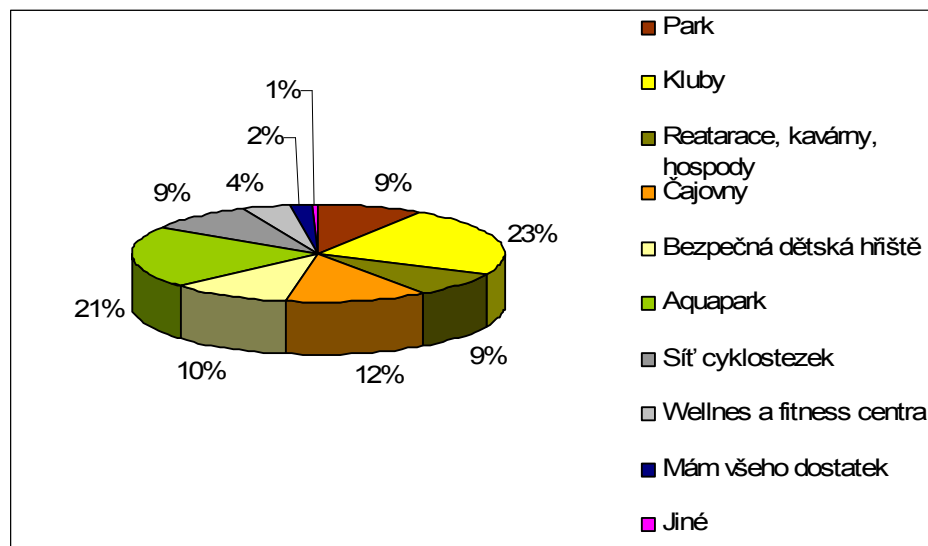
Úroveň městské hromadné dopravy je na základě odpovědí 40 respondentů (45 %) spíše špatná, což nepotvrdilo moji *Hypotézu 6*. 37 dotazovaných (41 %) považuje úroveň MHD za spíše dobrou, 11 (12 %) odpovědělo také kladně a úroveň považují za dobrou a podle dvou respondentů (2 %) je úroveň špatná.

► Jestliže jste označili možnost „spíše špatná“ nebo „špatná“, uveďte hlavní důvod:



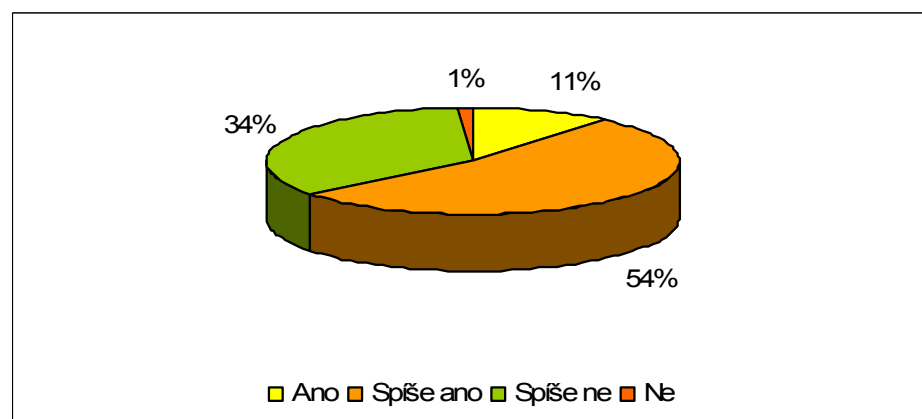
**Graf 11.** Důvody nespokojenosti obyvatel s MHD (vlastní zdroj)

Tento graf poukazuje na nespokojenost obyvatel s MHD a vyplývá z něj, že nejvíce respondentů (27 %) uvádí jako hlavní důvod nedostatek elektronických tabulí s odjezdy. Jako další důvod, který vede k jejich nespokojenosti, uvádí dlouhé intervaly mezi nízkopodlažními spoji a zpoždění se shodným procentuálním výsledkem (18 %). 15 % respondentů uvedlo jako důvod nespokojenosti chybné hlášení aktuální a příští zastávky ve vozidle, 13 % uvedlo styl jízdy řidiče a 4 % dotazovaných má nedostatek bezbariérových zastávek. 5 % respondentů reagovalo na tuto otázku jinak.

6. Uveďte zařízení pro trávení volného času, které Vám ve městě chybí:

**Graf 12.** Nedostatek zařízení pro trávení volného času z pohledu obyvatel  
(vlastní zdroj)

V tomto případě se potvrdila *Hypotéza 7*. Obyvatelům města Zlín nejvíce chybí kluby (23 %) a aquapark (21 %). 12 % respondentů postrádá ve městě čajovny. Nedostatek bezpečných dětských hřišť uvedlo 10 % respondentů. Se shodným výsledkem (9 %) vyplynul z grafu nedostatek cyklostezek, parků, restaurací, kaváren a hospod. Wellnes a fitness centra chybí čtyřem procentům respondentů. Pouhé 2 % dotazovaných mají všeho dostatek a 1 % uvedlo jinou odpověď.

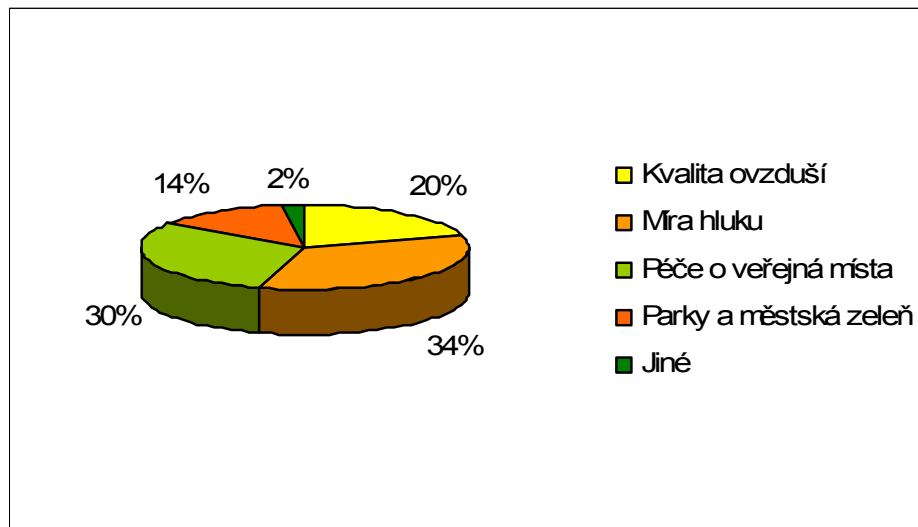
7. Domníváte se, že se životní prostředí ve městě za poslední roky zlepšuje?

**Graf 13.** Zlepšení stavu životního prostředí za poslední roky (vlastní zdroj)

Z grafu vyplývá, že podle většiny respondentů (54 %) se životní prostředí za poslední roky spíše zlepšuje. Tento výsledek potvrzuje moji *Hypotézu 8*. 10 dotazovaných (11 %)

odpovědělo také kladně a domnívá se, že se zlepšuje. Další dva výsledky vyplývají ze záporných odpovědí. 31 respondentů (34 %) se domnívá, že se spíše nezlepšuje a u jednoho procenta dotazovaných se nezlepšuje.

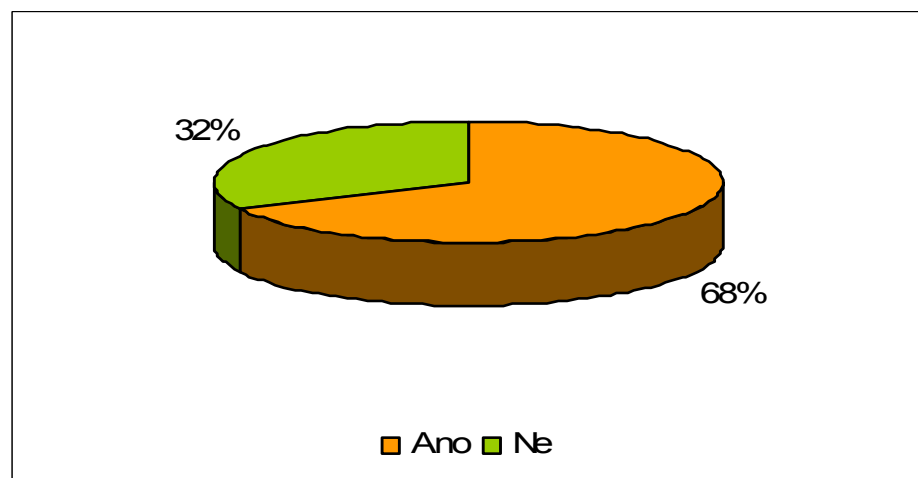
► Pokud jste označili možnost „spíše ne“ nebo „ne“, v čem vidíte nedostatky?



**Graf 14.** *Nedostatky ve stavu životního prostředí z pohledu obyvatel  
(vlastní zdroj)*

Jak můžeme vyčíst z grafu, míra hluku (34 %) je pro obyvatele města hlavním nedostatkem ve stavu životního prostředí. Nedostatek vidí obyvatelé také v péči o veřejná místa (30 %). 20 % respondentů poukazuje na špatnou kvalitu ovzduší. 14 % dotazovaných uvedlo nedostatek parků a městské zeleně a 2 % uvedla jinou odpověď.

8. Zajímáte se aktivně o kulturní dění ve Vašem městě?



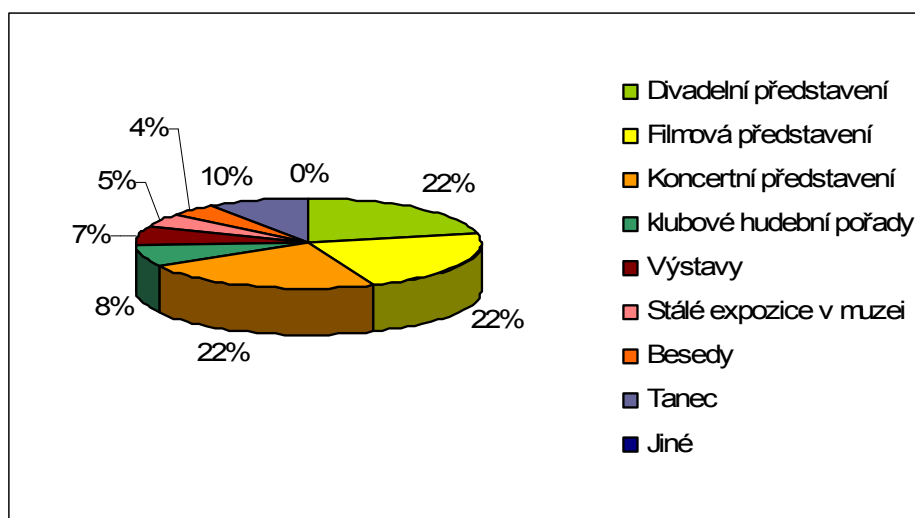
**Graf 15.** *Aktivní zájem obyvatel o kulturní dění ve městě (vlastní zdroj)*



Při odpovědích na tuto otázku se mi potvrdil předpoklad (*Hypotéza 9*), že většina obyvatel (68 %) se aktivně zajímá o kulturní dění ve městě. 29 respondentů (32 %) odpovědělo na tu to otázku záporně.

► Jestliže jste označili možnost „ano“, uveďte:

Které z následujících typů kulturního vyžití využíváte?



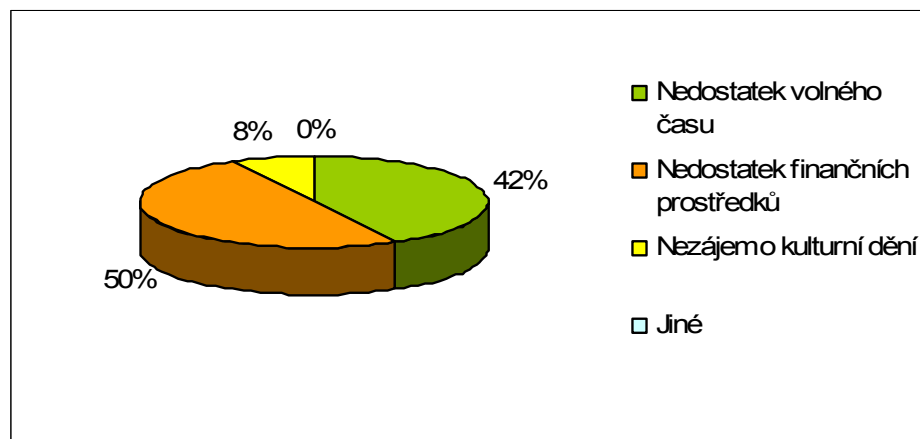
**Graf 16.** Využívané typy kulturního vyžití z pohledu obyvatel (vlastní zdroj)

Jak jsem předpokládala (*Hypotéza 10*), nejvíce obyvatel (22 %) navštěvuje filmová a divadelní představení. Se shodným procentuálním výsledkem (22 %) vyplynulo z grafu, že obyvatelé také navštěvují koncertní představení. Ostatní výsledky, vyplývající z grafu jsou následující: 10 % dotazovaných uvedlo tanec, 8 % respondentů navštěvuje klubové hudební pořady, 7 % respondentů výstavy, 5 % stálé expozice v muzei a 4 % dotazovaných chodí na besedy.

► Kterých kulturních akcí jste se v průběhu půl roku účastnili?

Jednalo se o otevřenou otázku, ve které respondenti odpovídali vlastními slovy. Dotazovaní uváděli, že se účastnili divadelních představení v Městském divadle Zlín, filmových představení v kinech, koncertů v Domě umění a folklórních akcí. I v tomto případě jsem se setkala s neochotou ze strany dotazovaných. I přesto, že se většina obyvatel aktivně zajímá o kulturní dění ve městě, byla návratnost odpovědí velmi nízká.

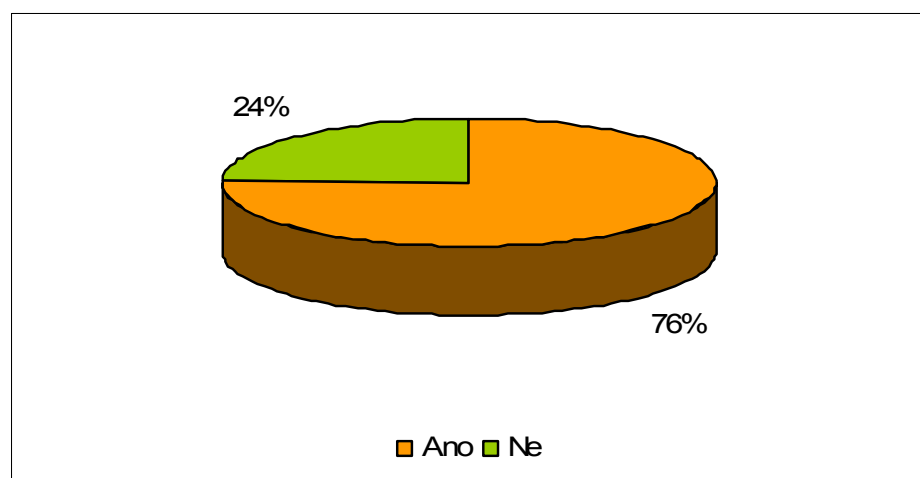
► Jestliže jste označili možnost „ne“, je hlavním důvodem:



**Graf 17.** Důvody neúčasti na kulturních akcích ve městě (vlastní zdroj)

Tento graf poukazuje na důvody neúčasti na kulturních akcích ve městě a vyplývá z něj, že nejvíce obyvatel se neúčastní kulturních akcí z důvodu nedostatku finančních prostředků (50 %) a nedostatku volného času (42 %). 8 % dotazovaných uvedlo, že je kulturní dění ve městě nezajímá.

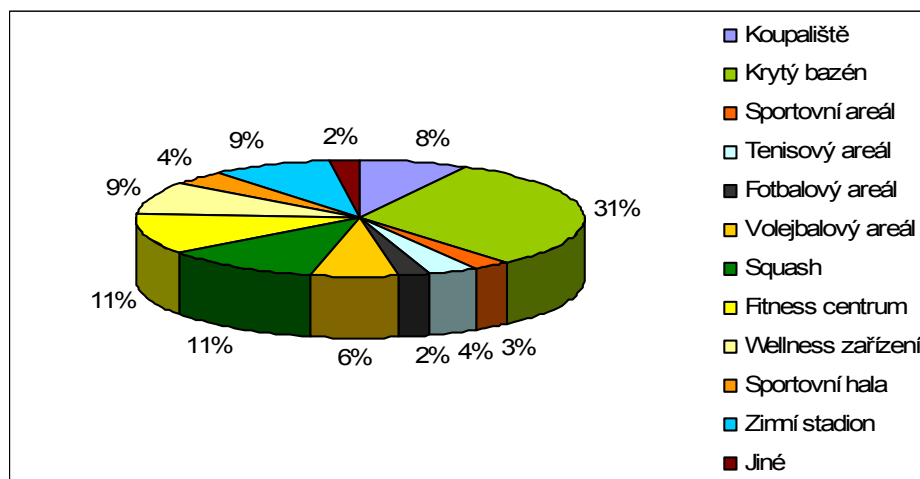
9. Jste spokojen(a) s nabídkou sportovního vyžití ve městě?



**Graf 18.** Spokojenost obyvatel s nabídkou sportovního vyžití  
(vlastní zdroj)

Při analýze dat tohoto grafu se potvrdil můj předpoklad (*Hypotéza 11*), že většina obyvatel města je spokojena s nabídkou sportovního vyžití. Na tuto otázku odpovědělo 68 respondentů (76 %) kladně a 22 respondentů (24 %) uvedlo zápornou odpověď.

► Jestliže ano, jaké sportovní zařízení využíváte?



**Graf 19.** Využívané sportovní zařízení z pohledu obyvatel (vlastní zdroj)

Podle výsledků Grafu č 19 je zřejmé, že nejvíce vyžívaným sportovním zařízením je krytý bazén, který využívá 31 % dotazovaných, což zcela potvrdilo moji *Hypotézu 12*. Se shodným procentuálním výsledkem (11 %) následují fitness centra a squash. Opět shodný procentuální výsledek (9 %) má i wellness zařízení a zimní stadion. 8 % dotazovaných odpovědělo, že využívá koupaliště. 6 % respondentů navštěvuje volejbalový areál. Shodný procentuální výsledek (4 %) má i sportovní hala a tenisový areál. 3 % uvedly sportovní areál, 2 % uvedly fotbalový areál a 2 % respondentů odpověděly jinak.

► Jestliže ne, jaké sportovní zařízení ve městě postrádáte a chtěli byste jej využívat?

V závěrečné otevřené otázce byla odpověď všech respondentů téměř jednoznačná. Z 22 respondentů, kteří nejsou spokojeni s nabídkou sportovního vyžití ve městě, postrádá 21 z nich aquapark. Pouze podle jednoho respondenta chybí ve městě dostatek sportovního vyžití pro děti.

## 5 SWOT ANALÝZA

SWOT analýza se dnes považuje za moderní metodu regionálního rozvoje. Je to analýza silných a slabých stránek obce, příležitostí a hrozeb, přicházejících hlavně z vnějšího prostředí obce, ale i z obce samotné a subjektů působících na jejím území.

**S** (Strengths) = silné

**W** (Weaknesses) = slabé

**O** (Opportunities) = příležitosti

**T** (Threats) = hrozby

Abychom se mohli začít zabývat praktickou realizací analýzy SWOT, je nutno provést jednoznačné vymezení obce, které se má analýza a následné vypracování strategie týkat. Následující SWOT analýza se týká města Zlín a zabývá se čtyřmi oblastmi, vyplývajícími z provedeného výzkumu. [1,6]

### 5.1 Občanská vybavenost

#### 5.1.1 Silné stránky

- ▶ ve městě je univerzita (Univerzita Tomáše Bati)
- ▶ dostavba nového Univerzitního centra
- ▶ dostatečná kapacita školských zařízení – ZŠ, SŠ, ZUŠ
- ▶ kvalitní lékařská péče (existence dvou nemocnic – Krajská nemocnice Tomáše Bati a nemocnice Atlas, vyhlášená oční klinika, praktičtí lékaři aj.)
- ▶ odborní pracovníci v oblasti sociálních služeb
- ▶ propojení MHD s Otrokovicemi

#### 5.1.2 Slabé stránky

- ▶ nerozšířené studijní obory univerzity (chybí např. studium práva, medicíny, jazyků)
- ▶ v nemocnici chybí specializovaná pracoviště – např. ortopedie

- ▶ město postrádá dostatek domovů pro seniory, domovů pro osoby se zdravotním postižením, pečovatelské služby a azylové domy pro osoby v těžké životní situaci, krizová centra
- ▶ počet spojů MHD není přizpůsoben množství obyvatel
- ▶ obyvatelé mají nedostatek zařízení pro trávení volného času – např. kluby

### 5.1.3 Příležitosti

- ▶ další rozvoj Univerzity Tomáše Bati – projekty celoživotního vzdělávání
- ▶ zefektivnění a modernizace MHD – nízkopodlažní spoje, elektronické tabule s odjezdy
- ▶ vytvoření potřebných sociálních služeb
- ▶ zvýšení atraktivity a počtu bytů

### 5.1.4 Hrozby

- ▶ nárůst počtu lidí se zdravotním postižením
- ▶ vzrůstající nedostatek sociálních služeb
- ▶ nedostatek připravených projektů pro rozvoj města

## 5.2 Životní prostředí

### 5.2.1 Silné stránky

- ▶ město zeleně
- ▶ ochota obyvatel třídit odpad
- ▶ ekologický způsob využití MHD – trolejbusy, autobusy

### 5.2.2 Slabé stránky

- ▶ nedostatečná kvalita zeleně v centru města – např. přestárlé stromy
- ▶ vysoká míra hluku – způsobena vedením rušné komunikace napříč centrem města
- ▶ kvalita ovzduší – zvýšená doprava v centru města

- ▶ nedostačující zajištění úklidu veřejných míst – v oblasti vlakového a autobusového nádraží, silně znečištěné podchody

### 5.2.3 Příležitosti

- ▶ vybudování obchvatu města – povede ke snížení dopravní zátěže v centru
- ▶ zlepšení kvality údržby veřejných míst

### 5.2.4 Hrozby

- ▶ neřešená situace v městské hromadné dopravě bude mít za následek častější využití vlastních dopravních prostředků – povede ke zhoršení životního prostředí
- ▶ nárůst emisí a hluku z rostoucí dopravy bude mít za následek zvýšenou zátěž obyvatelstva

## 5.3 Kulturní vyžití

### 5.3.1 Silné stránky

- ▶ kulturní akce mezinárodního významu – Mezinárodní filmový festival pro děti a mládež
- ▶ ve městě působí řada významných kulturních institucí a organizací – Městské divadlo Zlín, Dům umění, Filharmonie Bohuslava Martinů, kulturní institut Alternativa aj.
- ▶ tradice konání kulturních akcí – studenti aktivně přispívají k realizaci kulturních akcí ( např. Miss Academia, Zlínský pes aj.)
- ▶ dostatek lidských zdrojů v oblasti kultury
- ▶ existence multikina – OC Zlaté jablko

### 5.3.2 Slabé stránky

- ▶ málo ubytovacích kapacit vyšší úrovně pro hosty mezinárodních kulturních akcí

### 5.3.3 Příležitosti

- ▶ finanční podpora kulturních zařízení

- ▶ reakce na potřeby mladých lidí – univerzitní město

#### 5.3.4 Hrozby

- ▶ nedostatek finančních prostředků – z řad poskytovatelů kulturních akcí i z řad obyvatel
- ▶ nedostatek volného času ze strany obyvatel
- ▶ nezájem o kulturní dění
- ▶ upadající zájem o kina a divadla – internetové pirátství

### 5.4 Sportovní vyžití

#### 5.4.1 Silné stránky

- ▶ možnost různorodého výběru sportovního vyžití
- ▶ zvýhodněné vstupné do sportovních zařízení – např. slevy pro studenty

#### 5.4.2 Slabé stránky

- ▶ nedostačující kapacita sportovních zařízení- např. fitness centra
- ▶ zastaralé sportovní zařízení – např. krytý bazén
- ▶ ve městě chybí aquapark

#### 5.4.3 Příležitosti

- ▶ vybudování komplexního sportoviště
- ▶ existence sportovních škol
- ▶ vybudování aquaparku a sítě cyklostezek

#### 5.4.4 Hrozby

- ▶ nezájem o sportovní dění
- ▶ nedostatek finančních prostředků ze strany obyvatel
- ▶ nedostatek volného času ze strany obyvatel

## 6 CELKOVÉ ZHODNOCENÍ VÝZKUMU A NÁVRHY NA ZLEPŠENÍ

Výzkum jsem prováděla na základě písemného dotazování. Z provedeného výzkumu, z kterého jsem následně vyhodnotila data, jsem dospěla k zajímavým informacím. A to jak k pozitivním, tak negativním. Vyhodnocená data jsou ztotožněna pouze se skupinou respondentů, která se na nich podílela. V tomto případě se jednalo o obyvatele města Zlína. Celý výzkum jsem směřovala na celkovou spokojenost obyvatel s občanskou vybaveností, životním prostředím, kulturním a sportovním vyžitím ve Zlíně.

### Základní údaje

Z výsledků výzkumu jsem dospěla k následujícím zjištěním. Ze 120 plánovaných respondentů se výzkumu zúčastnilo 75 %. Návratnost dotazníku je tedy velmi dobrá. Poměr pohlaví je téměř vyrovnaný (53 % mužů a 47 % žen). Většina z nich tvoří věkovou strukturu 15 -26 let (36 %). Druhou největší skupinou je věková struktura 27 – 38 let (22 %). Nejvíce respondentů je zaměstnaných (40 %) a studentů (30 %).

### Spokojenost obyvatel s místem, kde žijí

Z výsledků obecné části dotazníkového šetření je zřejmé, že většina dotazovaných je spokojena s životem ve Zlíně a z tohoto zjištění usuzuji, že obyvatelé nemají potřebu se odstěhovat.

### Spokojenost se strukturou vzdělávacích institucí

Při pohledu na výsledky šetření se ukázalo, že spokojenost se školstvím ve Zlíně je na velmi vysoké úrovni. Většina dotazovaných netrpí nedostatkem vzdělávacích institucí. Zlín je navíc sídlem Univerzity Tomáše Bati, která poskytuje studentům možnosti výběru studia na šesti fakultách. V současné době probíhá dostavba druhé části Univerzitního centra, která o to více rozšíří prostory výuky. Z mého pohledu výskyt univerzity ve městě způsobuje příliv mladých lidí, proto bych jako návrh na zlepšení uvedla další rozvoj univerzity, např. ve formě projektů celoživotního vzdělávání. S narůstajícím počtem studentů, kteří chtějí studovat vysokou školu, vzniká i zájem o nové studijní obory.

### Spokojenost se sítí zdravotnických služeb

Taktéž mi z výsledků výzkumu vyplynulo, že naprostá většina dotazovaných je spokojena s kvalitou lékařské péče. Obyvatelé mají k dispozici dvě nemocnice, tj. Krajská nemocnice



Tomáše Bati a nemocnice Atlas). Kvalita lékařské péče ve městě spočívá i v dostatečném množství praktických lékařů. Co se týče Krajské nemocnice, neodpovídá svými pracovišti zcela kraji. Doporučením ke zvýšení spokojenosti je vybudování specializovaných pracovišť, např. ortopedie aj.

#### *Spokojenost se sociálními službami*

Dostatek sociálních služeb má z výsledků výzkumu opět většina obyvatel. Ovšem ne každý v životě využívá sociálních služeb, proto jsem se v této oblasti výzkumu zaměřila na záporně odpovídající respondenty. Z výsledků šetření jasně vyplynulo, že ve městě chybí dostatek sociálních zařízení. Obyvatelé nejvíce postrádají dostatek domovů pro seniory a domovy pro osoby se zdravotním postižením. Ve městě není ani dostatek pečovatelských služeb a osobní asistence, v důsledku těchto zjištění bych navrhovala zlepšit situaci získáním finančních prostředků na provoz těchto zařízení a zajištění odborných pracovníků v oblasti sociálních služeb.

#### *Spokojenost s úrovní městské hromadné dopravy*

Spokojenost s úrovní MHD uvedl velký počet dotazovaných, přesto z celkového výsledku šetření vyplývá, že obyvatelé považují úroveň MHD za spíše špatnou. V důvodech, které uvedli nejčastěji, zmiňovali nedostatek elektronických tabulí s odjezdy na jednotlivých zastávkách a častá zpoždění spojů. K nespokojenosti vede obyvatele i hlášení chybné zastávky ve vozidle a dlouhé intervaly mezi nízkopodlažními spoji. V otázce mohli odpovědět i vlastními slovy. Z těchto odpovědí vyplynulo, že jízdu v MHD jim znepříjemňuje pach některých spolucestujících, spoje jezdí předčasně, počet spojů není přizpůsoben množství obyvatel a mezi spoji ve směru Otrokovice jsou dlouhé intervaly. Z těchto výsledků je zřejmé, že nutnost zefektivnit a modernizovat síť MHD je nevyhnutelná. Je potřeba na jednotlivé zastávky instalovat elektronické tabule s odjezdy a pověřit kvalifikované pracovníky, aby dbali o údržbu a správný chod tohoto zařízení. Jako další návrh na zlepšení bych uvedla úpravu jízdního řádu, tak, aby časové intervaly spojů odpovídaly hustotě dopravy. Dále bych navrhovala posílení spojů v časovém rozmezí 15 – 17 hodin. MHD je v tomto časovém rozmezí přeplněná a počet spojů není přizpůsoben množství obyvatel, vracejících se z práce. Nahradila bych je spoji, které jezdí nevyužité, stejným směrem a téměř za sebou ve velmi krátkých časových intervalech. V neposlední řadě bych zmínila, že došlo k úpravě zástavek MHD. Většina z nich je

bezbariérová, ale napříč tomu jsou stále dlouhé intervaly mezi nízkopodlažními spoji. Můj návrh je usilovat o získání prostředků z EU a modernizovat současný stav MHD.

#### Spokojenost se zařízením pro trávení volného času

Výsledky tohoto zjištění byly z mého pohledu velmi pestré. Otázka byla kladena tak, abych z odpovědí zjistila, jaké zařízení pro volno-časové aktivity obyvatelům chybí, popř. zdali mají dostatek současného stavu zařízení. Z výsledků je patrné, že obyvatelé postrádají ve městě dostatek klubů. Tento stav je nevyhovující především pro studenty, kterých je díky univerzitě ve městě velké množství. Můj návrh je získat finanční prostředky, investory a najít vhodné prostory pro vybudování klubu s větší kapacitou než je současný stav. Zcela obyvatelům ve městě chybí aquapark, o kterém se budu zmiňovat později. Nedostačující je pro obyvatele města i síť cyklostezek. Ve Zlíně je pouze jedna cyklostezka, která vede do Lešné. Odtržené úseky v Malenovicích a v Prštném se nedají považovat za kvalitní cyklostezku. Navrhuji vytvořit plán na rozšíření sítě cyklostezek. Podle mého názoru by měla realizace plánu příznivý vliv i na životní prostředí. Dalším doporučením ke zvýšení spokojenosti je rozšířit výskyt bezpečných dětských hřišť.

#### Spokojenost s životním prostředím

Jsem přesvědčena, že spokojenost s životním prostředím je pro obyvatele nesmírně důležitá už jen pro skutečnost, že špatný stav životního prostředí je jedním z hlavních důvodů migrace obyvatel. Obyvatelé se domnívají, že se stav životního prostředí ve městě za poslední roky zlepšuje, což je zřejmé i z výsledků výzkumu. Ovšem špatný stav životního prostředí může mít za následek zvýšenou zátěž obyvatelstva, proto zmíním i některé nedostatky, které uvedli záporně odpovídající respondenti. Z výsledků je zřejmé, že hlavním nedostatkem je míra hluku v centru města, která souvisí s vedením rušné komunikace napříč městem. Ke zlepšení situace by pomohlo vybudovat obchvat města, který by vedl ke snížení dopravní zátěže v centru. S tímto návrhem úzce souvisí i zlepšení kvality ovzduší, která je také uvedena jako nedostatečná. S vybudováním obchvatu města by poklesly emise ze stále rostoucí dopravy. Spokojenost nebyla ani s péčí o veřejná místa. Velké nedostatky jsou v zajištění úklidu podchodů a veřejných prostor, např. autobusové a vlakové nádraží. V tomto případě navrhuji uvést do terénu více pracovníků technických služeb. I přes tyto skutečnosti lze podle mého názoru označit Zlín jako město zeleně. Současný stav bych zlepšila v souvislosti se zajištěním kvalifikovaných pracovníků, kteří by dohlíželi na kvalitu zeleně.

### Zájem o kulturní dění

Z výsledků vyplývá, že většina obyvatel Zlína se aktivně zajímá o kulturní dění. Podle mého názoru je ve městě široká nabídka kulturního vyžití. Nejnavštěvovanější jsou divadelní, filmová a koncertní představení. Z mého pohledu se město může chlubit konáním mezinárodních akcí, jakou je např. Mezinárodní filmový festival pro děti a mládež. V neposlední řadě také tradicí kulturních akcí, které díky velké ochotě studentů bývají úspěšně realizované. Ze záporných odpovědí lze usuzovat, že je část obyvatel, kterou kulturní dění ve městě nezajímá a část, která se neúčastní kulturních akcí z důvodu nedostatku volného času a finančních prostředků. V tomto případě bych doporučila zajistit finanční podporu kulturních zařízení z kulturního fondu města. Větší podpora kulturních zařízení by mohla mít za následek zlevnění vstupného, a toho by mohli využít i obyvatelé s nižším příjmem. Navrhla bych také zvýšit reakci na potřeby mladých lidí v oblasti kulturního dění.

### Spokojenost s nabídkou sportovního vyžití

Město Zlín poskytuje svým obyvatelům velkou nabídku sportovního vyžití. Jak vyplývá z výsledků výzkumu, většina obyvatel je v oblasti sportovního vyžití spokojena. Nejvyužívanějším sportovním zařízením je na základě odpovědí respondentů jednoznačně krytý bazén. Obyvatelé navštěvují také ve velké míře fitness a wellness centra, zimní stadion a squashové kurty. Ostatní sportovní zařízení je v návštěvnosti vyrovnané. Obyvatelé, kteří využili volné odpovědi, nejčastěji uvedli stezky zdraví pod Tlustou horou, využití cyklostezky a bowling. Naprosté většině obyvatel, kteří reagovali záporně na spokojenost s nabídkou sportovního vyžití, chybí ve městě aquapark. Doporučením ke zvýšení spokojenosti je vybudovat ve městě komplexní sportoviště, kde by se pod jednou střechou vyskytoval aquapark, wellness a fitness centrum s větší kapacitou než je současný stav center, hřiště na plážový volejbal a squashové kurty. Můj úsudek vychází z toho, že krytý bazén, jako nejvíce využívané sportovní zařízení již nespĺňuje požadavky obyvatel. Je zastaralý. Dle mého názoru je tento způsob řešení nejefektivnější.

## **6.1 Strategický plán**

Návrh strategického plánu rozvoje města Zlín jsem dohledala na internetových stránkách Magistrátu města. Plán byl vypracován v roce 2002 a na základě projednávání vzešly 4 výchozí vize:

- ▶ Zlín je fungující administrativní a správní centrum regionu – úkolem je řešení dopravní dostupnosti regionu
- ▶ Zlín poskytuje podmínky pro úspěšnou práci podnikatelů – úkolem je vytvářet tyto podmínky
- ▶ Zlín je město zdravých, vzdělaných, šťastných a spokojených lidí – úkolem je udržet a zvyšovat lidský potenciál města
- ▶ Zlín je město tvůrčích myšlenek a harmonie – úkolem je hledat a využívat jak osobní, tak i finanční zdroje k rozvoji města

### 6.1.1 Návrh strategie

Na základě výsledků výzkumu uvádím stručný strategický plán v následujících bodech:

- ▶ získání finančních prostředků na zefektivnění a modernizaci zařízení MHD
- ▶ vybudování komplexního sportoviště
- ▶ pro zlepšení stavu životního prostředí vybudovat obchvat, který odkloní dopravu z centra
- ▶ výstavba domu s pečovatelskou službou a zvýšení kapacity azylového domu pro osoby v těžké životní situaci
- ▶ podporovat rozvoj kulturních akcí

## ZÁVĚR

Cílem mé bakalářské práce bylo zejména identifikovat výsledky, jak jsou obyvatelé spokojeni/nespokojeni v oblasti občanské vybavenosti (se zaměřením na školství, zdravotnictví, sociální péči, MHD a zařízení pro trávení volno-časových aktivit), životního prostředí, kulturního a sportovního vyžití. Pro tento výzkum jsem si vybrala město Zlín.

K dosažení cíle této práce jsem použila metodu písemného dotazování. Výzkum jsem provedla pomocí dotazníku, který jsem si sama vytvořila. Dotazník jsem rozdělila na jednotlivé oblasti, kterých se výzkum týkal a následně jsem analyzovala data. Výsledky u jednotlivých oblastí jsem zpracovala do grafů a slovně okomentovala. Z provedeného výzkumu vyplynulo, že obyvatelé jsou spokojeni s městem Zlín, jako s místem, kde žijí.

Při pohledu na výsledky šetření se ukázalo, že jsou spokojeni i se strukturou vzdělávacích institucí, se sítí zdravotnických služeb a s dostatkem sociálních služeb ve městě. Za slabou stránku lze ovšem považovat úroveň MHD, kterou obyvatelé označili za spíše špatnou. Obyvatelé také poukazovali na nedostatek klubů, sítě cyklostezek a na chybějící aquapark. Spokojenost se u projevila i v oblasti životního prostředí, o jehož stavu si obyvatelé myslí, že se za poslední roky zlepšuje. Z následujících výsledků vyplynul aktivní zájem obyvatel o kulturní dění a spokojenost s nabídkou sportovního vyžití ve městě.

Výzkum jsem zhodnotila a navrhla zlepšení spokojenosti obyvatel v jednotlivých oblastech. Návrhy ke zlepšení jsem tvořila na základě SWOT analýzy a analýzy dotazníkového šetření. Praktickou část jsem uzavřela stručným strategickým plánem.

Cením si všech poznatků a zkušeností, které mi zpracování bakalářské práce přineslo. Z mého pohledu dali obyvatelé prostřednictvím průzkumu jasně najevo, jak jsou spokojeni s životem ve Zlíně, co jim chybí, popř. v čem vidí nedostatky současného stavu města v oblasti občanské vybavenosti, životního prostředí, kulturního a sportovního vyžití. Všechny uvedené návrhy by mohly podle mého názoru přispět ke zlepšení spokojenosti obyvatel ve zmíněných oblastech. Jsem přesvědčena o tom, že je důležité brát na vědomí potřeby obyvatel, které povedou k dalšímu rozvoji města a spokojenému životu.

## RESUME

The main aim of my bachelor work was identify the results of overall satisfaction of people living in Zlin. In the research part I examined environment conditions, sports possibilities, cultural and service facilities. I made the research of satisfaction through the questionnaire. Finally I analysed information and I worked up them to pie chart. Satisfaction of people living in Zlin is high. The most of inhabitants are satisfied.

- The major part of inhabitants have enough kind of schools, they are satisfied with health care and they have enough social services. On the other hand the inhabitants are unsatisfied with level of urban mass transportation.
- The most of people living in Zlin think, that the environment in Zlin is quality now.
- People usually go to the cinemas, theatres or to the concert, so they are satisfied with culture too.
- The most of inhabitants are satisfied with the offer of sports facilities.

**SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY**

- [1] JANEČKOVÁ, Lidmila, VAŠTÍKOVÁ, Miroslava. *Marketing měst a obcí*. 1. vyd. Praha 7 : Grada Publishing, 1999. 184 s., 2. ISBN 80-7169-750-8.
- [2] ZBOŘIL, Kamil. *Marketingový výzkum*. 1. vyd. Praha : Vysoká škola ekonomická 1996. 106 s. ISBN 80-7079-389-9.
- [3] HÁLEK, Vítězslav. *Marketing obcí*. 1. vyd. Hradec Králové : GAUDEAMUS, 2008. 54 s. ISBN 978-80-7041-226-8.
- [4] CHOVANCOVÁ, Miloslava, PILÍK, Michal, PODANÁ, Michaela. *Marketing II*. 2. vyd. Zlín : Univerzita Tomáše Bati, 2008. 255 s. ISBN 978-80-7318-764-4.
- [5] BEDNARČÍK, Zdeněk. *Marketingový výzkum*. 1. vyd. Karviná : Slezská univerzita, 2008. 176 s. ISBN 978-80-7248-489-8.
- [6] KOTLER, Philip, et al. *Moderní marketing*. 1. vyd. Praha 7 : Grada Publishing , 2007. 1048 s. ISBN 978-80-247-1545-2.
- [7] PŘÍBOVÁ, Markéta, et al. *Marketingový výzkum v praxi*. 1. vyd. Praha : Grada Publishing, 1996. 248 s. ISBN 80-7169-299-9.
- [8] *Atlas Česka* [online]. c2007-2009 [cit. 2009-12-03]. Dostupný z WWW: <<http://www.atlasceska.cz/zlinsky-kraj/zlin/>>.
- [9] *Historie a současnost města* [online]. c2008, 14.09.2009 [cit. 2009-12-03]. Dostupný z WWW: <<http://www.zlin.eu/page/18.historie-a-soucasnost-mesta/>>.
- [10] MAGISTRÁT MĚSTA ZLÍNA: *Město v číslech* (propagační materiál - brožura). Zlín, 2001
- [11] *Sčítání lidu, domů a bytů* [online]. c2009 , 19.9.2007 [cit. 2009-12-03]. Dostupný z WWW: <<http://www.czso.cz/sldb/sldb.nsf/i/home>>.

**SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK**

Obr.	Obrázek
Cit.	Citace
SWOT	Analýza silných a slabých stránek, příležitostí a hrozeb
ZŠ	Základní škola
SŠ	Střední škola
ZUŠ	Základní umělecká škola
MHD	Městská hromadná doprava
OC	Obchodní centrum
Např.	Například
Popř.	Popřípadě
Aj.	A jiné
Tzn.	To znamená
Tzv.	Tak zvané
Tj.	To je
LDN	Léčebna pro dlouhodobě nemocné
EU	Evropská unie



**SEZNAM OBRÁZKŮ**

<b>Obrázek č. 1:</b> <i>Znak města Zlín</i> .....	6
<b>Obrázek č. 2:</b> <i>Historický Zlín</i> .....	22

**SEZNAM TABULEK**

<b>Tabulka 1:</b> <i>Časový harmonogram</i> .....	25
<b>Tabulka 2:</b> <i>Věková struktura obyvatel</i> .....	26
<b>Tabulka 3:</b> <i>Vzdělanostní struktura pracovní síly</i> .....	26
<b>Tabulka 4:</b> <i>Ekonomicky aktivní obyvatelstvo dle odvětví</i> .....	27
<b>Tabulka 5:</b> <i>Školství</i> .....	27
<b>Tabulka 6:</b> <i>Zdravotnictví a sociální péče</i> .....	28

**SEZNAM GRAFŮ**

<b>Graf 1.</b> <i>Pohlaví respondentů (vlastní zdroj)</i> .....	28
<b>Graf 2.</b> <i>Věková struktura respondentů (vlastní zdroj)</i> .....	29
<b>Graf 3.</b> <i>Sociální struktura respondentů (vlastní zdroj)</i> .....	29
<b>Graf 4.</b> <i>Spokojenost obyvatel s místem, kde žijí (vlastní zdroj)</i> .....	30
<b>Graf 5.</b> <i>Spokojenost obyvatel se strukturou vzdělávacích institucí (vlastní zdroj)</i> .....	30
<b>Graf 6.</b> <i>Nedostatek vzdělávacích institucí z pohledu obyvatel (vlastní zdroj)</i> .....	31
<b>Graf 7.</b> <i>Spokojenost obyvatel se sítí zdravotnických služeb (vlastní zdroj)</i> .....	31
<b>Graf 8.</b> <i>Dostatek sociálních služeb z pohledu obyvatel města (vlastní zdroj)</i> .....	32
<b>Graf 9.</b> <i>Nedostatek sociálních služeb z pohledu obyvatel města</i> .....	33
<b>Graf 10.</b> <i>Úroveň městské hromadné dopravy (vlastní zdroj)</i> .....	33
<b>Graf 11.</b> <i>Důvody nespokojenosti obyvatel s MHD (vlastní zdroj)</i> .....	34
<b>Graf 12.</b> <i>Nedostatek zařízení pro trávení volného času z pohledu obyvatel</i> .....	35
<b>Graf 13.</b> <i>Zlepšení stavu životního prostředí za poslední roky (vlastní zdroj)</i> .....	35
<b>Graf 14.</b> <i>Nedostatky ve stavu životního prostředí z pohledu obyvatel</i> .....	36
<b>Graf 15.</b> <i>Aktivní zájem obyvatel o kulturní dění ve městě (vlastní zdroj)</i> .....	36
<b>Graf 16.</b> <i>Využívané typy kulturního vyžití z pohledu obyvatel (vlastní zdroj)</i> .....	37
<b>Graf 17.</b> <i>Důvody neúčasti na kulturních akcích ve městě (vlastní zdroj)</i> .....	38
<b>Graf 18.</b> <i>Spokojenost obyvatel s nabídkou sportovního vyžití</i> .....	38
<b>Graf 19.</b> <i>Využívané sportovní zařízení z pohledu obyvatel (vlastní zdroj)</i> .....	39

## SEZNAM PŘÍLOH

P I      Dotazník – spokojenost obyvatel města Zlín

## **PŘÍLOHA P I: DOTAZNÍK – SPOKOJENOST OBYVATEL MĚSTA ZLÍN**

Dobrý den,

ráda bych Vás požádala o vyplnění tohoto dotazníku, pomocí kterého bych ráda zjistila, jaká je spokojenost obyvatel města Zlín v oblasti občanské vybavenosti, životního prostředí, kulturního a sportovního vyžití. Jsem studentkou 4. ročníku bakalářského studijního programu Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně, obor Veřejná ekonomika a správa. Tento dotazník se vztahuje pouze na obyvatele města Zlín a výsledky tohoto výzkumu mi budou sloužit ke zpracování mé bakalářské práce. Vámi zvolenou odpověď označte křížkem a vyplněný dotazník zasílejte na adresu **P.Machalkova@seznam.cz** nejpozději do 16. listopadu 2009.

Tento dotazník je zcela anonymní.

Předem Vám děkuji za Váš čas a spolupráci!

Petra Machálková

### **Pohlaví:**

žena  muž

### **Věk:**

15 - 26  50 - 61  
 27 - 38  61 a více  
 39 - 50

### **Sociální struktura:**

zaměstnaný  důchodce  
 nezaměstnaný  jiné  
 student

### **1. Jak jste spokojen(a) s Vaším městem, jako s místem, kde žijete?**

velmi spokojen(a)  spíše nespokojen(a)

spíše spokojen(a)  nespokojen(a)

spokojen(a)

**2. Jste spokojen(a) se strukturou vzdělávacích institucí ve městě?**

ano  spíše ne

spíše ano  ne

**Jestliže jste označili možnost „spíše ne“ nebo „ne“, uveďte, které vzdělávací instituce máte nedostatek:**

ZŠ  VŠ

SŠ  ZUŠ

jiné:

**3. Jste spokojen(a) se sítí zdravotnických služeb ve městě?**

ano  spíše ne

spíše ano  ne

**Jestliže jste označili možnost „spíše ne“ nebo „ne“, uveďte, která zdravotnická zařízení Vám ve městě chybí: (můžete uvést více možností)**

**4. Máte k dispozici dostatek sociálních služeb?**

ano  ne

**Jestliže ne, kterou ze sociálních služeb postrádáte? (můžete označit více odpovědí)**

domovy pro seniory  osobní asistence

domovy pro osoby se

zdravotním postižením

pečovatelské služby

**5. Jaká je podle Vašeho názoru úroveň městské hromadné dopravy?**

dobrá  spíše špatná

spíše dobrá  špatná

**Jestliže jste označili možnost „spíše špatná“ nebo „špatná“, uveďte hlavní důvod: (můžete označit více odpovědí)**

- zastávka je bariérová
- dlouhé intervaly mezi nízkopodlažními spoji
- styl jízdy řidiče
- chybné hlášení aktuální a příští zastávky ve vozidle
- nedostatek elektronických tabulí s odjezdy
- zpoždění
- jiné:

**6. Uveďte zařízení pro trávení volného času, které Vám ve městě chybí: (můžete označit více odpovědí)**

- |   |  |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> park                         | <input type="checkbox"/> aquapark                  |
| <input type="checkbox"/> kluby                        | <input type="checkbox"/> síť cyklostezek           |
| <input type="checkbox"/> restaurace, kavárny, hospody | <input type="checkbox"/> wellness a fitness centra |
| <input type="checkbox"/> čajovny                      | <input type="checkbox"/> mám všeho dostatek        |
| <input type="checkbox"/> bezpečná dětská hřiště       | <input type="checkbox"/> jiné:                     |

**7. Domníváte se, že se životní prostředí ve městě za poslední roky zlepšuje?**

- |                                    |                                   |
|------------------------------------|-----------------------------------|
| <input type="checkbox"/> ano       | <input type="checkbox"/> spíše ne |
| <input type="checkbox"/> spíše ano | <input type="checkbox"/> ne       |

**Pokud jste označili možnost „spíše ne“ nebo „ne“, v čem vidíte nedostatky? (můžete označit více odpovědí)**

- |   |  |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> kvalita ovzduší      | <input type="checkbox"/> parky a městská zeleň |
| <input type="checkbox"/> míra hluku           | <input type="checkbox"/> jiné:                 |
| <input type="checkbox"/> péče o veřejná místa |  |

**8. Zajímáte se aktivně o kulturní dění ve Vašem městě?**

- |                              |                             |
|------------------------------|-----------------------------|
| <input type="checkbox"/> ano | <input type="checkbox"/> ne |
|------------------------------|-----------------------------|

**Jestliže jste označili možnost „ano“, uveďte:**

**Které z následujících typů kulturního vyžití využíváte? (můžete označit více odpovědí)**

- |   |   |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> divadelní představení  | <input type="checkbox"/> stálé expozice v muzei |
| <input type="checkbox"/> filmová představení    | <input type="checkbox"/> besedy                 |
| <input type="checkbox"/> koncertní představení  | <input type="checkbox"/> tanec                  |
| <input type="checkbox"/> klubové hudební pořady | <input type="checkbox"/> jiné:                  |
| <input type="checkbox"/> výstavy                |   |

**Kterých kulturních akcí jste se v průběhu půl roku účastnili? (uveďte více možností)**

**Jestliže jste označili možnost „ne“, je hlavním důvodem: (můžete označit více odpovědí)**

- nedostatek volného času
- nedostatek finančních prostředků
- nezájem o kulturní dění
- jiné:

**9. Jste spokojen(a) s nabídkou sportovního vyžití ve městě?**

- ano  ne

**Jestliže ano, jaké sportovní zařízení využíváte? (můžete označit více odpovědí)**

- |  |  |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> koupaliště        | <input type="checkbox"/> fitness centrum   |
| <input type="checkbox"/> krytý bazén       | <input type="checkbox"/> wellness zařízení |
| <input type="checkbox"/> sportovní areál   | <input type="checkbox"/> sportovní hala    |
| <input type="checkbox"/> tenisový areál    | <input type="checkbox"/> zimní stadion     |
| <input type="checkbox"/> fotbalový areál   | <input type="checkbox"/> jiné:             |
| <input type="checkbox"/> volejbalový areál |  |
| <input type="checkbox"/> squash            |  |



**Jestliže ne, jaké sportovní zařízení ve městě postrádáte a chtěli byste jej využívat?  
(*uved'te více možností*)**