

# **Strategie rozvoje Zlínského kraje v oblasti cestovního ruchu**

Bc. Martina Otáhalová

---

Diplomová práce  
2011

 **Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně**  
Fakulta managementu a ekonomiky

---

Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně  
Fakulta managementu a ekonomiky  
Ústav regionálního rozvoje, veřejné správy a práva  
akademický rok: 2010/2011

## ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Bc. Martina OTÁHALOVÁ**  
Osobní číslo: **M09796**  
Studijní program: **N 6202 Hospodářská politika a správa**  
Studijní obor: **Veřejná správa a regionální rozvoj**

Téma práce: **Strategie rozvoje Zlínského kraje v oblasti cestovního ruchu**

Zásady pro vypracování:

### Úvod

#### I. Teoretická část

- Vysvětlete základní teoretické pojmy v oblasti regionálního rozvoje a cestovního ruchu.
- Proveďte literární řešerši dotčeného tématu.

#### II. Praktická část

- Analyzujte region Zlínského kraje z hlediska předpokladů pro rozvoj cestovního ruchu.
- Zpracujte SWOT analýzu Zlínského kraje.
- Navrhněte strategii rozvoje cestovního ruchu Zlínského kraje včetně katalogu projektů.

### Závěr

Rozsah diplomové práce: cca 70  
Rozsah příloh:  
Forma zpracování diplomové práce: tištěná/elektronická

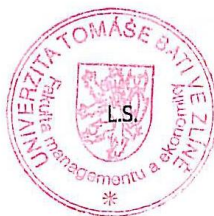
Seznam odborné literatury:

- [1] FORET, M., FORETOVÁ, V. Jak rozvíjet místní cestovní ruch. Praha: Grada, 2001. 178 s. ISBN 80-247-0207-X.  
[2] LACINA, K. Management a marketing cestovního ruchu. 1. vyd. Praha: Vysoká škola finanční a správní, 2010. 81 s. ISBN 978-80-7408-035-7.  
[3] WOKOUN, R. et al. Úvod do regionálních věd a veřejné správy. Praha: IFEC 1, 2001. 264 s. ISBN 80-86412-08-3.

Vedoucí diplomové práce: RNDr. Oldřich Hájek, Ph.D.  
Ústav regionálního rozvoje, veřejné správy a práva  
Datum zadání diplomové práce: 28. března 2011  
Termín odevzdání diplomové práce: 2. května 2011

Ve Zlíně dne 28. března 2011

  
prof. Dr. Ing. Drahomíra Pavelková  
děkanka



  
RNDr. Oldřich Hájek, Ph.D.  
ředitel ústavu

## PROHLÁŠENÍ AUTORA DIPLOMOVÉ PRÁCE

Beru na vědomí, že:

- odevzdáním diplomové 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>;
- diplomová práce bude uložena v elektronické podobě v univerzitním informačním systému dostupná k nahlédnutí:
  - bez omezení;
  - pouze prezenčně v rámci Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně;
- na mou diplomovou 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 UTB ve Zlíně právo na uzavření licenční smlouvy o užití školního díla v rozsahu § 12 odst. 4 autorského zákona;

<sup>1</sup> 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 nevýdělečně 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.

<sup>2</sup> 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 vzdělávacímu zařízení (školní dílo).

<sup>3</sup> 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.

- podle § 60<sup>4</sup> odst. 2 a 3 mohou užít své dílo – diplomovou 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 diplomové 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/diplomové práce využít ke komerčním účelům.

Prohlašuji, že:

- jsem diplomovou práci zpracoval/a samostatně a použité informační zdroje jsem citoval/a;
- odevzdaná verze diplomové práce a verze elektronická nahraná do IS/STAG jsou totožné.

Ve Zlíně ..... 2. 5. 2011 .....

Ohl' /

<sup>4</sup> 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:

- (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**

Tato diplomová práce se zabývá strategií rozvoje Zlínského kraje v oblasti cestovního ruchu. Práce je složena ze dvou částí, teoretické a praktické. V teoretické části jsou nejprve definovány cíle a popsány metody práce. Poté jsou vysvětleny základní teoretické pojmy v oblasti regionálního rozvoje a cestovního ruchu. Následně je zpracována literární rešerše v oblasti cestovního ruchu. V praktické části byla provedena analýza regionu Zlínského kraje z hlediska předpokladů pro rozvoj cestovního ruchu a následná SWOT analýza. Na závěr byla navržena strategie rozvoje cestovního ruchu Zlínského kraje a vytvořen katalog projektů.

Klíčová slova: regionální rozvoj, cestovní ruch, Zlínský kraj, SWOT analýza, strategie rozvoje, katalog projektů

## **ABSTRACT**

This diploma paper deals with the Zlín region development strategy in the field of tourism. The paper consists of two parts; theoretical and practical. At its beginning, the theoretical part defines objectives and describes work methods. Then essential theoretical terms in the field of regional development and tourism are explained. This is followed by a tourism literary reherché. The practical part presents the Zlín region analysis in relation to tourism development preconditions and following SWOT analysis. At the conclusion, the Zlín region tourism development strategy is suggested, and a catalogue of projects is created.

Keywords: regional development, tourism, Zlín region, SWOT analysis, development strategy, catalogue of projects

Děkuji vedoucímu práce RNDr. Oldřichu Hájkovi, Ph.D. za jeho odborné rady a cenné připomínky při tvorbě diplomové práce.

Motto: „Každá lidská činnost se nakonec musí nějak projevit v číslech.“

Tomáš Baťa st.

Prohlašuji, že odevzdaná verze bakalářské/diplomové práce a verze elektronická nahraná do IS/STAG jsou totožné.

## **OBSAH**

<b>ÚVOD</b> .....	<b>10</b>
<b>I TEORETICKÁ ČÁST</b> .....	<b>11</b>
<b>1 CÍL PRÁCE</b> .....	<b>12</b>
<b>2 METODY PRÁCE</b> .....	<b>13</b>
2.1 LITERÁRNÍ REŠERŠE.....	13
2.2 METODA STUDIA DOKUMENTŮ .....	13
2.3 STRATEGICKÉ PLÁNOVÁNÍ.....	14
2.4 SWOT ANALÝZA.....	15
<b>3 ZÁKLADNÍ POJMY V OBLASTI REGIONÁLNÍHO ROZVOJE</b> .....	<b>16</b>
3.1 OBEC .....	17
3.2 KRAJ .....	18
3.3 REGION .....	18
3.4 MIKROREGION.....	19
3.5 NUTS .....	20
<b>4 ZÁKLADNÍ POJMY V OBLASTI CESTOVNÍHO RUCHU</b> .....	<b>22</b>
4.1 TYPOLOGIE CESTOVNÍHO RUCHU .....	22
4.2 LEGISLATIVNÍ RÁMEC A ZÁKLADNÍ DOKUMENTY .....	26
<b>5 LITERÁRNÍ REŠERŠE</b> .....	<b>31</b>
5.1 VYMEZENÍ POJMU CESTOVNÍHO RUCHU .....	31
5.2 ZÁKLADNÍ JEDNOTKY CESTOVNÍHO RUCHU .....	32
5.3 MARKETING CESTOVNÍHO RUCHU.....	34
5.4 PROSTOROVÉ VYMEZENÍ CESTOVNÍHO RUCHU.....	37
5.5 RAJONIZACE CESTOVNÍHO RUCHU .....	38
<b>II PRAKTICKÁ ČÁST</b> .....	<b>41</b>
<b>6 ZLÍNSKÝ KRAJ</b> .....	<b>42</b>



6.1	ZÁKLADNÍ CHARAKTERISTIKA KRAJE .....	42
6.2	GEOGRAFICKÁ POLOHA .....	43
6.3	DOPRAVA .....	45
6.4	VÝZNAMNÁ TURISTICKÁ ÚZEMÍ.....	47
6.5	TURISTICKÉ OBLASTI .....	49
6.6	HROMADNÁ UBYTOVACÍ ZAŘÍZENÍ .....	52
6.7	ZAHRANIČNÍ TURISTÉ .....	54
6.8	LÁZEŇSTVÍ .....	58
6.9	ZAMĚSTNANOST .....	60
6.10	PROPAGACE A MARKETINGOVÁ STRATEGIE .....	60
<b>7</b>	<b>SWOT ANALÝZA .....</b>	<b>61</b>
7.1	SILNÉ STRÁNKY (STRENGTHS).....	61
7.2	SLABÉ STRÁNKY (WEAKNESSES).....	61
7.3	PŘÍLEŽITOSTI (OPPORTUNITIES).....	62
7.4	HROZBY (THREATS) .....	62
<b>8</b>	<b>STRATEGIE ROZVOJE CESTOVNÍHO RUCHU ZLÍNSKÉHO KRAJE .....</b>	<b>64</b>
8.1	STANOVENÍ VIZE A CÍLŮ ROZVOJE .....	64
8.2	KONKRETIZACE GLOBÁLNÍCH CÍLŮ.....	64
<b>9</b>	<b>KATALOG PROJEKTŮ .....</b>	<b>70</b>
9.1	PROJEKT Č. 1: GOLFOVÉ HŘIŠTĚ .....	70
9.2	PROJEKT Č. 2: CYKLOSERVIS .....	72
9.3	PROJEKT Č. 3: PŘESTAVBA REKREAČNÍHO ZAŘÍZENÍ NA BIOPENZION.....	73
	<b>ZÁVĚR .....</b>	<b>74</b>
	<b>SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY.....</b>	<b>75</b>
	<b>SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK .....</b>	<b>79</b>
	<b>SEZNAM TABULEK.....</b>	<b>80</b>
	<b>SEZNAM GRAFŮ .....</b>	<b>81</b>
	<b>SEZNAM OBRÁZKŮ .....</b>	<b>82</b>
	<b>SEZNAM PŘÍLOH.....</b>	<b>83</b>

## ÚVOD

Cestovní ruch je významným celosvětovým fenoménem a je považován za odvětví budoucnosti. Ovlivňuje zaměstnanost a socioekonomickou úroveň regionů a má velký význam pro národní hospodářství. Přispívá k rozvoji dané oblasti formou nových podnikatelských a investičních příležitostí a tvorbou nových pracovních míst. Je však nutné si uvědomit, že základním předpokladem pro rozvoj cestovního ruchu jsou příznivé podmínky, jako je např. určitá úroveň služeb, tzn. kvalitní ubytování, příznivé životní podmínky, potřebná infrastruktura apod.

Tato diplomová práce je zaměřena na Zlínský kraj a jeho předpoklady pro rozvoj cestovního ruchu. Hlavním cílem je navržení strategie rozvoje Zlínského kraje v oblasti cestovního ruchu a zpracování katalogu projektů.

Teoretická část popisuje základní pojmy týkající se regionálního rozvoje a cestovního ruchu, který je nedílnou součástí regionální politiky. V rozvoji cestovního ruchu hrají významnou úlohu veřejné subjekty. Proto se nejprve zaměřím na hierarchickou strukturu veřejné správy v ČR se vztahem k regionálnímu rozvoji. Poté bude nastíněna základní typologie cestovního ruchu, legislativní rámec, základní dokumenty a zpracována rešerše literárních pramenů zabývajících se cestovním ruchem.

V praktické části je provedena analýza Zlínského kraje z hlediska předpokladů pro rozvoj cestovního ruchu, na základě které je zpracována SWOT analýza, která ukazuje silné a slabé stránky daného regionu a příležitosti a hrozby, které na něj mohou působit zvenčí. Výsledkem zpracovaných analýz je navržená strategie rozvoje cestovního ruchu Zlínského kraje včetně katalogu projektů.

## **I. TEORETICKÁ ČÁST**

## 1 CÍL PRÁCE

Hlavním cílem mé práce je navrhnout strategii rozvoje Zlínského kraje v oblasti cestovního ruchu včetně katalogu projektů s cílem zvýšit návštěvnost kraje. K navržení strategie je nutné charakterizovat Zlínský kraj a seznámit se s jeho předpoklady pro cestovní ruch. Výsledkem bude navržení strategie a katalog projektů.

Pro dosažení tohoto cíle bude potřeba se blíže zorientovat v dané problematice, proto jsem si stanovila více dílčích cílů.

Prvním dílčím cílem bude seznámení se základními pojmy týkající se regionálního rozvoje, cestovního ruchu a se související legislativou.

Druhým dílčím cílem bude provedení rešerše dostupné literatury dotýkající se problematiky cestovního ruchu zaměřenou zejména na základní pojmy, prostorovou organizaci a marketingovou strategii.

Třetím dílčím cílem pak bude v praktické části charakterizovat Zlínský kraj a jeho předpoklady pro cestovní ruch. Současně bude zpracována SWOT analýza.

Čtvrtým závěrečným cílem bude navržení strategie rozvoje cestovního ruchu Zlínského kraje a katalog projektů vhodných pro realizaci v následujících letech, které povedou ke zvýšení atraktivity kraje pro oblast cestovního ruchu.

K dosažení výše uvedených cílů bude potřeba aplikovat metody, jejichž popis je uveden v následující podkapitole.

## 2 METODY PRÁCE

### 2.1 Literární rešerše

Literární rešerše je text, jehož cílem je vytvořit kritický přehled současných znalostí o nějakém konkrétním tématu. Není pouze souborem odborných informací, ale snaží se čtenáře seznámit s aktuální literaturou o daném tématu a poskytnout podklady, na základě kterých je možné vyhodnotit oprávněnost navrženého budoucího výzkumu. Dobrá literární rešerše je charakterizována:

- logickým tokem myšlenek, tj. jednotlivé odstavce by na sebe měly logicky navazovat,
- relevantními bibliografickými odkazy v konzistentním a vhodném formátu,
- správným použitím odborné terminologie,
- nezaujatým a uceleným přehledem dosavadního výzkumu dané problematiky,
- syntézou předložených informací, která poskytuje novou interpretaci starých poznatků nebo kombinuje nové poznatky se starými. [32]

### 2.2 Metoda studia dokumentů

Dokument je předmět vytvořený speciálně pro přenos a zachování informací. Dokumenty můžeme rozdělit na primární a sekundární. Mezi primární dokumenty řadíme doklady z „první ruky“, to jsou např. úřední záznamy, oficiální protokoly atd. Sekundárními dokumenty jsou ty, které vznikly zpracováním dat pro analýzu. V postatě se můžeme setkat s dokumenty:

- dokumenty, které vznikly se záměrem shromáždit určité údaje (jsou to např. úřední statistické dokumenty, úřední výkazy, soudní akta, zápisy z porad a schůzí apod.),

- osobní dokumenty (deníky, dopisy, paměti apod.), které vznikly převážně z iniciativy svého autora a v nichž zpravidla vypovídá o svých zážitcích, názorech, postojích apod.,
- jiná hmotně fixovaná sdělení, jejichž úkolem nebylo ani zachování, jako spíše hromadné předávání určitých informací (patří sem např. novinové články, knihy, filmy, magnetofonové záznamy apod.),
- dokumentace statistického charakteru.

Pokud se budeme při výzkumu opírat o sekundární materiál, musíme počítat s tím, že informace byly již v terénu sebrány a určitým způsobem zpracovány a informace byly většinou shromážděny a zpracovány podle určitých hledisek. Proto je nutné kriticky zhodnotit dané dokumenty a musíme počítat s tím, že obsažené informace jsou určitým způsobem zkreslené. [12]

### 2.3 Strategické plánování

Strategické plánování je využíváno při vytváření koncepcí rozvoje měst a obcí. Jedná se o proces dosažení určitého cíle, který jsme si stanovili prostřednictvím námi určených aktivit (strategií) nutných k jeho dosažení. K základním etapám procesu strategického plánování patří analýza, strategie, programy a realizace. [15, s. 112 – 113]

V České republice je strategické plánování území stanoveno jako nástroj pro plánování a řízení obce v zákonu č. 128/2000 Sb. (zákon o obcích), v zákonu č. 129/2000 Sb. (zákon o krajích) a zejména v zákonu č. 248/2000 Sb. o podpoře regionálního rozvoje. Na rozdíl od územního plánu je strategický plán více zaměřen na rozvoj společenské a ekonomické sféry a jejich vztahu k danému území a obsah není stanoven žádným závazným předpisem. [15, s. 113]

## 2.4 SWOT ANALÝZA

Tato metoda je využívána především v oblasti regionálního rozvoje. Základními složkami, od kterých se odvíjí celkové řešení rozvoje, jsou vnitřní silné a slabé stránky hodnoceného subjektu. Slovo SWOT je zkratka anglických slov:

- Strengths – síla (silná stránka),
- Weaknesses – slabost (slabá stránka),
- Opportunities – příležitost (možnost),
- Threats – síla (silná stránka). [15, s. 116]

Podstatou této metody je odhalení a současně vzájemné porovnávání vnitřních silných a slabých stránek zkoumaného objektu a možností a hrozeb, které na něj působí zvenčí. Základem je akceptace silných stránek a potlačení nebo odstranění stránek slabých. [15, s. 116-117]

Cestovní ruch je možné charakterizovat určitými parametry z hlediska kvantitativního nebo kvalitativního, což nám umožní posoudit jeho silné a slabé stránky, příležitosti a hrozby. Mezi silné stránky můžeme např. zařadit vhodné podmínky pro zimní sporty, dostatek kulturních památek, kapacity ubytovacích zařízení nebo dopravní spojení. Dopravní spojení nebo kapacita ubytovacích zařízení může patřit i do slabých stránek, avšak v negativním slova smyslu, stejně jako nedostatečná nabídka produktů a produktových balíčků. Mezi hlavní příležitosti patří rostoucí poptávka po evropském cestovním ruchu, rostoucí zájem zahraničních a domácích investorů, rozšiřování spolupráce mezi příhraničními regiony apod. Hrozbou mohou být nízké a nedostatečné pobídky pro investory, nedostatečná podpora cestovního ruchu, devastace přírodních a kulturních památek apod. Na základě těchto atributů můžeme následně stanovit strategii a specifické cíle pro oblast rozvoje cestovního ruchu.

### 3 ZÁKLADNÍ POJMY V OBLASTI REGIONÁLNÍHO ROZVOJE

První základy regionální politiky byly položeny v období velké hospodářské krize v třicátých letech dvacátého století. Velká Británie musela řešit následky této krize, které se projeví zejména propastnými rozdíly mezi jednotlivými regiony. Postupně se regionální politika začínala rozvíjet i v ostatních zemích. Ve většině západoevropských zemích to byl přelom padesátých a šedesátých let. V České republice je počátek datován až rokem 1990, tedy po tzv. „Sametové revoluci“: Od té doby prošla regionální politika dlouhým vývojem. V současnosti je chápána jako činnost státu a ostatních regionálních a místních orgánů s cílem vyváženého a harmonického rozvoje jednotlivých regionů, snižování rozdílů mezi nimi a zlepšení regionální hospodářské struktury. [13]

Základní úrovně regionálního rozvoje jsou:

- Evropská unie,
- Česká republika (NUTS I),
- regiony soudržnosti (NUTS II),
- kraje (NUTS III),
- statistické regiony na úrovni okresů,
- správní obvody obcí s rozšířenou působností (ORP, tzv. obce III. typu),
- správní obvody tzv. obcí II. typu,
- mikroregiony,
- obce a části obcí. [14, s. 2]

Regionální politika je velice úzce spjata s veřejnou správou a její organizací. V České republice byla po roce 1990 obnovena veřejná správa na základě tzv. smíšeného modelu územní správy, tj. na existenci místní správy a samosprávy. Byla ukončena činností národních výborů a obce se staly základními územními samosprávnými jednotkami. K 31. 12. 2002 pak byla ukončena činnost okresních výborů a jejich agenda se pak rozdělila mezi obce a kraje.



### 3.1 Obec

Dle zákona 128/2000 Sb., o obcích (obecním zřízení), ve znění pozdějších předpisů je obec základním samosprávným společenstvím občanů a tvoří územní celek, který je vymezen hranicí území obce. Je veřejnoprávní korporací, má vlastní majetek, vystupuje v právních vztazích svým jménem a nese odpovědnost z těchto vztahů vyplývající. Obec pečuje o všestranný rozvoj svého území a potřeby svých občanů a při plnění svých úkolů chrání též veřejný zájem.

Z hlediska regionálního rozvoje obec ve své samostatné působnosti:

- spolupracuje s krajem při přípravě a realizaci programu územního rozvoje kraje,
- pro potřebu regionu může podporovat podnikatelské aktivity,
- se sousedními obcemi a dalšími právníckými osobami může sdružovat své prostředky za účelem zajišťování rozvojových programů společných více obcím. [14, s. 3]

#### **Obec s pověřeným obecním úřadem**

Tyto obce jsou také nazývány jako obce II. stupně a jsou stanovovány na základě zvláštního zákona (Příloha 1 k zákonu č. 314/2002 Sb.). V těchto obcích obecní úřad vedle přenesené působnosti, kterou vykonává na základě zvláštního zákona na území své obce, vykonává přednesenou působnost i ve správním obvodu určeném prováděcím právním předpisem, tzn. i pro další obce ve svém okolí. Většina pověřených obcí jsou města.

#### **Obec s rozšířenou působností**

Jedná se o obce s ještě větším rozsahem působnosti a jsou označovány za obce III. stupně. Jsou stanoveny na základě zvláštního zákona (Příloha 2 k zákonu č. 314/2002 Sb.). Správní obvody těchto obcí jsou vymezeny vyhláškou ministerstva vnitra č. 388/2002 Sb. o stanovení správních obvodů obcí s pověřeným obecním úřadem a správních obvodů obcí s rozšířenou působností.

## 3.2 Kraj

Na základě zákona č. 347/1997 Sb., o vytvoření vyšších územně správních celků a o změně ústavního zákona Česné národní rady 1/1993 Sb., Ústava České republiky, byla Česká republika rozdělena na 14 krajů včetně hlavního města Prahy. Tento zákon nabyl účinnosti 1. ledna 2000, vymezil kraje výčtem jejich okresů a nazývá kraje vyššími územněsprávními celky.

Působnost krajů stanovil zákon 129/2000 Sb. o krajích (krajské zřízení). Kraje získaly přenesenou působnost státní správy 1. ledna 2000, ale větší část zákona vstoupila v účinnost až 12. listopadu 2000, tj. dnem voleb do krajských zastupitelstev. Stejně jako u obcí, kraje vykonávají samostatnou a přenesenou působnost. V samostatné působnosti především pečují o komplexní územní rozvoj, jako je například sociální péče, ochrana životních podmínek, rozvoj dopravy, spojů, kultury a ochrany veřejného pořádku. Spolupracují s obcemi (avšak nesmí zasahovat do jejich samostatné působnosti), s ostatními kraji, s územními samosprávnými celky jiných států a vstupují do regionálních seskupení se zahraničními partnery. V přenesené působnosti je kraj podřízen příslušným ministerstvům a vykonává na svém území činnost, která je mu stanovena zákonem. Právní předpisy kraje přijímané v samostatné působnosti se nazývají závazné vyhlášky kraje a právní předpisy v přenesené působnosti nařízení. [11, s. 18-19]

## 3.3 Region

Definice, která by uspokojivě definovala pojem region, dosud nebyla přijata. Region můžeme chápat jako komplex vznikající diferenciací krajinné sféry. Mezi důležité vlastnosti patří struktura. Dle struktury je možné rozlišovat regiony na homogenní a heterogenní. [15, s. 39]

### Homogenní regiony

Homogenní regiony se vyznačují svou stejnorodostí, zpravidla v rámci celé své rozlohy, jde o nalezení shody. Pokud se v regionu nalézá více kritérií, musí splňovat podmínku homogenity všechna tato kritéria, i když musíme předpokládat, že vždy se vyskytují určité odchylky nebo momenty, které při výzkumu nebudeme brát v úvahu. S homogenními re-

giony se můžeme nejčastěji setkat ve fyzické geografii, jako jsou např. klimatické nebo geomorfologické regiony. [7, s. 67- 68]

### **Heterogenní regiony**

Heterogenní, nebo také nehomogenní, nodální, spádové, uzlové, funkční regiony se vyznačují nestejnorodostí svých vlastností, ale funkční jednotností ve vztahu k jejich vnitřní struktuře nebo organizaci. Skládají se z jednoho nebo více nodálních center a z periférií (zázemí), které je na uzly vázáno drahami a toky. Důležitým jevem je síla vazeb mezi centrem a zázemím a intenzita vzájemného působení. Jejich hranice je dána místem, ve kterém slábnou nebo mizí vazby s vlastním centrem. Za nodální region můžeme například považovat tzv. spádové regiony, kdy vymežíme oblast, ze které lidé dojíždějí nakupovat do určitého obchodního domu. [7, s. 68]

### **3.4 Mikroregion**

Mikroregionem je nazýváno dobrovolné sdružení obcí, které vzniká převážně účelově za dosažením určitého cíle a záměru, především z důvodu prosazování společných zájmů a řešení společných problémů. Velmi často jsou vytvářeny za účelem získání finančních prostředků ze státních fondů a z fondů Evropské unie. Dřívější mikroregiony, tzv. mono-funkční mikroregiony, vznikaly za účelem dosažení určitého cíle a poté již ve spolupráci nepokračovaly. V současné době se vyskytují již ojediněle. Většina obcí ve spolupráci pokračuje a snaží se o komplexní rozvoj svého území. V mnoha případech má geografické vymezení nově vzniklých mikroregionů nodální charakter a blíží se reálným funkčním mikroregionům. Základním prostředkem rozvoje mikroregionů je strategické plánování. Tento dokument vychází ze znalostí daného území a musí být v souladu s rozvojovými dokumenty vyšších územních celků. Na tyto dokumenty pak navazují konkrétní projekty. [19]

Monitorováním mikroregionů se věnuje Ústav územního rozvoje. V roce 2005 bylo poprvé osloveno více než 500 mikroregionů, které se aktivně zapojily do výzkumu. Byly jim předány dotazníky, na základě kterých bylo získáno dostatečné množství dat a mohla být vytvořena databáze jako podklad pro zpracování on-line evidence mikroregionů ČR. V této databázi lze získat informace o umístění, příslušnosti do kraje, okresu apod. K dispozici

je rovněž geografické vymezení, základní identifikační informace a další doplňující informace včetně odkazu na www stránky, pokud existují. [20]

Níže uvedená tabulka ukazuje zapojení obcí do mikroregionů v letech 2003 – 2008. Data jsou platná k 31.8 2008. V roce 2006 došlo ke změně metodiky zjišťování a data byla získána pouze odhadem. Proto nejsou součástí tabulky.

Tabulka č. 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	6249	4625	74,01	1624	25,99	491
2004	6249	4685	74,97	1564	25,03	505
2005	6248	5280	84,51	968	15,49	533
2007	6249	5385	86,17	864	13,83	551
2008	6249	5473	87,58	776	12,42	570

Zdroj [19]

### 3.5 NUTS

Zkratka NUTS, neboli česky nomenklatura územních statistických jednotek, vznikla z francouzského La nomenclature des unités terioriales statistiques. Byla vytvořena Eurostatem pro statistické potřeby Evropské unie a pro porovnání jednotlivých regionů a jejich následné zařazení pod jednotlivé cíle strukturální politiky EU. Mohou zahrnovat jednu nebo více územně správních jednotek.

V České republice byly usnesením vlády ČR č. 707, ze dne 26.10 1998 stanoveny následujícím způsobem:

- NUTS I – celé území České republiky,
- NUTS II – 8 územních jednotek, v podstatě nové kraje: Praha (pouze území hlavního města Prahy), Střední Čechy (jenom Středočeský kraj), Jihozápad

(Jihočeský a Plzeňský kraj), Severozápad (Karlovarský a Ústecký kraj), Severovýchod (Liberecký, Královehradecký a Pardubický kraj), Jihovýchod (Jihomoravský a kraj Vysočina), Střední Morava (Olomoucký a Zlínský kraj) a Moravskoslezsko (jenom Moravskoslezský kraj),

- NUTS III – 14 krajů (VÚSC),
- NUTS IV (LAU 1) – 77 okresů,
- NUTS V (LAU 2) – obce (cca 6259). [15, s. 51-53]

## 4 ZÁKLADNÍ POJMY V OBLASTI CESTOVNÍHO RUCHU

Historie cestovního ruchu spadá hluboko do minulosti, kdy byly uskutečňovány výpravy nejen za obchodem, ale i objevitelské, náboženské nebo vzdělávací cesty. Za nejstarší cestovatele jsou považováni Řekové, Egypťané a Římané.

Moderní cestovní ruch začíná v 19. století, kdy dochází k rozvoji průmyslu a dopravy. Za počátek novodobého cestovního ruchu je považován obvykle rok 1841, kdy Thomas Cook uskutečnil výlet vlakem pro sedmdesát účastníků. K dalším známým postavám počátků cestovního ruchu je považován Marco Polo a Kryštof Kolumbus. [4, s. 14-15]

### 4.1 Typologie cestovního ruchu

Cestovní ruch můžeme členit na základě celé řady ukazatelů. Provádí se za určitým účelem, například pro marketing, statistiku apod. Nejčastěji se rozlišují druhy, formy a typy cestovního ruchu.

#### Druhy cestovního ruchu

Toto členění je založeno na vnějších faktorech a zohledňuje způsob realizace v závislosti na geografických, ekonomických, společenských či jiných podmínkách.

Dle místa realizace se člení na:

- vnitřní cestovní ruch,
- vnější cestovní ruch.

Dle původu účastníka ve vztahu k danému státu:

- domácí cestovní ruch,
- zahraniční cestovní ruch.

Dle vztahu k platební bilanci můžeme rozlišit pozitivní vliv na platební bilanci na straně aktivního cestovního ruchu (příjezdový a tranzitní) a vývoz devizových prostředků na straně pasivního cestovního ruchu u výjezdového cestovního ruchu:

- příjezdový cestovní ruch, který zahrnuje aktivity spojené s příjezdem zahraničních osob do daného státu,

- tranzitní cestovní ruch zahrnující aktivity spojené s průjezdem zahraničních osob přes území daného státu,
- výjezdový cestovní ruch zahrnuje aktivity spojené s výjezdem občanů daného státu.

Dle počtu účastníků:

- individuální cestovní ruch (jednotlivci či malé skupiny),
- kolektivní cestovní ruch (také společenský, skupinový či klubový),
- masový cestovní ruch, kdy dochází ke koncentraci účastníků.

Dle délky trvání:

- krátkodobý cestovní ruch zahrnující maximálně 3 přenocování, přičemž je z něj vyloučen tranzitní (pasažérský) cestovní ruch, obchodní cestovní ruch probíhající v průběhu pracovního týdne, výletní cestovní ruch bez přenocování a víkendový cestovní ruch s 1- 3 přenocováními,
- dlouhodobý cestovní ruch, jenž zahrnuje více než 3 přenocování.

Dle způsobu zabezpečení rozlišujeme:

- organizovaný cestovní ruch, který zajišťují cestovní kanceláře či jiné podnikatelské subjekty,
- neorganizovaný cestovní ruch, kde si veškeré služby zajišťuje účastník sám.

Dle způsobu financování:

- komerční (volný) cestovní ruch, kde si veškeré náklady hradí účastník plně sám,
- sociální (vázaný nebo také nekomerční), kdy část nákladů za účastníka hradí na základě určitých podmínek jiné organizace či instituce (např. lázeňské pobyty hrazené pojišťovnou, odborářské příspěvky na dětské rekreace). [2, s. 28-30]

Dle věku účastníků:

- dětský cestovní ruch (pobyty dětí do 15 let bez rodičů, jako jsou například dětské tábory, školní výlety),
- cestovní ruch mládeže (osoby ve věku 15 – 24 let, které nejezdí na prázdniny se svými rodiči, ale také ještě ne se svými rodinami),

- cestovní ruch seniorů. [10, s. 23-24]

V literatuře jsou používány i další členění, ale tyto výše uvedené patří mezi základní.

### Formy cestovního ruchu

Jsou rozděleny podle motivace návštěvníků, charakteru a účelu trávení volného času na:

- **rekreační**, který je realizován ve vhodném přírodním rekreačním prostředí, je spojen nejen s pasivním, ale také s aktivním odpočinkem, jako jsou třeba sportovní aktivity, zahrádkaření, rybaření apod., zahrnuje také příměstskou rekreaci a má zpravidla krátkodobější charakter pobytu na chatách, chalupách a zahrádkách,
- **kulturně – poznávací** zaměřený na poznávání historie, kultury, tradic, zvyků vlastního i cizích národů, základem je návštěva kulturně historických památek, kulturních zařízení, přírodních památek, společenských událostí,
- **náboženský** (poutní místa), kde hlavním motivem je návštěva poutních a posvátných míst, církevních památek a účast na církevních obřadech a oslavách,
- **vzdělávací** s hlavním cílem se něco naučit nebo něco poznat a tomu je pak přizpůsoben program cesty nebo pobytu,
- **společenský**, který je orientovaný na setkávání příbuzných a známých, vytváření přátelských vztahů a známostí s lidmi se stejnými zájmy a zálibami (např. setkání veteránů). Tyto pobyty se vyznačují bohatým programem a společenským životem,
- **zdravotní** (lázeňsko-léčebný) je zaměřen především na zdravotní prevenci, rehabilitaci, rekonvalescenci i léčení následků nemocí v lázních nebo jiných zdravotně příznivých prostředích,
- **sportovní**, jenž zahrnuje nejen aktivní (horská turistika, cykloturistika, vodní, pěší turistika), ale rovněž pasivní sportovní náplň, jako je například divácká účast na různých zápasech,
- **poznávání přírody** (fauny, flory) s cílem návštěvy přírodních rezervací, národních parků, specifickým typem je **ekoturistika**, jejíž účastníci se vyznačují chováním, které co nejméně ohrožuje přírodu a snaží se o návrat k přírodě v podobě zeleného, tzv. měkkého cestovního ruchu,



- **dobrodružný** (adrenalinové sporty) spojený s nebezpečím, testováním fyzických a psychických vlastností účastníků, např. sjíždění divokých řek a vodopádů (rafting) nebo skákání z výšek (bungee-jumping),
- **profesní**, který se od předchozích liší tím, že se v zásadě nejedná o cestovní ruch realizovaný ve volném čase účastníků. Zahrnuje služební a obchodní cesty, účast na konferencích, veletrzích, výstavách, ale patří zde rovněž incentivní cestovní ruch (někdy nazývaný stimulační nebo motivační), který má zlepšit vztahy mezi zaměstnanci, případně zákazníky,
- **politický** zahrnující sjezdy, mítinky politických stran,
- **nákupní** představovaný cestami za výhodnými nákupy, zejména do zahraničí,
- **specifický**, jako je například turistika pro vozíčkáře. [1, s. 17-18]

### Typy cestovního ruchu

Cestovní ruch je možné dělit na velké množství typů, zobecňovat je nebo více rozšiřovat. Nové typy neustále vznikají vzhledem k technickému pokroku a novým zájmům obyvatel. Lze jej charakterizovat jako soubor aktivit cestovního ruchu mající konkrétní podobu a určitý svébytný charakter. [2, s. 71]

Patří zde zejména:

- **aktivní turistika**, kam patří například pěší turistika, cykloturistika, zimní turistika, vodácká turistika. Hlavním faktorem jsou přírodní předpoklady, jako například svažitý reliéf pro lyžování nebo sjízdnost vodního toku pro vodní turistiku,
- **incentivní turistika**, která je určena pro motivaci pracovníků, obchodních partnerů či zákazníků; nejčastějším produktem je zájezd,
- **poznávací turistika**, jejímž účelem je poznání specifík daných oblastí, ať už hmotných (památky), tak i nehmotných (tradice, folklór) nebo poznávání přírodních krás,
- **venkovská turistika** je charakteristická zejména svým prostředím, pobytem ve venkovském prostředí, návrat k přírodě a objevování venkova. Není zaměřena pouze na přírodu, ale využívá veškerý společenský, kulturní, ekonomický a materiální potenciál venkova,

- **veletržní turistika** probíhající za účelem návštěvy výstavní akce, která slouží k prezentaci výrobků a navázání obchodních vztahů,
- **kongresová turistika**, jejímž cílem je účast na odborně zaměřené akce, zpravidla mezinárodního významu,
- **lázeňská turistika**, která je v dnešní době využívána nejen k léčení chorob a rekonvalescenci, ale také má přispět k lepší fyzické kondici, např. wellness,
- **specifická turistika**, kde společným znakem této turistiky je specifický, unikátní turistický potencial daného regionu. Patří zde např. městská turistika (návštěva města bez ohledu na to, zda zde účastníci přenocují či ne), turistika za uměním (především návštěvy pořádaných akcí, jako jsou koncerty, muzikály, divadelní představení), nákupní turistika (návštěva velkých obchodních komplexů, střediska řemesel apod.), gastroturistika (ochutnávka místních specialit doplněné o ukázky tradičních způsobů zpracování surovin). [2, s. 71-92]

## 4.2 Legislativní rámec a základní dokumenty

Z hlediska veřejné správy je cestovní ruch vnímán jako součást regionální politiky. V posledních letech vzrůstá význam cestovního ruchu v regionální politice, neboť může efektivně pomáhat regionům se strukturálními problémy tím, že vytváří odolnější ekonomické prostředí vůči strukturálním problémům. Při relativně nízkých nákladech dokáže vytvářet nová pracovní místa. [17, s. 206 – 207]

Cestovní ruch vychází z legislativní úpravy na úrovni regionální politiky. Z věcného hlediska je zásadní zákon č. 2/1969 Sb., o zřízení ministerstev a jiných ústředních orgánů státní správy České republiky, tzv. kompetenční zákon, který stanoví jako ústřední orgán ve věci regionální politiky a cestovního ruchu Ministerstvo pro místní rozvoj (§ 14 odst. 1). Pouze lázeňský cestovní ruch tvoří výjimku. Je v působnosti Ministerstva zdravotnictví a upravuje ho tzv. „lázeňský zákon“, tj. zákon č. 164/2001 Sb., o přírodních léčivých zdrojích, zdrojích přírodních minerálních vod, přírodních léčebných lázních a lázeňských místech a o změně některých souvisejících zákonů. [2, s. 190]

Stěžejní normou regionální politiky je zákon č. 248/200 Sb. o podpoře regionálního rozvoje. Tento zákon se mimo jiné věnuje působnosti správních úřadů, krajů a obcí při podpoře regionálního rozvoje, tedy i při podpoře cestovního ruchu.

Pro efektivní rozvoj cestovního ruchu je nutné stanovit cíle a priority, které mají být v určitém časovém období splněny. Z hlediska obecnosti a účelu, ke kterému mají být dokumenty určeny, můžeme rozlišovat tyto níže uvedené typy:

- **strategie** – dlouhodobý koncepční dokument, který určuje základní linie a území, pro které subjekt strategii vytváří, a to ve všech tématických oblastech na dlouhé období,
- **program** – střednědobý dokument, vychází a navazuje na strategii ve střednědobém horizontu,
- **plán** – krátkodobý dokument prováděcího charakteru, který konkretizuje daná opatření ve formě projektů a aktivit obsahující jak harmonogram, tak i způsob jeho financování.

Specifickým dokumentem v oblasti cestovního ruchu je marketingová studie, jejímž účelem je detailně analyzovat možnosti prezentace a propagace daného regionu včetně konkrétních návrhů a projektů. [2, s. 213]

Zásadními dokumenty pro rozvoj cestovního ruchu v České republice jsou Koncepce státní politiky cestovního ruchu v ČR, Prováděcí dokument ke Koncepci státní politiky cestovního ruchu, Strategie hospodářského růstu a Strategie regionálního rozvoje. Rozvoj cestovního ruchu musí rovněž respektovat možnosti území a limity jeho funkčního využití v souladu s Politikou územního rozvoje.

### **Koncepce státní politiky cestovního ruchu v České republice na období 2007 - 2013**

Mottem celého dokumentu je vize „Destinace Česká republika – jednička v srdci Evropy“. Tento cíl navazuje na strategické cíle vyjádřené ve čtyřech prioritách a vychází z předpokladu, že odvětví cestovního ruchu je založeno na malém a středním podnikání, tedy je jedním z mnoha nástrojů regionální politiky:

- **priorita 1** – Konkurenceschopnost národních a regionálních produktů cestovního ruchu,

- priorita 2 - Rozšiřování a zkvalitňování infrastruktury a služeb cestovního ruchu,
- priorita 3 – Marketing cestovního ruchu a rozvoj lidských zdrojů,
- priorita 4 – Vytváření organizační struktury cestovního ruchu. [2, s. 216]

Je základním a velmi důležitým střednědobým strategickým dokumentem z hlediska řízení a organizace cestovního ruchu v České republice. Představuje Českou republiku jako destinaci:

- s pozitivním mezinárodním image,
- s vysoce kvalitními a konkurenceschopnými produkty a službami,
- nabízející turistické zážitky v souladu s kvalitou životního prostředí a značným kulturně historickým potencionálem,
- generující národní a regionální příjmy,
- zajišťující účinnou ochranu životního prostředí,
- nabízející atraktivní pracovní příležitosti v cestovním ruchu,
- zajišťující osobám pracujícím v cestovním ruchu vzdělávání a rozšiřování jejich schopností a dovedností,
- s funkční organizační strukturou,
- respektující a podporující kulturu v celé její šíři,
- respektující hlediska veřejného zdraví svých občanů. [9, s. 34-35]

Základním realizačním nástrojem Koncepce jsou strukturální fondy EU, z nichž je to především Integrovaný operační program (IOP), Regionální operační programy (ROP), další tématické operační programy a operační programy Evropské územní spolupráce. Dalším významným nástrojem, který stojí mimo systém strukturálních fondů, je Program rozvoj venkova.

### **Prováděcí dokument ke Koncepti státní politiky cestovního ruchu v České republice na období 2007 – 2013**

Zpracování tohoto dokumentu vychází z usnesení č. 1239 ze dne 7. listopadu 2007, kterým vláda schválila Koncepti státní politiky cestovního ruchu v České republice na období 2007 – 2013. V Koncepti byly stanoveny základní rozvojové změny, které by měly být roku 2013 podpořeny. Součástí usnesení vlády ke koncepci je v příloze tabulka s rozdělením odpovědností subjektů za plnění opatření koncepce. Toto rozdělení je však velmi rámcové a nezahrnuje odpovědnosti za konkrétní aktivity a záměry koncepce. Proto byl zpracován Prováděcí dokument, který rozpracovává a konkretizuje aktivity Koncepce. K těmto aktivitám jsou zde stanoveny konkrétní nástroje, způsob a doba realizace včetně určení realizátorů, kteří budou odpovědni za jejich plnění. [22]

### **Strategie hospodářského růstu**

Motto strategie, která vznikla z doporučení OECD, zní: „Česká republika – znalostně technologické centrum Evropy s rostoucí životní úrovní a vysokou zaměstnaností“. Cílem strategie je přiblížit Českou republiku ekonomické úrovni hospodářsky rozvinutějších zemí Evropské unie.

Strategie má tři hlavní úkoly:

- nastavení priorit pro koordinaci hospodářské politiky do roku 2013 a nasměrování prostředků ze Strukturálních fondů a Fondu soudržnosti pro období 2007 – 2013,
- komunikace těchto priorit veřejnosti a podnikatelům,
- přispět k maximálně efektivnímu nasměrování veřejných prostředků v oblastech přímé intervence. [23]

### **Strategie regionálního rozvoje**

Patří mezi základní dokumenty regionální politiky a obsahuje zejména:

- analýzu stavu regionálního rozvoje,

- charakteristiku silných a slabých stránek v rozvoji jednotlivých krajů a okresů,
- strategické cíle regionálního rozvoje v České republice,
- vymezení státem podporovaných regionů,
- doporučení dotčeným ústředním státním úřadům a krajům pro zaměření rozvoje odvětví spadajících do jejich působnosti.

Pro oblast cestovního ruchu jsou ve strategii stanoveny dvě základní podmínky pro dosažení vyšší konkurenceschopnosti České republiky. První z nich je vyrovnaní rozsahu a kvality základní i doplňkové infrastruktury a služeb cestovního ruchu. Druhou podmínkou je zvýšení atraktivity České republiky a regionů jako destinací cestovního ruchu využitím jejich specifického potencionálu, zejména přírodního a kulturního. Splnění těchto podmínek závisí na rychlosti odstranění stávajících nedostatků a využití příležitostí. Rovněž je nutné respektovat principy udržitelného rozvoje, a to jak po stránce socioekonomické (podíl odvětví na ekonomice státu, především jako významného zdroje zaměstnanosti), tak i po stránce ekologické (ochrana přírody, krajiny a životního prostředí při provozování aktivit cestovního ruchu). [24]

### **Politika územního rozvoje**

Jedná se o celostátní nástroj, který určuje požadavky na konkretizaci úkolů mezinárodního plánování, určuje strategii a základní podmínky pro naplňování těchto úkolů a stanovuje republikové priority územního plánování pro zajištění udržitelného rozvoje území. Mimo jiné vymezuje rozvojové oblasti Praha, Ostrava, Brno, Hradec Králové, Pardubice, Plzeň, Ústí nad Labem, Liberec, Olomouc, Zlín, České Budějovice, Jihlava, Karlovy Vary. [25]

## 5 LITERÁRNÍ REŠERŠE

### 5.1 Vymezení pojmu cestovního ruchu

Cestovní ruch patří mezi největší a nejdynamičtější se rozvíjející ekonomická odvětví a ve světě je považovaný za odvětví budoucnosti. V řadě českých regionů se stává významným a nepostradatelným faktorem regionálního rozvoje. [16, s. 33]

Obecně se cestovní ruch definuje jako krátkodobý přesun lidí na jiná místa, než jsou místa jejich obvyklého pobytu, za účelem pro ně příjemných činností. [5, s. 53]

Novodobý cestovní ruch se začínal rozvíjet na přelomu 20. století v souvislosti se společensko-ekonomickými podmínkami a začal se vyznačovat určitými specifickými znaky:

- postupně zasahuje do všech sociálních sfér,
- není již pouze výsadou majetných tříd a skupin, ale získává znak masovosti a dynamiky,
- dochází ke změně kvality,
- nezabezpečuje pouze luxusní potřeby, ale působí příznivě na regeneraci fyzických a duševních sil. [4, s. 16]

Definice cestovního ruchu se vyvíjí v rámci historického kontextu a v návaznosti na jeho vývoj a v rámci vývoje jich byla definována celá řada, proto je možné uvést pouze některé.

Jako cesty vymezuje cestovní ruch BORMAN (1931). Cesty se podnikají za účelem zotavení, zábavy, obchodu a povolání nebo i z jiných příčin, při nichž dochází k dočasné změně místa bydliště. Uvádí, že sem však nepatří dojíždění za prací. [10, s. 7]

Cestovní ruch jako lokální nebo územní nashromáždění cizinců s přechodným pobytem vnímá POSER (1933). Tento pobyt podmiňuje vznik vzájemných vztahů mezi cizinci na straně jedné a domácím obyvatelstvem, místem a jeho krajinou na straně druhé. [10, s. 8]

Mezníkem pro zkoumání cestovního ruchu je definice švýcarských profesorů HUNZIKER a KRAPF (1941), kteří cestovní ruch definují jako souhrnné označení vztahů a jevů vznikajících na základě cesty a pobytu místně cizích osob, pokud se pobytem nesleduje usídlení a pokud s ním není spojena žádná výtěžná činnost. [10, s. 8].

Zhruba do sedmdesátých let definice specifikovaly způsoby formování vztahů mezi účastníky, případně hledisko přepravy, poté začíná být cestovní ruch definován zejména jako forma uspokojení potřeb lidí v oblasti rekreace, kultury a dalšího využití mimo místo stálého pobytu.

„Mezinárodní konference o cestování a statistikách cestovního ruchu konaná v Madridu již v červenci 1991 cestovní ruch definovala jako činnost osoby, cestující na přechodnou dobu do místa mimo její běžné životní prostředí (mimo místo bydliště), a to na dobu kratší, než je stanovena, přičemž hlavní účel její cesty je jiný než vykonávání výdělečné činnosti v navštíveném místě.“[9, s. 5]

Základní charakteristikou cestovního ruchu je jeho sezónnost. S tím souvisí volba pro dovolenou s ohledem na počasí a zvyklosti v dané zemi. Cena produktů je sezónností výrazně ovlivněna. V současné době jsou čím dál více nabízeny pobyty mimo sezónu, např. školní výlety, což přispívá významu na udržitelný rozvoj cestovního ruchu. [18, s. 65]

Z geografického pohledu se moderní cestovní ruch v různých formách soustřeďuje k dlouhodobým či krátkodobým pobytům obyvatelstva do významných středisek, oblastí a zemí. Roste i význam služeb, které byly v minulosti poskytovány převážně v oblasti dopravy a pojišťovnictví, ale nyní nabývají významu služby v oblasti informatiky, telekomunikací, tržního výzkumu apod. V globálním měřítku je cestovní ruch významným zaměstnavatelem. Bývá označován jako „průmysl bez továrních komínů“. Možnosti uspokojování zájmů klientů neustále rostou. V posledních letech je v oblibě například agroturistika. [6, s. 9-10]

## 5.2 Základní jednotky cestovního ruchu

Cestující je obvykle nazýván turistou. Objevuje se názor, že turista je někdo, kdo si kupuje zájezd představovaný balíčkem služeb, zatímco cestovatel je člověk, který si svoji dovolenou plánuje sám, a proto je ve srovnání s turistou cosi lepšího.

Byla provedena řada typologií turistů, kdy např. sociolog COHEN (1979) dělí turisty na:

- organizovaného masového turistu, který jede na dovolenou se skupinou přátel, kupuje si ji jako balíček služeb a většinu dovolené tráví v hotelu nebo v jeho bezprostředním okolí,



- individuálního masového turistu, což je člověk, který si kupuje volnější balíček umožňující mu větší svobodu, obvykle se drží vyjetých cest, ale občas se pustí i do odvážnějších akcí,
- turista – průzkumník (objevitel), jenž si plánuje dovolenou sám, pokouší se seznamovat s místními obyvateli, přesto požaduje určitou úroveň komfortu a bezpečnosti,
- turista – tulák, jenž se touží stát součástí místní komunity, i když jen dočasně, a snaží se oprostit od jakékoli formy cestovního ruchu. [5, s. 65-66]

Cestující osoby je možné označit různými názvy, jako například uživatelé nebo zákazníci. Nejčastěji jsou však charakterizováni jako návštěvníci. Na mezinárodní konferenci WTO v Ottavě byly obsáhle diskutovány problémy spjaté s nejednoznačným označením. Výsledkem pak bylo rozhodnutí dále vymežit terminologii v cestovním ruchu. Právě pojem návštěvník představuje základ pro celý systém statistiky o cestovním ruchu.

### **Cestovatel**

Za cestovatele je považována osoba přemísťující se z jednoho místa do druhého, ať už v rámci jedné nebo více zemí. Světová organizace cestovního ruchu tak označuje účastníka, který se přemísťuje do určité destinace se silnou motivací objevovat, poznávat, prožít a prožit. Dále se pak rozlišují cestující na:

- návštěvníky, kteří jsou účastníky cestovního ruchu a zahrnují se do statistik,
- ostatní cestující, což jsou obyvatelé cestující do zaměstnání, škol apod. [9, s. 6]

### **Návštěvník**

V mezinárodním měřítku je návštěvníkem označována osoba, která cestuje do jiné země po dobu, která nepřesahuje 12 měsíců, přičemž hlavním účelem cesty není výkon výdělečné činnosti. Mezinárodní návštěvníci zahrnují turisty, kteří přespí alespoň jednu noc

v hromadném zařízení nebo u soukromníka v navštívené zemi, a návštěvníky bez přespaní. [8, s. 147]

### 5.3 Marketing cestovního ruchu

Současně s přijetím kapitalistických idejí a zásad volného trhu byl zaveden pojem marketing, i když v zásadě marketing existoval již v minulosti. Používali jej již starodávni obchodníci při výměnném obchodu. V současné době je marketing používán v mezinárodním měřítku ve všech oborech hospodářství a studuje se jako samostatná disciplína. [5, s. 32]

Prvním z teoretiků marketingu byl LEVITT (1986), který kladl důraz na marketing v obchodních organizacích. Dokazoval, že je rozdíl mezi prodejem a marketingem a pozvedl jej na úroveň vědecké disciplíny. Uváděl, že prodej je soustředěn na potřeby prodávajícího, kdežto marketing na potřeby zákazníka. [5, s. 32].

Pojem marketing má řadu definic. Znamená nejen průzkum trhu, ale i jeho formování a přizpůsobování se zákazníkům. V současné době je chápán jako podnikatelský přístup, který se snaží o nalezení rovnováhy mezi výrobcem a spotřebitelem, tedy mezi jednotlivými tržními stranami. [8, s. 101]

Dle KOTLER (1994), který je považován za „klasika marketingu“, definice marketingu vychází ze sociálního nebo manažerského přístupu. U sociálního je cílem poskytování vyššího životního standartu, kdežto u manažerského přístupu je marketing chápán jako umění prodávat. [18, s. 11]

LEVITT (1986) zdůrazňuje potřeby a přání zákazníka a definuje marketing jako snahu o vytvoření hodnotného, uspokojivého zboží a služby, které budou zákazníci nakupovat. [5, s. 29].

V cestovním ruchu platí, že čím větší je specializace, tím je větší efektivita a s ní spojené i vyšší zisky. Musí se vycházet z povahy trhu cestovního ruchu v dané zemi. Pro potřeby marketingu je nutné provést segmentaci trhu zaměřenou na věkovou skladbu obyvatel, sociální a příjmovou diferenciaci, vzdělanost, regionální hledisko a rozdílnost mužského a ženského pohlaví (například u zájezdů na sportovní utkání či zájezdy spojené se cvičením a kosmetickou poradnou). [8, s. 113- 114]

### Marketingová koncepce

Pro řízení firmy je podstatný zisk. Marketingová koncepce vychází z hypotézy, že firma by měla uspokojovat potřeby zákazníka s cílem získat zisk. Cílem turistické destinace je stanovování potřeb zákazníků a účinná propagace. Musí zde probíhat analýza, plánování, organizování, řízení a kontrola strategií se zaměřením na silné stránky. Nositeli marketingu destinace cestovního ruchu mohou být:

- místní samospráva, vyšší územní celek,
- státní správa (vláda, ministerstvo),
- firma orientovaná na rozvoj území – soukromá, veřejná, veřejně-soukromá,
- odborníci (urbanisté, národohospodáři, geografové),
- mimovládní organizace, respektive jednotlivci (nadace, fondy, zájmové skupiny, politické strany. [9, s. 56]

V cestovním ruchu začíná marketing procesem rozhodování zákazníka, který preferuje určitý druh cestovního ruchu a vybírá destinaci podle počtu atraktivit, doby cestování a charakteru a kvality služeb. Komplexní služba (package) vzniká na základě provázaných dodavatelů a zprostředkovatelů služeb, které mají řadu specifíků, např.:

- jsou vázány na využití určitého prostoru (návštěva památek),
- jsou časově závislé (roční období),
- jsou částečně závislé na jejich včasném zabezpečení (omezená kapacita),
- poptávka je místně i časově závislá (trendy, sezónnost),
- výrazně se uplatňující segmentace trhu (podle destinací, ceny). [18, s. 77 – 79]

### Marketingový mix v cestovním ruchu

Marketingový mix vychází ze specifíků odvětví cestovního ruchu a skládá se z činitelů vybraných pro uspokojení zákazníků. Má čtyři základní součásti, kterými jsou: produkt, cena,

místo a propagace, v anglickém originále takzvaná čtyři P (product, price, place, promotion). [8, s. 115]

Marketingový mix je souborem taktických nástrojů, které může poskytovatel určitých služeb získávat pro konkurenceschopnost svého produktu a prosazení se na trhu. Čtyři základní výše uvedená P můžeme dále rozšířit o další činitele, jako jsou lidé, tvoření balíčků, programování a kooperace ( people, packaging, programming, partnership). [ 1, s. 66]

**Produkt** je marketingem chápán nejen jako celková nabídka, ale také důvod k nákupu včetně náležitostí související s dalším nákupem. [8, s. 106] „Produkt cestovního ruchu (angl. tourist produkt ) je souhrn veškeré nabídky soukromého či veřejného subjektu, podnikajícího v cestovním ruchu nebo cestovní ruch koordinujícího“.[18, s. 88] V cestovním ruchu si zákazníci nekupují výrobek, ale užitek. Pro úspěch v rozvoji cestovního ruchu je důležité přizpůsobit produkt hodnotám vyhledávaným zákazníky. Nemalý význam mají také obchodní značky, které povzbuzují zákazníka k nákupu. Zavedené značky jsou spojovány s kvalitou a mezinárodní reprezentací. [5, s. 154 – 161]

**Cena** je vyjádřením hodnoty statku. Je regulačním a eliminačním prvkem, neboť spotřebitel se řídí při výběru cenou produktu. Pokud výrobce není schopen vyrábět za nižší výrobní náklady, nemůže obstát u konkurence. [8, s. 108] V cestovním ruchu je cenová politika základem marketingu a je ovlivňována nejen poptávkou zákazníků, ale rovněž centrálními orgány dané země, které se snaží podpořit cestovní ruch a místní podnikatele. To může probíhat například formou snižování DPH pro služby cestovního ruchu. Organizace v cestovním ruchu ceny svých produktů často mění. Dochází k tzv. manipulaci s cenou, která se využívá např. mimo hlavní sezónu, při hromadných nákupech, nákupech na poslední chvíli (last minute) nebo naopak při nákupech v předstihu (first minute). [18, s. 93 – 95]

**Place** je způsob neboli místo prodeje produktu nebo také distribuční kanál, kterým se produkt k zákazníkovi dostává. Takovým distribučním kanálem může být například elektronický obchod prostřednictvím www stránek, kde si můžou zákazníci objednat letenky nebo ubytování. [18, s. 105]. Distribuce produktů má dvě formy. První je distribuce přímo od producenta k zákazníkovi a druhá nepřímo od producenta k zákazníkovi přes jednoho nebo více zprostředkovatelů začleněných do příslušného distribučního kanálu. Organizace využívají jednu z obou možností nebo jejich kombinaci. [5, s. 192]

**Propagace** slouží jako podpora prodeje a marketingové komunikace se stávajícími i potenciálními klienty. Součástí je reklama, public relations (vztahy s veřejností), osobní prodej, interní reklama a publicita. V cestovním ruchu je kladen důraz na zážitek, spolehlivost a bezpečnost služeb, neobvyklost nebo odlišnost nabízeného produktu. Jako nástroje propagace jsou využívány např. cestovní veletrhy, drobné publikace, pohlednice, www stránky nebo reklama v různých médiích. Propagace a zejména reklama je nejdůležitější součástí marketingu a také nejvíce viditelnou. Pomáhá produktu v prodeji a prosazení se na trhu. [18, s. 107]

Velkou měrou na spokojenosti klientů, kterým je nabízen produkt, se podílejí lidé, tedy další důležitý činitel marketingového mixu. Je velmi důležitý nejen nabízený produkt, ale také způsob jeho prodeje, tzn. přístup obsluhujícího personálu. Proto je důležité věnovat velkou pozornost motivaci, trénování, kontrole a oceňování zaměstnanců spolu s vytvářením příznivé podnikové komunikace a kultury firmy. [1, s. 72]

Mezi další neméně významné činitele v marketingovém mixu patří balíček, který znamená pro klienta možnost výběru. Jedná se o pojetí nabídky jako komplexu služeb, neboť v daných oblastech nejsou vždy všechny složky samy o sobě jedinečné, aby dlouhodobě lákaly turisty. Tento komplex služeb vzniká vzájemnou spoluprací mezi více organizacemi a nabízí možnost vytvoření vícedenního programu. Tato spolupráce pak zakládá vznik dalších činitelů, a to programování, společné projekty a partnerství. [1, s. 72-73]

#### **5.4 Prostorové vymezení cestovního ruchu**

Prostorové souvislosti cestovního ruchu jsou podmíněny přítomností různých turistických atraktivit. Z hlediska potenciálu krajiny jsou regiony cestovního ruchu vymezeny jako relativně homogenní území a jsou uplatňovány tři přístupy:

- regiony cestovního ruchu, které respektují hranice nižších administrativních jednotek (obcí, okresů apod.),
- regiony cestovního ruchu vytvořené jako specifické regiony, které nepokrývají celé území státu,
- regiony cestovního ruchu, které pokrývají celé území státu, ale nesouhlasí s aktuálním administrativním členěním. [2, s. 21]

V praxi se většinou využívá vymezení tak, aby regiony cestovního ruchu respektovaly hranice nižších (obcí) i vyšších administrativních regionů (okresy, kraje).

Kategorizaci cestovního ruchu lze provést na základě rozdílů v kvalitě a tím také atraktivitě potencionálu. Nejde o přesně stanovený postup. Na národní úrovni se používá pro vymezení atraktivity regionů cestovního ruchu relativní míry atraktivity a nejčastěji se používají tři kategorie:

- regiony cestovního ruchu s mezinárodním významem (např. západočeský lázeňský trojúhelník),
- regiony cestovního ruchu s celostátním významem (např. Krkonoše),
- regiony cestovního ruchu s užším regionálním významem (např. Poodří).

Regiony cestovního ruchu můžeme rovněž chápat i jako oblasti, které odpovídají socioekonomickému heterogennímu regionu, kdy tento útvar funguje na základě nodality, tzv. uzlový region. Typickým příkladem pro tento typ regionu je sídlo, např. velké město a jeho zázemí. [2, s. 21]

## 5.5 Rajonizace cestovního ruchu

Procesu, který vede k rozlišení území na základě prostorového uspořádání typových atraktivit a atraktivit cestovního ruchu v území (potencionálu krajiny), se říká rajonizace (regionalizace) cestovního ruchu. [2, s. 21]

Mezi základní úkoly rajonizace patří:

- vymezení oblastí cestovního ruchu,
- funkční a významové určení oblastí cestovního ruchu,
- směrné kapacity oblastí cestovního ruchu,
- určení pořadí komplexního budování a výstavby oblastí,
- vymezení území mimo oblasti cestovního ruchu,
- vymezení území pro krátkodobou rekreaci obyvatelstva městských a průmyslových aglomerací. [4, s. 21-22]

Dosud byly k rajonizaci cestovního ruchu použity tři základní přístupy. Nejstarší se uplatňoval hlavně od 50. do 70. let 20. století a akcentuje především geografický přístup. Druhý

se začal uplatňovat v 70. letech 20. století v souvislosti s rozvojem cestovního ruchu v bývalém Československu. Tento přístup uplatňuje územně plánovací princip a částečně přetrvává dodnes. Příkladem je rajonizace cestovního ruchu, kterou vláda určila v roce 1962, která byla novelizována v roce 1981. Třetím, nejmladším a v současné době nejvíce využívaným, je marketingový přístup s cílem co nejúčelněji zajistit propagaci turistické nabídky území a připravit konkurenceschopné turistické produkty. Byl uplatněn při turistické regionalizaci území České republiky na marketingové regiony cestovního ruchu. Celkem bylo území ČR vymezeno v letech 1998 - 1999 na 15 turistických regionů, jejichž cílem je možnost komplexní prezentace země v zahraničí a podpora domácího cestovního ruchu. V roce 2010 vešlo v platnost nové členění České republiky na 17 turistických regionů. Přibyly dva turistické regiony (Východní Morava a Královéhradecko) a došlo ke změně názvů, např. Český Sever – Českolipsko a Jizerské hory. Turistické regiony většinou neodpovídají územněsprávnímu členění státu a vnitřně se mohou členit na tzv. turistické oblasti, kterých je celkem 40. Ty slouží především pro domácí cestovní ruch a v jejich rámci fungují tzv. turistické lokality. [2, s. 23-24]

Obrázek č. 1: Mapy turistických regionů a oblastí České republiky



Turistické oblasti České republiky

1. Praha
2. Střední Čechy – západ
3. Střední Čechy – jih
4. Střední Čechy – severovýchod – Píseň
5. Jihní Čechy
6. Šumava
7. Český les
8. Pohorie
9. Západočeské lázně
10. Česká Švýcarsko a Žatecko
11. Krušné hory a Podkrkonoší
12. Česká Švýcarsko
13. Česká Švýcarsko
14. Jizerské hory
15. Český ráj
16. Kokořské a Podkrkonoší
17. Kladské pohádky
18. Hradecsko
19. Otčického hory a Podolické
20. Pardubicko
21. Chrudimsko – Hnědko
22. Královský Světlá
23. Českomoravské pomazí
24. Vysočina
25. Znojemsko a Podyjí
26. Pálava a Lednicko-Valtický areál
27. Slovácko
28. Brno a okolí
29. Moravský les a okolí
30. Kroměřížsko
31. Zlínsko a Luhačovičky
32. Valašsko
33. Beskydy – Valašsko
34. Těšínské Slezsko
35. Odramsko
36. Poodří – Moravské Krasovsko
37. Opavské Slezsko
38. Střední Morava
39. Jeseníky – západ
40. Jeseníky – východ



Zdroj [21]



## **II. PRAKTICKÁ ČÁST**

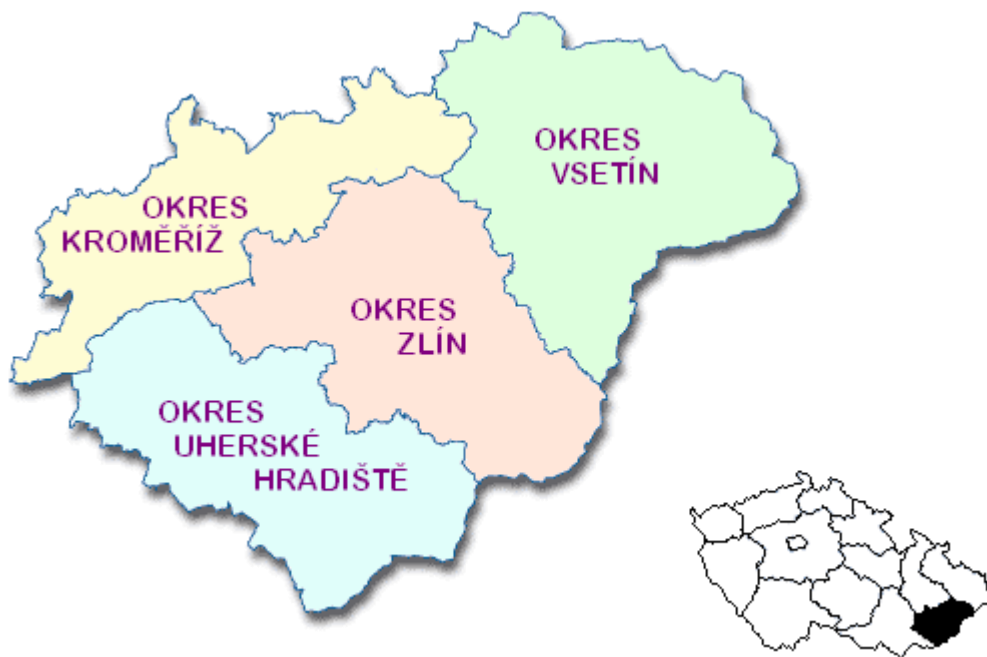
## 6 ZLÍNSKÝ KRAJ

Zlínský kraj je charakteristický svou různorodostí. Na jedné straně se jedná o průmyslové centrum, které je známo díky obuvnickému průmyslu a moderní architektuře Tomáše Bati, a na straně druhé svou krásnou přírodou, bohatým folklórem a místními tradicemi.

### 6.1 Základní charakteristika kraje

Sloučením okresů Zlín, Kroměříž a Uherské Hradiště, které patřily k Jihomoravskému kraji, a okresu Vsetín, jenž náležel k Moravskoslezskému kraji, byl k 1. lednu 2000 ustanoven Zlínský kraj na základě zákona č. 347/1997 Sb. o vytvoření vyšších územně správních celků. S účinností od 1. 1. 2003 bylo vytvořeno 13 správních obvodů obcí s rozšířenou působností, tzv. obcí III. stupně, v jejichž rámci působí 25 územních obvodů pověřených obcí, tzv. obce II. stupně.

Obrázek č. 2: Mapa okresů Zlínského kraje



Zdroj [26]

Mimo okresů můžeme Zlínský kraj členit na regiony dle rozdělení mezi národopisné, turistické a horopisné celky. Na severozápadě je to Haná, v západní části masív Chřib, v jižní části Slovácko (někdy nazýváno jako Bílé Karpaty) a poslední a největší částí je Valašsko, které se nachází na východě.

Obrázek č. 3: Mapa oblastí Zlínského kraje



Zdroj [26]

Na území kraje existuje 24 mikroregionů, v rámci kterých obce dobrovolně spolupracují a řeší své problémy, a jeden euroregion Bílé – Biele Karpaty, který je zaměřen na přeshraniční spolupráci regionů na chráněném území Bílé Karpaty. Na slovenské straně má sídlo v Trenčíně, na české ve Zlíně. Českou část euroregionu tvoří okresy Uherské – Hradiště, Zlín, Vsetín a část okresu Kroměříž a dále několik obcí okresu Hodonín s mikroregionem Hornácko patřící do Jihomoravského kraje. [27]

## 6.2 Geografická poloha

Zlínský kraj se nachází na východě České republiky. Jeho východní okraj hraničí se Slovenskou republikou. Na jihozápadě sousedí s krajem Jihomoravským, na severozápadě s Olomouckým a na severu s krajem Moravskoslezským.

Obrázek č. 4: Geografická mapa Zlínského kraje

**Geografická mapa Zlínského kraje**  
Geographical map of the Zlínský Region



*Zdroj [28]*

Jeho území je členité, převážně kopcovité, tvořené pahorkatinami a pohořími. Severem probíhají Moravskoslezské Beskydy s nejvyšší horou Čertův mlýn (1 206 m), na východě se rozkládají Javorníky s nejvyšší horou Velká Javořina (970 m), která také tvoří hranici se Slovenskem. Na jihu od Moravských Beskyd se nachází Hostýnsko – Vsetínská hornatina a Vizovická vrchovina. Na jihozápadě se zvedají Chřiby s nejvyšším bodem Brdo (587 m). V západní části se nachází dva úvaly – Hornomoravský, který se táhne od západu z Olomouckého kraje přes okres Kroměříž až do okresu Zlín, a Dolnomoravský, který probíhá kolem řeky Moravy v okrese Uherské Hradiště směrem do Jihomoravského kraje. Řeka Morava, která je největší řekou kraje, protéká oběma úvaly. V jejím povodí se nachází úrodná oblast Haná na Kroměřížsku a Slovácko na Uherskohradištsku. Kraj má rozdílné přírodní a půdní podmínky, v závislosti na daných oblastech. V úvalech je provedeno odlesnění, kdežto v horských oblastech se nachází rozsáhlé jehličnaté porosty. Kli-

matické podmínky jsou celkem příznivé. V roce 2009 byla naměřena v kraji průměrná teplota vzduchu 9,8 °C a celkový úhrn srážek 645 mm/m<sup>2</sup>. [28]

## 6.3 Doprava

### Silniční doprava

Zlínský kraj je znám svou špatnou dopravní infrastrukturou. Po rozdělení republiky byly přerušeny mnohé dopravní vazby. Chybí zde dálnice, rychlostí komunikace a silnice I. třídy s návazností na ostatní regiony, což má negativní vliv na cestovní ruch. Zlínský kraj je k 1.1 2011 správcem 1 766 km komunikací II. a III. třídy.

V České republice k 1. 1. 2009 činila celková dopravní síť 55 654 km a ve Zlínském kraji se nacházelo pouze 2120 km, což bylo 3,8 % z celorepublikového průměru, z toho dálnice pouze v délce 7 km, rychlostní komunikace 3 km a silnice I. třídy 336 km. [29]

Ke konci roku 2009 se situace v silniční dopravě výrazně nezměnila. Celková délka silnic a dálnic činila 2122 km, v tom je zahrnuto 8 km dálnice, 342 km silnice I. třídy (z toho 3 km rychlostní komunikace). [28]

Mimo zmiňované chybějící silniční sítě dalším problémem je vysoký počet úseků, které je nutné projet územím obcí, a nedostačující šířka silnic. Nejvíce zatíženými úseky jsou:

- Otrokovice – Zlín – Vizovice (1/49),
- Buchlovice – Staré Město – Uherské Hradiště – Kunovice (1/50),
- Valašské Meziříčí – Vsetín (1/57),
- Tlumačov – Otrokovice – Napajedla – Staré Město (1/55),
- Kroměříž – Hulín (1/47). [30]

V současné době je částečně zprovozněna dálnice D1, která napojí region na dálniční soustavu České republiky. Dne 3. prosince 2010 byl zprovozněn úsek Kroměříž – Hulín, ale celkové napojení dosud není dokončeno.

### **Železniční doprava**

Ve Zlínském kraji se nachází 358 km železničních tratí. Osobní železniční dopravu provozuje akciová společnost České dráhy. V Otrokovicích, což je 10 km od města Zlína, se nachází železniční uzel na hlavní elektrifikované trati č. 330 Břeclav – Otrokovice – Přerov. V Přerově je pak napojení na trať č. 270 Praha – Ostrava- Varšava. Trať č. 330 spolu s další významnou tratí č. 280 Hranice na Moravě - Střelná jsou součástí významných dopravních koridorů.

Trať, která vede mezi Otrokovicemi a Zlínem, je propojena s městskou hromadnou dopravou a je součástí integrovaného dopravního systému. [31]

### **Letecká doprava**

Ve Zlínském kraji není žádné veřejné mezinárodní letiště. Jsou zde pouze tři civilní letiště: v Otrokovicích, Holešově a Kunovicích. Obyvatelé pro leteckou dopravu musí využít mezinárodní letiště v Ostravě, v Brně, v Praze, v Bratislavě nebo ve Vídni.

### **Lodní doprava**

Lodní doprava je využívána především na řece Moravě a Bečvě. Nejznámější vodní cestou Zlínského kraje je Baťův kanál neboli Průplav Otrokovice – Rohatec. Původně byl určen k dopravě lignitu, v současné době je využíván převážně turisty, kteří si zde mohou vypůjčit loď. Průplav se nachází na území Zlínského a Jihomoravského kraje. Je dlouhý 52 km a má 13 plavebních komor. Po řece Moravě vede 27 km, 24 km po Baťově kanále a 1 km po řece Dřevnici.

### **Cykloturistika**

Výše uvedenou plavbu na Baťově kanále je možné doplnit i cykloturistikou, neboť v okolí kanálu se nachází cyklostezka, která má délku 80 km. Další významnou trasou je Cyklostezka Bečva, která vede od pramenů Rožnovské a Vsetínské Bečvy až po soutok s Moravou a má celkem 141 km. V současné době probíhají jednání o dobudování dalších úseků mezi Valašským Meziříčím a Hustopečemi a dále do Skaličky. Zde je možné pozá-

dat o finanční prostředky z vyhlášené výzvy v Regionálním operačním programu Střední Morava, oblast podpory 1.3 Bezmotorová doprava.

Ve Zlínském kraji bylo v roce 2009 vybudováno nejvíce cyklistických stezek v rámci České republiky, celkem 53 km, přičemž v Olomouckém kraji, který byl druhý v pořadí, to bylo o polovinu méně. [33]

## 6.4 Významná turistická území

Zlínský kraj je ohraničený významnými turistickými územími. Jedná se především o Moravskoslezské Beskydy, Bílé Karpaty, Chřiby, Hostýnské a Vizovické vrchy, Javorníky a Vsetínské vrchy.

### Moravskoslezské Beskydy

Z větší části se Moravskoslezské Beskydy nachází na území Moravskoslezského kraje a tvoří na severu státní hranici s Polskem, na východě sousedí s pohořím Javorníky a tvoří státní hranici se Slovenskem, západní stranu lemuje Moravská brána a jih Bílé Karpaty. Většinu část území pokrývají jehličnaté lesy. V roce 1973 byla zřízena Chráněná krajinná oblast Beskydy, která je s rozlohou 1160 km<sup>2</sup> největší v ČR. K nejvíce navštěvovaným lokalitám patří Pustevny s Radhoštěm, Velký Polom, Grůň, Bumbálka, Lysá hora, Lomná, Třeštík, Soláň, Velké Karlovice, Bílá, Nezávodí, Malenovice, Visalaje, přehrada Bystřička, Horní Bečva, Baška a Olešná. Ke sportovnímu využití slouží rovněž koupaliště v Kopřivnici, areál ve Frenštátě pod Radhoštěm a plavecké objekty v Prostřední Bečvě, Zubří, Zašové, Valašském Meziříčí a Vsetíně. [35]

### Bílé Karpaty

Horské pásmo Bílé Karpaty tvoří státní hranici mezi Českou republikou a Slovenskem. Jejich česká část spadá do Zlínského a Jihomoravského kraje. Mimo jiné jsou známé díky rozsáhlým původním přirozeným loukám, kde se vyskytují vzácné a ohrožené rostliny, především orchideje. V roce 1980 byla vyhlášena Chráněná krajinná oblast Bílé Karpaty a nejcennější území prohlášena za přírodní rezervace. Největší přírodní rezervací jsou Čertoryje, obrovský luční komplex s roztroušenými stromy dávající krajině charakter anglic-

kého parku. Z důvodu ochrany životního prostředí je v oblasti Bílých Karpat preferována individuální turistika. K nejvyhledávanějším rekreačním lokalitám patří Strážnice–Mlýnky, Radějov-Lučina, Nová Lhota-Vápenky, Javorník-Filipovské území a vodní nádrže Ordějov a Bojkovice. [35]

### **Chřiby**

Horské pásmo Chřiby odděluje severní rovinatou Hanou od jižních rovin Moravského Slovácka. Nachází se zde 2 přírodní parky, 12 zvláště chráněných území, 4 přírodní rezervace a 8 přírodních památek. Mezi nejvyhledávanější rekreační oblasti patří vodní nádrže Koryčany a Březina a chatová oblast Chabaně (část obce Břestek). [35]

### **Hostýnské vrchy a Vizovické vrchy**

Hostýnské vrchy sousedí na jihovýchodě s Vizovickými vrchy, západní a severozápadní část lemuje Hornomoravský úval a ze severu na východ navazují na oblasti Moravskoslezských Beskyd a Bílých Karpat. Jsou charakteristické svou členitostí a kopcovitým rázem. Je zde velké zastoupení lesů a pastvin s množstvím vzácných rostlin a historickou zástavbou obcí valašského typu. Nejcennější části původních porostů, mající převážně charakter pralesů a suťových lesů, patří mezi zvláště chráněná území. Ke kulturně a historicky významným lokalitám patří např. zbytky keltského opida na Hostýně, zříceniny středověkých hradů (Šaumburk, Obřany) a technické zajímavosti, např. nádrž na plavení dříví. Velmi významným prvkem je Svatý Hostýn, který patří mezi nejznámější poutní místa v naší republice. [35]

Na Hostýnské vrchy navazuje přírodní park Vizovické vrchy. K nejznámějším turistickým oblastem patří lokalita Lidečko – Čertovy skály. Ke kulturně a historicky významným lokalitám patří např. zříceniny středověkých hradů (Tetov, Starý Světlov), zámky ve Vizovicích, Malenovicích a Zlíně a technické památky (Mlýn Kostelec Štípa – zděný větrný mlýn holandského typu). [35]



### **Javorníky**

Největší část Javorníků leží na slovenské straně. Jsou pokračováním stejnojmenného pohorí nacházejícího se na české straně hranice. Nejvyšším vrcholem je Velký Javorník (1071 m). Nejvíce navštěvovanými turistickými oblastmi jsou např. Bumbálka, Portáš - Kohútka nebo Pulčínské skály. [35]

### **Vsetínské vrchy**

Vsetínské vrchy jsou vyhledávanou oblastí turistů. Je zde velmi krásná krajina, prakticky z každé vesnice vedou značené stezky a je zde rozsáhlá nabídka ubytovacích služeb. Hlavní pěší turistická trasa vede po hřebeni. Mezi rekreační centra patří Soláň, okolí přehrady Bystřička apod. U západní hranice se nachází město Vsetín. [35]

## **6.5 Turistické oblasti**

Z hlediska cestovního ruchu je Zlínský kraj složen ze čtyř turistických oblastí: Valašsko, Slovácko, Kroměřížsko, Zlínsko a Luhačovické Zálesí. Tři z těchto oblastí přesahují do sousedních krajů: Slovácko do Jihomoravského kraje, Valašsko do Olomouckého a Kroměřížsko do Moravskoslezského kraje.

### **Valašsko**

Valašsko se nachází na území bývalého okresu Vsetín. Je reprezentováno pěti mikroregiony (Rožnovsko, Valašskomeziříčsko-Kelečsko, Vsetínsko, Hornovsacká dráha a Hornolidečsko). Koordinaci má na starosti město Vsetín. Dle metodiky české centrály cestovního ruchu CzechTourismu, která je státní příspěvkovou organizací Ministerstva pro místní rozvoj České republiky, je Valašsko spojováno do jednoho marketingového regionu s Beskydami s názvem Beskydy – Valašsko. [36]

Tato oblast je známa především díky své historické tradici. Nejznámějším a nejvíce navštěvovaným místem je skanzen v Rožnově pod Radhoštěm. Jsou zde umístěny dochované stavby, nejstarší až z 18. století, které ukazují lidové stavitelství původních obyvatel Valachů, kteří se živili pastevectvím. V rámci skanzenu jsou pořádány bohaté doprovodné pro-

gramy, které ukazují folklór, tradice a lidové umění, např. Rožnovské slavnosti nebo Valašský jarmark.

Valašsko je vhodné pro letní a zimní sporty. Je zde množství značených turistických tras. Díky Beskydům a Vsetínským vrchům, které se zde nacházejí, mají turisté příznivé podmínky pro horskou turistiku. Nejvíce vyhledávanější horou Beskyd je Radhošť a horské sedlo Pustevny. Kromě pěší turistiky je možné provozovat cykloturistiku, jízdu na koni nebo venkovní plavání. Příznivci zimních sportů mohou využít některé ze zimních středisek vybavených lyžařskými vleky, příznivcům letních sportů je nabízeno kromě pěší túry také cykloturistika, jízda na koni nebo venkovní plavání.

Oblast Valašska je z pohledu územního rozvoje definována jako klíčová turistická lokalita díky největší koncentraci kapacit a zaměstnanosti v ubytovacích zařízeních. Mezi významný potenciál patří oblast tradic a folklóru, gastronomické a zážitkové turistiky. Jako prioritní produkty byly definovány zimní sporty, poznávací a pěší turistika a cykloturistika.

### **Slovácko**

Oblast Slovácka se nachází na administrativním území bývalého okresu Uherské Hradiště. Přesahuje do sousedního Jihomoravského kraje, kde zahrnuje okres Hodonín. Z pohledu cestovního ruchu patří k nejhomonogennějším územím kraje. Je řízeno a koordinováno destinačním managementem Sdružení Region Slovácko. Zahrnuje 27 subjektů veřejné i soukromé správy a reprezentuje Slovácko jako jeden celek. Protože z hlediska územního členění zasahuje do dvou krajů, byla mezi nimi podepsána dohoda o spolupráci. Sdružení region Slovácko metodicky řídí turistická informační centra a pro Zlínský kraj vykonává důležitou koordinační činnost v rámci celého území. [36]

Východní část Slovácka pokrývají Bílé Karpaty, na severozápadě Chřiby a Žďárský les s množstvím vzácných rostlin, živočichů a krásnou vyhlídkou. Slováckem protéká řeka Morava a Dyje. V její blízkosti se nachází chráněná krajinná oblast Pálava, která je známa díky vápencovým skalám a skalní stepi a lesostepi s bohatou teplomilnou faunou a flórou a Lednicko – valtický areál, který je zařazen na Seznam světového přírodního a kulturního bohatství UNESCO. Jsou zde rozlehlé zámecké zahrady, lesy, vinice, rybníky a četné historické stavby, jako jsou lovecké zámečky, chrámy, kaple apod.

Oblast Slovácka disponuje řadou atraktivit cestovního ruchu, jako jsou hrady, zámky, církevní památky, folklórní akce, gastronomie, Baťův kanál apod. Má široký rozsah nabídky pro turisty. Je známa i díky slivovici a množství vinných sklípků. Nabízí jak aktivní, tak i pasivní odpočinek. Nachází se zde lázeňská místa a léčivé prameny. Pro milovníky kola je lákavé využít možnosti tzv. gurmánské cykloturistiky a vybrat si takovou trasu, která nabízí možnost zastávek s občerstvením a ochutnávkou místních specialit nebo se vydat vinařskou stezkou spojenou s ochutnávkou vín. Příznivci vodních sportů pak využívají Baťův kanál.

Zlínský kraj vymezil v Aktualizaci programu rozvoje cestovního ruchu Zlínského kraje jako prioritní produkty cestovního ruchu v této oblasti poznávací turistiku, pěší a cykloturistiku, církevní turistiku a gastronomickou turistiku.

### **Kroměřížsko**

Turistická oblast Kroměřížska se nachází na administrativním území bývalého okresu Kroměříž. Je reprezentována Sdružením Kroměřížsko představující 29 subjektů z veřejné i podnikatelské sféry. Toto sdružení se stará o propagaci nejbližších míst v okolí Kroměříže, Holešova a blízkých lokalit. Oblast Bystřice pod Hostýnem a okolí je zastupována tímto sdružením obcí. [36]

Kroměřížsko se nachází v západní části Zlínského kraje. Částečně je lemováno Chřiby a Hostýnskými vrchy, ale převážnou část zaujímá úrodná rovina Hané. K nejnavštěvovanějším místům patří zámek v Kroměříži, který je zapsán na seznamu památek UNESCO, a poutní místo Hostýn.

Dle Aktualizace programu rozvoje cestovního ruchu Zlínského kraje jsou v této oblasti prioritní turistické produkty: poznávací, pěší a cykloturistika, církevní turistika a zimní sporty v Hostýnských vrchách.

### **Zlínsko a Luhačovické Zálesí**

Tato turistická oblast leží na administrativním území bývalého okresu Zlín. Je představována dvěma významnými subjekty, a to „Baťovým“ Zlínem a lázeňským městem Luhačovice. Luhačovice jsou v rámci aktualizace programu rozvoje cestovního ruchu stanoveny

jako jedno z území s největším potencionálem cestovního ruchu. Prioritními produkty jsou léčebné a ozdravné pobyty a MICE turistika (plánovaný program pro větší skupiny soustředěný kolem nějakého tématu jako koníček, povolání nebo vzdělávací téma). Ale i město Zlín má vysoký potencionál pro oblast rozvoje cestovního ruchu. Obě města mají svůj městský destinační management. Oblast je typická svými protiklady. Na jedné straně průmyslové město Zlín, na straně druhé krásná krajina s možností věnovat se pěší turistice, cykloturistice, vyjížděním na koni, vyhlídkovým plavbám po Baťově kanále. Ve městě Zlín jsou nejvíce vyhledávány funkcionalistické stavby Tomáše Bati nebo první středoevropský mrakodrap. Příznivci historických památek mohou navštívit hrad v Malenovicích nebo romantický zámek Lešná, který stojí uprostřed zoologické zahrady. Ve východní části se nacházejí Luhačovice, které jsou čtvrtými největšími lázněmi v České republice a největšími lázněmi na Moravě. Mají krásnou architekturu a bohatý kulturní a společenský život a jsou známé díky svým minerálním pramenům. Nejznámějším a nejvýznamnějším pramenem je Vincentka.

## 6.6 Hromadná ubytovací zařízení

Hromadná ubytovací zařízení jsou zařízení s minimálně pěti pokoji nebo deseti lůžky, která pravidelně (nebo nepravidelně) poskytují přechodné ubytování hostům (včetně dětí) za účelem dovolené, zájezdů, lázeňské péče, služební cesty, školení, kurzů, kongresů, symposií, pobytu dětí ve škole v přírodě, v letních a zimních táborech. [28]

Celkový počet hromadných ubytovacích zařízení, počet pokojů a lůžek ve Zlínském kraji v roce 2009 rozdělených podle regionů ukazují níže uvedené tabulky, na základě kterých můžeme konstatovat, že největší kapacita ubytovacích zařízení je na Vsetínsku a Zlínsku. Je zde největší počet hromadných ubytovacích zařízení, největší počet lůžek a největší počet pokojů. V počtu pokojů je na prvním místě Zlínsko, stejně jako v počtu čtyř a tříhvězdičkových hotelů, což je do značné míry ovlivněno existencí lázní. Naopak na Vsetínsku se nachází nejvíce kempů a chatových oblastí.

Tabulka č. 2: Celkový počet hromadných ubytovacích zařízení podle regionů v roce 2009

	Hromadná ubytovací zařízení celkem	hotely ****	hotely ***	ostatní hotely a penziony	kempy	chatové osady a tu- ristické uby- tovny	ostatní zaří- zení
<b>Zlínský kraj</b>	338	15	60	123	16	36	88
<b>celkem:</b>							
Kroměříž	51	2	5	22	1	8	13
Uherské Hradiště	61	6	11	18	4	9	13
Vsetín	135	2	16	52	9	14	42
Zlín	91	5	28	31	2	5	20

Zdroj [28, tabulka vlastní]

Tabulka č. 3: Počet pokojů v hromadných ubytovacích zařízeních podle regionů v roce 2009

	Hromadná ubytovací zařízení celkem	hotely ****	hotely ***	ostatní hotely a penziony	kempy	chatové osady a tu- ristické uby- tovny	ostatní zaří- zení
<b>Zlínský kraj</b>	7 741	589	2 449	1 868	428	534	1 873
<b>celkem:</b>							
Kroměříž	931	37	104	313	0	151	326
Uherské Hradiště	1 067	124	230	210	112	110	281
Vsetín	2 535	102	566	808	261	180	618
Zlín	3 208	326	1 549	537	55	93	648

Zdroj [28, tabulka vlastní]

Tabulka č. 4: Počet lůžek v hromadných ubytovacích zařízeních podle regionů v roce 2009

	Hromadná ubytovací zařízení celkem	hotely ****	hotely ***	ostatní hotely a penziony	kempy	chatové osady a tu- ristické uby- tovny	ostatní zaří- zení
<b>Zlínský kraj</b>	20 126	1 070	5 112	4 898	1 561	1 989	5 496
<b>celkem:</b>							
Kroměříž	2 761	75	295	804	0	516	1 071
Uherské Hradiště	2 886	226	454	535	436	396	839
Vsetín	7 516	200	1 215	2 434	902	707	2 058
Zlín	6 963	569	3 148	1 125	223	370	1 528

Zdroj [28, tabulka vlastní]

## 6.7 Zahraníční turisté

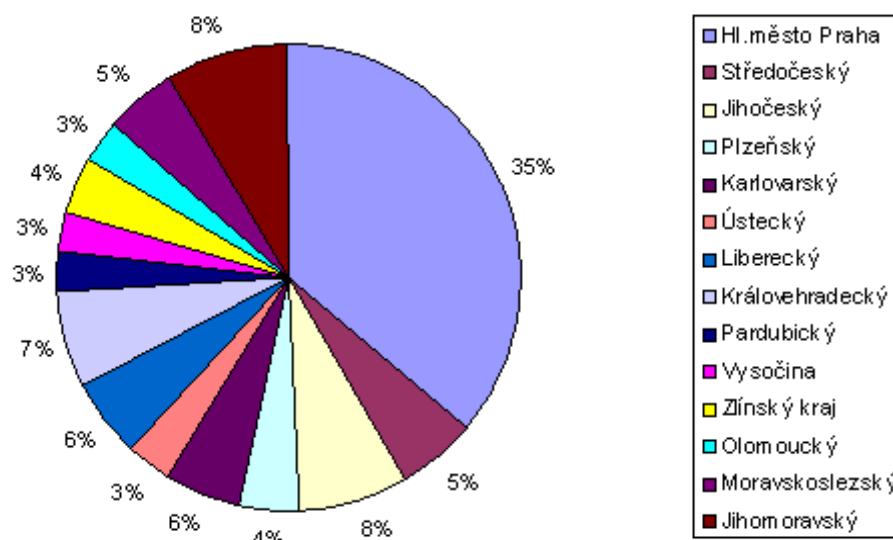
V České republice patří k nejnavštěvovanějším místům všech turistů hlavní město Praha, poté kraj Jihomoravský a Jihočeský. Ve Zlínském kraji činí podíl celkového počtu turistů, kteří navštívili Českou republiku, asi 4%.

Tabulka č. 5: Celkový počet turistů podle krajů v roce 2009

Kraje	Celkový počet turistů
Hl.město Praha	4 346 839
Středočeský	645 443
Jihočeský	917 033
Plzeňský	478 995
Karlovarský	666 094
Ústecký	335 939
Liberecký	675 722
Královohradecký	810 136
Pardubický	320 972
Vysočina	358 863
<b>Zlínský kraj</b>	<b>448 222</b>
Olomoucký	377 200
Moravskoslezský	585 694
Jihomoravský	1 041 492
<b>Celkem</b>	<b>12 008 644</b>

Zdroj [37, tabulka vlastní]

Graf č. 1: Celkový počet turistů podle krajů v roce 2009



Zdroj [37, graf vlastní]

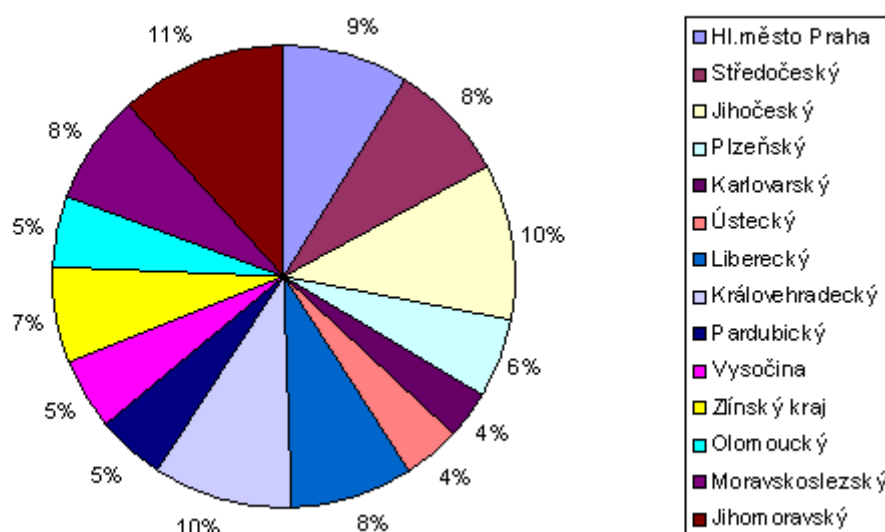
Z celkového počtu turistů, kteří navštívili Českou republiku, je jich převážná většina domácích. Pokud porovnáme návštěvnost v rámci republiky, činí poměr ve Zlínském kraji asi 7%. Nejvíce domácích turistů navštěvuje kraj Jihomoravský, Jihočeský a Královehradecký. Zlínský kraj je na osmém místě v rámci krajů. Pokud porovnáme Zlínský kraj se sousedními kraji, zaujímá třetí místo. Na prvním místě je Jihomoravský, poté Moravskoslezský. Na posledním místě se umístil kraj Olomoucký.

Tabulka č. 6: Domácí hosté podle krajů v roce 2009

Kraje	Domácí hosté
Hl. město Praha	537 880
Středočeský	497 260
Jihočeský	633 846
Plzeňský	334 708
Karlovarský	209 368
Ústecký	231 033
Liberecký	502 806
Královehradecký	586 175
Pardubický	274 469
Vysočina	311 066
<b>Zlínský kraj</b>	<b>388 986</b>
Olomoucký	295 423
Moravskoslezský	472 404
Jihomoravský	693 416
<b>Celkem</b>	<b>5 968 840</b>

Zdroj [37, tabulka vlastní]

Graf č. 2: Domácí hosté podle krajů v roce 2009



Zdroj [37, graf vlastní]

Podíl zahraničních turistů, kteří navštíví Zlínský kraj, patří k nejnižším v rámci celé České republiky. V roce 2009 nejvíce turistů navštívilo hlavní město Prahu, Karlovarský a Jihomoravský kraj.

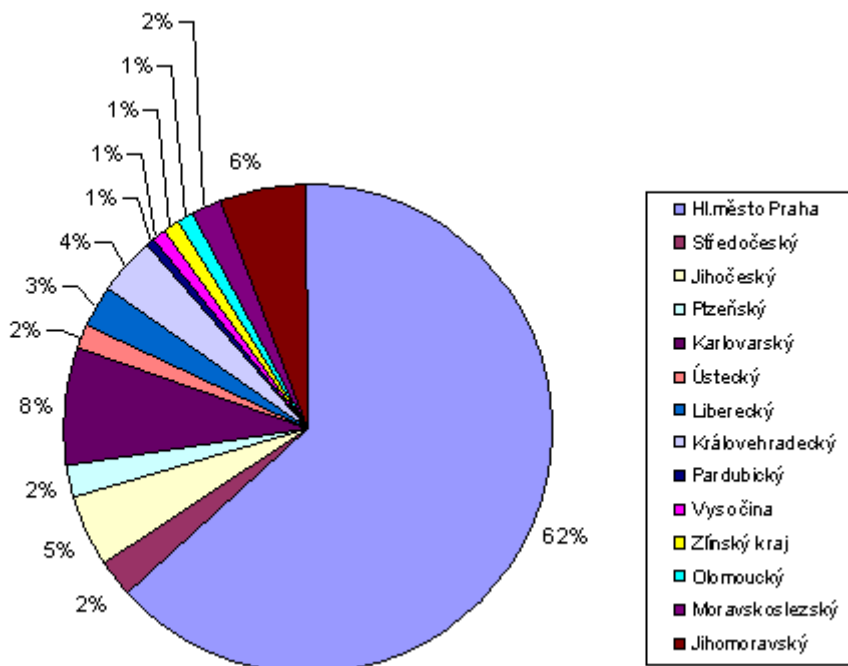
Tabulka č. 7: Zahraniční hosté podle krajů v roce 2009

Kraje	Zahraniční hosté
Hl. město Praha	3 808 959
Středočeský	148 183
Jihočeský	283 187
Plzeňský	144 287
Karlovarský	456 726
Ústecký	104 906
Liberecký	172 916
Královehradecký	223 961
Pardubický	43 503
Vysočina	47 797
Zlínský kraj	59 236
Olomoucký	81 777
Moravskoslezský	113 290
Jihomoravský	348 076
<b>Celkem</b>	<b>6 036 804</b>

Zdroj [37, tabulka vlastní]



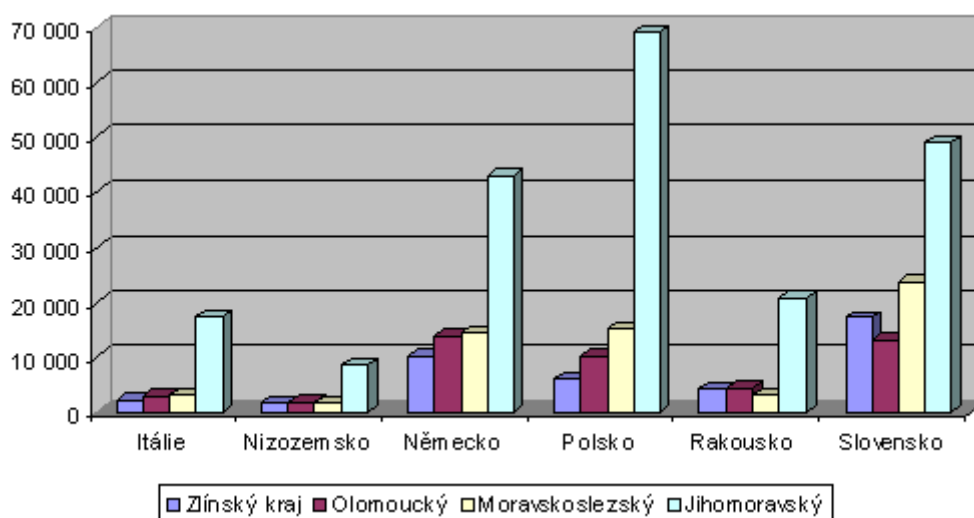
Graf č. 3: Zahraniční hosté podle krajů v roce 2009



Zdroj [37, graf vlastní]

Ze statistické ročenky Zlínského kraje bylo zjištěno, že v roce 2009 nejvíce cizinců do Zlínského kraje přijelo ze Slovenska, Německa, Polska, Rakouska, Itálie, Nizozemí a Maďarska. Pokud tyto zahraniční turisty srovnáme v rámci okolních krajů, Zlínský kraj výrazně zaostává v návštěvnosti polských turistů, což je do značné míry zapříčiněno špatnou dopravní dostupností. Naopak návštěvnost slovenských turistů je poměrně vysoká.

Graf č. 4: Zahraniční hosté v rámci vybraných krajů



Zdroj [37, graf vlastní]

V měsíci březnu 2011 zveřejnil Český statistický úřad předběžné údaje o návštěvnosti hromadných ubytovacích zařízení v roce 2010 dle krajů a poměru cizinců. Zlínský kraj v roce 2010 navštívilo a aspoň jednu noc přenocovalo celkem 458,3 tisíce hostů. Oproti předchozímu roku došlo k celkovému přírůstku hostů o 2,3 %. Počet přenocování klesl o 0,1 %. Nejvíce zahraničních turistů bylo stejně jako v roce 2009 ze Slovenska, dále pak z Německa a Polska.

Na celkovém počtu hostů v České republice podíl Zlínského kraje meziročně vzrostl o desetinu procentního bodu. Podíl celkového počtu přenocování návštěvníků zůstal na 4,2 %. Podíl návštěvníků – nerezidentů se meziročně snížil o desetinu, zatímco podíl přenocování těchto hostů se meziročně nezměnil. Podíl domácích hostů na republikovém celku i podíl přenocování se zvýšil. Tyto údaje ukazuje níže uvedená tabulka.[34]

Tabulka č. 8: Návštěvnost v hromadných ubytovacích zařízeních podle krajů v roce 2010

	Hosté		Přenocování		Průměrný počet přenocování	Průměrná doba pobytu
	celkem	z toho nerezidenti	celkem	z toho nerezidenti		
<b>Česká republika v tom kraje:</b>	12 209 584	6 336 324	36 807 985	18 363 817	3,0	4,0
Hl. m. Praha	4 733 701	4 106 541	12 090 367	10 916 589	2,6	3,6
Středočeský	631 544	143 236	1 686 118	354 544	2,7	3,7
Jihočeský	899 274	289 541	2 725 909	621 867	3,0	4,0
Plzeňský	488 683	156 485	1 378 771	362 036	2,8	3,8
Karlovarský	675 322	460 693	4 226 048	3 067 295	6,3	7,3
Ústecký	293 042	96 835	885 948	249 878	3,0	4,0
Liberecký	634 405	148 761	2 211 705	557 053	3,5	4,5
Královéhradecký	795 688	210 416	3 064 365	754 934	3,9	4,9
Pardubický	312 346	45 304	946 834	118 687	3,0	4,0
Vysočina	335 401	46 067	849 036	99 859	2,5	3,5
Jihomoravský	1 035 072	378 283	2 022 666	638 840	2,0	3,0
Olomoucký	383 976	90 907	1 421 116	188 412	3,7	4,7
<b>Zlínský</b>	<b>458 310</b>	<b>59 288</b>	<b>1 553 574</b>	<b>164 253</b>	<b>3,4</b>	<b>4,4</b>
Moravskoslezský	532 820	103 994	1 745 501	269 570	3,3	4,3

Zdroj [34, tabulka vlastní]

## 6.8 Lázeňství

Zlínský kraj je znám díky svým léčivým pramenům. K neznámějším lázním kraje patří Luhačovice, které mají dlouholetou tradici léčby dýchacích cest trávicího ústrojí, diabetu a pohybového aparátu. K jejich přednostem patří krásná architektura lázeňských domů,

upravené parky a krásná okolní příroda. Lázně nabízejí zdravotní dovolenou, příspěvkovou nebo komplexní lázeňskou péči, ubytování v některém z lázeňských hotelů a mnoho dalších produktů. Mezi další významné lázně kraje patří sirnaté lázně Ostrožská Nová Ves, Lázně Kostelec a Lázně Leopoldov, Buchlovice-Smrad'avka.

Lázeňství je jednou z nejsilnějších stránek cestovního ruchu Zlínského kraje. Oproti roku 2000 se celkový počet lázeňských hostů i celkový počet přenocování zvýšil. Po Karlovarském kraji je to druhé nejvýznamnější lázeňské centrum. Rovněž v počtu cizinců přijíždějících do lázní zaujímá přední příčky. Celkový podíl Zlínského kraje na celkovém počtu lázeňských hostů v rámci České republiky činí 9,7 %.

*Tabulka č. 9: Návštěvnost v lázeňských ubytovacích zařízeních Zlínského kraje v letech 2000-2010*

Rok	Zlínský kraj					
	Počet hostů	nerezidenti	rezidenti	Počet přenocování	nerezidenti	rezidenti
2000	43 758	6 142	37 616	429 633	48 322	381 311
2001	49 271	6 717	42 554	556 800	60 912	495 888
2002	56 389	7 785	48 604	593 945	68 771	525 174
2003	53 272	6 656	46 616	560 611	64 005	496 606
2004	59 509	6 786	52 723	594 857	61 812	533 045
2005	58 739	6 090	52 649	586 203	57 459	528 744
2006	60 888	6 710	54 178	570 211	60 168	510 043
2007	72 501	7 023	65 478	598 391	50 864	547 527
2008	67 943	5 723	62 220	585 382	49 042	536 340
2009	65 656	5 625	60 031	571 004	46 303	524 701
2010	65 666	5 055	60 611	565 770	40 638	525 132

*Zdroj [38, tabulka vlastní]*

## 6.9 Zaměstnanost

V roce 2009 bylo ve Zlínském kraji celkem 591,5 tisíc obyvatel, z toho ekonomicky aktivních 290,9 tisíc. Zaměstnaných bylo 269,8 tisíc a nezaměstnaných 21,2 tisíc. Přičemž v ubytování, stravování a pohostinství bylo zaměstnáno 10,7 tisíc obyvatel.

V roce 2009 činila nezaměstnanost v rámci České republiky 6,7 %. Ve Zlínském kraji byla nezaměstnanost ve výši 7,3 %, tzn., že byla vyšší než celorepublikový průměr. V rámci krajů se nachází Zlínský kraj na sedmém místě. Nejvíce nezaměstnaných je v Karlovarském kraji, následovaný Ústeckým krajem, nejnižší nezaměstnanost naopak byla v hlavním městě Praze, Jihočeském a Středočeském kraji. Jeden z hlavních cílů programu rozvoje cestovního ruchu je zvýšení zaměstnanosti v rámci kraje. [28]

## 6.10 Propagace a marketingová strategie

Zlínský kraj má v současné době 36 informačních center. Za účelem propagace vydal Zlínský kraj materiály, které shrnují turistické zajímavosti kraje. Jsou rozděleny jednak podle turistických oblastí (Kroměřížsko, Slovácko, Valašsko a Zlínsko a Luhačovicko), ale také podle sezónnosti na letní a zimní (lyžování). Zvlášť byl vydán propagační materiál pro lázně a relaxaci.

V rámci celého Zlínského kraje vykonává propagaci cestovního ruchu Centrála cestovního ruchu Východní Morava se sídlem ve Zlíně. Byla zřízena krajem v roce 1993. V soutěži Velká cena cestovního ruchu 2010 vyhrála druhé místo v kategorii nejlepší turistický portál. Její logo, květina a barevné rozlišení turistických oblastí Kroměřížska, Slovácka, Valašska, Zlínska a Luhačovicka, je nepřehlédnutelné. Mezi jejich hlavní cílové skupiny patří:

- prázdné hnízdo (35 – 60 let v páru bez dětí nebo děti 15 a více),
- aktivní rodina (20 – 40 let v páru, děti do 11 let),
- referenční cílová skupina (osobnosti, profesionálové, např. aktivně až profesionálně sportující jedinci),
- zahraniční cílová skupina typu prázdné hnízdo nebo aktivní rodina.

Jejím hlavním cílem v rámci marketingové strategie Východní Morava 2009 – 2015 je maximalizace příjmů v celém kraji a dlouhodobě udržitelný růst.

## 7 SWOT ANALÝZA

V následující kapitole se budu zabývat současným stavem Zlínského kraje a jeho potenciálem pro rozvoj cestovního ruchu. Pokuším se identifikovat jeho nejdůležitější současné silné stránky, které by měly být nadále rozvíjeny, upozorním na slabé stránky, které by měly být eliminovány, a popíši vnější faktory vyjadřující příležitosti a hrozby.

### 7.1 Silné stránky (Strengths)

- rozsáhlé zalesnění a kvalita životního prostředí,
- chráněné krajinné oblasti a maloplošná chráněná území,
- památky UNESCO,
- přírodní vodní plochy,
- kulturní a technické památky,
- Tomáš Baťa jako klíčová osobnost v rámci prezentace města Zlín jako obuvnického centra a s ním související existencí funkcionálních staveb,
- existence poutních míst a s nimi spojená tradice Velké Moravy,
- bohatý folklór, tradice a lidové umění,
- vinařství,
- Baťův kanál,
- lázeňství a existence léčivých pramenů,
- lyžařské sjezdovky,
- marketingová strategie a propagace.

### 7.2 Slabé stránky (Weaknesses)

- špatná dopravní dostupnost,
- absence dálnice,
- neexistence rychlostní komunikace a silnic I. třídy s návazností na ostatní regiony,

- nedostatečná šířka silnic,
- absence mezinárodního letiště,
- nedostatek hotelů vyšší kategorie,
- malý podíl zahraničních turistů.

### **7.3 Příležitosti (Opportunities)**

- využívání národních a mezinárodních finančních prostředků,
- rekonstrukce a výstavba hotelů vyšší kategorie,
- dostavba dálnice a výstavba rychlostních komunikací a silnic I. třídy,
- rozšíření poutních stezek,
- zlepšení infrastruktury v okolí přírodních vodních ploch,
- podpora rozvoje vodních sportů,
- zaměření se na různé cílové skupiny,
- nabídka produktových balíčků.

### **7.4 Hrozby (Threats)**

- nedostatečná podpora státu při stavbě silnic,
- nedostavění dálnice D1,
- špatný stav komunikací a nedostatek parkovacích míst,
- nedostatek financí,
- odliv turistů z důvodu preference dovolené v zahraničí,
- nedostatečné pobídky pro investory,
- nedocenění významu malého a středního podnikání,
- nedořešené majetkové vztahy bránící realizaci projektů,
- podceňování významu marketingu.

Z výše uvedené SWOT analýzy je zřejmé, že největším problémem Zlínského kraje je jeho dopravní infrastruktura a s ní související špatná dostupnost kraje pro subjekty cestovního ruchu. Této problematice by měla být věnována hlavní pozornost, neboť špatná dopravní dostupnost vytváří nepříznivé podmínky nejen pro turisty, ale také pro podnikatele, kteří mohou napomoci k ekonomickému rozvoji území. Naopak největším potenciálem kraje je rozmanitost jeho území. V každé z turistických oblastí je bohatá nabídka přírodních a kulturních předpokladů, které lze využít ke zvýšení konkurenceschopnosti a rozvoji cestovního ruchu.

## **8 STRATEGIE ROZVOJE CESTOVNÍHO RUCHU ZLÍNSKÉHO KRAJE**

Cestovní ruch hraje důležitou úlohu v rozvoji evropských regionů i našich krajů. Hraje velmi důležitou roli v rámci kulturního a přírodního dědictví. Přispívá k rozvoji a vytváření pracovních příležitostí, což vede k ekonomickému růstu. Vláda vytváří podmínky pro rozvoj cestovního ruchu a k hlavním cílům kromě daňové politiky patří zejména podpora malým a středním podnikatelům, zlepšení infrastruktury, řešení a překonání strukturálních změn a regionálních disparit. Státní politika cestovního ruchu je uplatňována jak na národní, tak i krajské i obecní úrovni. Jedním ze základních posláních je podpora turisticky významných subjektů, aktivit a podpora marketingu. [39]

### **8.1 Stanovení vize a cílů rozvoje**

Hlavní vizí Zlínského kraje v oblasti cestovního ruchu je: „Zlínský kraj – Dobře dostupná a přívětivá destinace, kde cestovní ruch přispívá k ekonomickému rozvoji a zaměstnanosti.“. Tato vize vychází ze skutečnosti, že cestovní ruch v tomto kraji je značně závislý na dopravní dostupnosti a na oplátku nabízí krásnou přírodu, kulturu, tradici a pohostinné obyvatelstvo. Mezi hlavní cíle pro rozvoj cestovního ruchu do roku 2013 patří:

- zvýšit konkurenceschopnost Zlínského kraje jako destinace cestovního ruchu vyjádřenou zvýšenými příjmy z cestovního ruchu,
- zvýšit počet ubytovaných hostů a prodloužit průměrnou délku pobytu,
- zvýšit zaměstnanost v cestovním ruchu vyjádřenou udržením stávající nebo vytvořením nových pracovních míst v cestovním ruchu.

### **8.2 Konkretizace globálních cílů**

#### **Cíl č. 1: Zvýšení konkurenceschopnosti Zlínského kraje jako destinace cestovního ruchu**

Pro zajištění výše uvedeného cíle je nutné v první řadě zlepšit dopravní dostupnost Zlínského kraje. Je nutné podporovat výstavbu nových komunikací a opravy stávající silniční sítě a



mít zájem na výstavbě rychlostních komunikací, čímž by se zvýšila dostupnost regionu nejen v rámci celé České republiky, ale také pro zahraniční turisty. Tím by se zvýšila atraktivita kraje a byla by odstraněna nejsilnější překážka, která brání rozvoji cestovního ruchu.

### **Priorita 1:**

Ke specifickým problémům kraje patří jeho špatná dopravní dostupnost spočívající v absenci dálnice, rychlostních komunikací a silnice I. třídy. Proto je nutné věnovat pozornost zkvalitnění infrastruktury, podporovat výstavbu nových silnic a modernizaci stávajících komunikací.

Navrhovaná opatření:

- zajistit kvalitní dopravní dostupnost Zlínského kraje,
- modernizace a údržba stávajících komunikací včetně chodníků, autobusových zastávek a parkovišť,
- budování a údržba cyklistických stezek, které by mohly být současně využívány k inline bruslení,
- výstavba pěších tras a jejich značení,
- úprava příjezdových cest a parkovišť a dořešení majetkových vztahů.

### **Priorita 2:**

Existence krásné přírody s bohatou nabídkou přírodních a národních kulturních památek UNESCO patří k nesporné výhodě kraje.

Navrhovaná opatření:

- podpora produktů šetrných k životnímu prostředí (gastroturistika, ekoturistika, agroturistika),
- ochrana a udržování přírodních a kulturních památek,
- podpora venkovské turistiky prostřednictvím chataření a chalupaření,
- rozvoj cykloturistiky, hipoturistiky, pěší a vodní turistiky.

**Priorita 3:**

Lázně a existence minerálních pramenů patří k nejsilnějším stránkám Zlínského kraje. V republice patří co do počtu příjezdů lázeňských hostů na přední příčky. Lázně navštěvují nejen domácí turisté, ale i cizinci, což přispívá k rozvoji zahraničního cestovního ruchu.

Navrhovaná opatření:

- údržba a rekonstrukce lázeňských domů,
- výstavba hotelů vyšší kategorie,
- podpora pořádání kulturních akcí mimo sezónu,
- výstavba a rozšiřování záchytných parkovišť,
- zvýhodněné nabídky pobytů mimo hlavní sezónu.

**Priorita 4:**

Zviditelnění kraje, propagace cestovního ruchu a marketingová strategie patří k důležitým nástrojům pro rozvoj cestovního ruchu. Kraj by měl nejen vytvářet svou image, ale také následně provádět výzkum v rámci zhodnocení své prezentace a její dostupnosti pro širokou veřejnost.

Navrhovaná opatření:

- pravidelně zpracovávat a následně hodnotit marketingové strategie,
- výstavba informačních center,
- tvorba a aktualizace www stránek,
- proškolení pracovníků poskytujících informace v oblasti cestovního ruchu,
- prezentace na výstavách, veletrzích a konferencích o cestovním ruchu.

**Cíl č. 2: Zvýšení počtu ubytovaných hostů a prodloužení délky pobytu**

Mezi hlavní motivaci turistů, kteří přijíždějí do Zlínského kraje, patří nejen kvalita ubytování, ale rovněž doprovodné služby. Proto kraj musí umět nabídnout své přednosti. Těmi

není pouze okolní krásná příroda, ale rovněž místní folklór, lidová řemesla a speciality místní kuchyně.

### **Priorita 1:**

Velké kulturní a lidové tradice jsou velkým lákadlem mnohých turistů. Mají zájem poznat zdejší kulturu, místní zvyky, speciality místní kuchyně a ochutnat místní vína a slivovice.

Navrhovaná opatření:

- udržování a výstavba nových vinařských stezek,
- podpora pořádaných kulturních akcí a tradičních setkání,
- zajištění finanční podpory místním podnikatelům, kteří provozují lidová řemesla,
- propagace v rámci České republiky a v zahraničí,
- nabídka poznávacích zájezdů,
- pořádání jarmarků,
- nabízení produktů na trzích.

### **Priorita 2:**

V rámci zvýšení atraktivity by se měl kraj zaměřit na nabídku různorodých balíčků, které by byly nabízeny pro různé skupiny turistů. Vzhledem k tomu, že jednotlivé skupiny mají rozdílné požadavky na trávení volného času, zvýšila by se tak možnost výběru a tím i celkový počet turistů.

Navrhovaná opatření:

- stanovit si prioritní cílové skupiny,
- pro cílové skupiny si stanovit základní nabídku balíčku, alternativní výběr nebo možnost kombinace,
- vytvořit propagaci nejen formou letáků, ale i tvorbou www stránek,
- oslovit podniky s jednotlivými nabídkami.

**Priorita 3:**

Nedostatečný počet a kapacita ubytovacích zařízení nebo neexistence hotelů vyšší kvality jsou jedním z problémů, které mohou bránit rozvoji kraje. V rámci ubytování musí být zajištěny i doprovodné služby, jako je např. stravování nebo možnost kulturního sportovního vyžití.

Navrhovaná opatření:

- rekonstrukce a obnova stávajících ubytovacích zařízení,
- výstavba hotelů vyšší kvality,
- rekonstrukce a výstavba areálů pro sportovní aktivity,
- podpora kulturních akcí,
- budování dobrého image,
- zlepšování vybavenosti kempů a chatových osad,
- rozšíření možností stravování a občerstvení.

**Cíl č. 3: Zvýšení zaměstnanosti v cestovním ruchu**

Vytváření nových příležitostí pro práci v oblasti cestovního ruchu povede ke snižování nezaměstnanosti v rámci kraje. Při důsledném rozvoji lidských zdrojů a při dostatku kvalitních informací může mít kraj velkou konkurenční výhodu v podobě profesionálních pracovníků.

**Priorita 1:**

V rámci zvyšování zaměstnanosti jsou důležité různé finanční pobídky nejen pro začínající, ale i stávající podnikatele. Dochází pak k zvyšování počtu nabídky pracovních míst a s tím i související ekonomický přínos pro daný kraj.

Navrhovaná opatření:

- finanční dotace,
- nabídka spolupráce,

- využití investičních nabídek soukromých podnikatelů,
- zlepšení komunikace mezi veřejnou a soukromou sférou,
- spoluúčast na vypracování a vyhodnocování marketingové strategie.

**Priorita 2:**

Stále zvyšující se životní úroveň obyvatel a technický pokrok klade stále větší požadavky na kvalitu znalostí lidí pracujících v oblasti cestovního ruchu. Rovněž neustálý vývoj a stále měnící se trendy jsou důvodem, proč je potřeba průběžně rozvíjet lidské zdroje.

Navrhovaná opatření:

- podpora rekvalifikačních kurzů zaměřených na cestovní ruch,
- pořádání školení a odborných seminářů,
- účast na konferencích o cestovním ruchu,
- rozvoj manažerských dovedností,
- výměna informací a zkušeností s okolními aktéry cestovního ruchu.

## 9 KATALOG PROJEKTŮ

Návrhy projektů budou vycházet z předchozí SWOT analýzy a hlavních cílů stanovených jako priority pro rozvoj cestovního ruchu Zlínského kraje. Značný potenciál pro rozvoj území jsou jeho přírodní předpoklady, které přispívají k atraktivnosti kraje stejně jako zdejší tradice a lidová kultura.

Pro rozvoj cestovního ruchu Zlínského kraje jsou k dispozici především finanční prostředky z Regionálního operačního programu Střední Morava, který je určen pro Olomoucký a Zlínský kraj. Celková finanční alokace v programovém období 2007 – 2013 činí 657,4 mil. EUR. ROP Střední Morava je realizován prostřednictvím 4 prioritních os:

- doprava,
- integrovaný rozvoj a obnova regionu,
- cestovní ruch,
- technická pomoc.

Tyto osy jsou dále členěny na 13 oblastí podpory a pro každou oblast je vymezen přehled podporovaných aktivit. Tento program je relevantní i pro venkovské obce, avšak od 500 do 5000 obyvatel. Pro nejmenší obce do 500 obyvatel je vhodný Program rozvoje venkova. [3, s. 155 - 159]

### 9.1 Projekt č. 1: Golfové hřiště

Název projektu: Golf land

Nositel projektu: Krajský úřad Zlínského kraje

Stručná charakteristika: Cílem projektu je vybudovat golfové hřiště, které bude určeno zejména pro rodiny s dětmi a rekreační hráče. Hřiště bude vybudováno v lokalitě, která se nachází východně od města Rožnova pod Radhoštěm, za Valašským muzeem v přírodě, které je národní kulturní památkou a je hojně navštěvováno turisty. Hřiště nebude zasahovat do ochranného pásma Valašského muzea. Lokalita je obklopena ze tří stran lesním porostem a nachází se na katastrálních území Tylovice a Hážovice, mimo zastavěné území. Celé území se nachází ve III. rozvojové zóně chráněné krajinné oblasti Beskydy. Zároveň

se nachází v oblasti NATURA 2000 - evropsky významná lokalita. Projekt je v souladu s Aktualizací Programu rozvoje cestovního ruchu Zlínského kraje, který stanovil Valašsko (a to konkrétně území pověřených obecních úřadů Rožnov pod Radhoštěm a Karolina) jako území s největším potencionálem cestovního ruchu.

Golfové hřiště bude rozděleno na tři jednotlivé zóny. První bude určena pro zkušenější hráče, v druhé části bude vybudován minigolf a v třetí části bude vybudováno odpočinkové centrum včetně dětského hřiště s pískovištěm, prolézačkami a houpačkami. Vzhledem k tomu, že na golfovém hřišti nebudou umístovány žádné pozemní stavby, budou jako zázemí použity přenosné stylové sruby, které budou představovat lidové stavitelství typické pro tuto oblast. Tyto sruby poskytnou vhodnou šanci místním podnikatelům, kteří zde mohou nabízet své služby, jako je např. občerstvení, půjčovna sportovních potřeb nebo prodej upomínkových předmětů.

#### Vliv na cílovou skupinu:

- obyvatelé území,
- domácí i zahraniční návštěvníci,
- místní podnikatelé.

Způsob financování: Území Rožnovska patří mezi území s vysokou koncentrací infrastruktury a služeb cestovního ruchu. Patří do území se zaměřením podpory. Proto bude možné využít financování z Regionálního operačního programu Střední Morava – prioritní osy 3 Cestovní ruch, oblast podpory 3.1 Integrovaný rozvoj cestovního ruchu. Výše podpory ze strukturálních fondů bude činit 85 % a krajský úřad bude financovat 15 %.

#### Přínosy projektu:

- využití volného času dětí,
- zvýšení návštěvnosti dané oblasti,
- alternativní způsob využití volného času,
- vytvoření vhodného zázemí pro aktivní odpočinek,
- možnost podnikatelských aktivit v oblasti občerstvení,
- vznik pěti pracovních míst.

## 9.2 Projekt č. 2: Cykloservis

Název projektu: Cykloservis Valašské Meziříčí

Nositel projektu: soukromý podnikatel

Stručná charakteristika: Projekt vychází ze skutečnosti, že objekt se nachází pouze 1 km od nádraží mezinárodní tratě č. 280, která umožňuje cyklistům přepravu kol a územím vedoucími cyklostezky. U Valašského Meziříčí je např. cyklostezka Bečva dostupná vlakem i autobusem z Valašského Meziříčí. Proto je vhodné pro cyklisty zřídit základní cykloservis včetně půjčovny kol, prodeje kol a doplňků, které souvisejí s cykloturistikou. V návaznosti na tento projekt bude zahájeno jednání o možnosti zřízení jednotlivých poboček, kdy bude možné zapůjčené kolo vrátit nejen v místě zapůjčení, ale také na konci absolvované trasy.

Cílová skupina:

- obyvatelé regionu,
- návštěvníci a turisté.

Způsob financování: Vzhledem k tomu, že objekt patří mezi brownfield, což jsou pozemky a nemovitosti uvnitř urbanizovaného území, které ztratily svoji funkci a využití a jsou opuštěné a podvyužité, často mají ekologickou zátěž, může být projekt financován z Regionálního operačního programu Střední Morava, oblast podpory 2.4 Podpora podnikání, jejímž globálním cílem je regenerace brownfield a zlepšení podmínek pro rozvoj malých a středních podniků a zvýšení atraktivity prostředí. 50% bude financováno z ROP Střední Morava a 50 % bude financováno žadatelem, soukromým podnikatelem.

Přínosy projektu:

- zvýšení návštěvnosti daného regionu,
- využití ubytovacích kapacit,
- vytvoření vhodného zázemí pro cykloturisty,
- vytvoření pracovních míst.



### 9.3 Projekt č. 3: Přestavba rekreačního zařízení na biopenzion

Název projektu: Biopenzion Bystřička

Nositel projektu: soukromý podnikatel

Stručná charakteristika: Projekt předpokládá rozšíření stávajícího objektu rekreačního zařízení o přístavbu se čtyřmi pokoji. Cílem projektu je nabídnout alternativní možnost ubytování v souladu s přírodou. Objekt se nachází blízko přehrady Bystřička a je situován na kopci v blízkosti lesa, v těsné blízkosti se nachází pastviny. Objekt bude nabízen pro turisty, kteří chtějí být ubytováni v přírodě, avšak s potřebným zázemím. V rámci ubytování bude nabízena možnost postavení stanu na pozemku penzionu nebo možnost přenocování pod širým nebem. Zároveň bude možné využít službu průvodce, který seznámí návštěvníky se zdejší přírodou, s možností sběru hub a turistickými atraktivitami kraje.

Cílová skupina:

- návštěvníci a turisté dané oblasti

Způsob financování: Protože se jedná o malou obec, která má 941 obyvatel (stav k 1.1. 2005), je možné pro financování projektu požádat o finanční prostředky z Programu rozvoje venkova ČR, Opatření III. 1.3 Podpora cestovního ruchu, která je určena pro vybudování ubytovacích zařízení včetně stravování, sportovních zařízení, půjčoven sportovních potřeb a další turistické infrastruktury v obcích do 2000 obyvatel. Tato dotace by mohla činit 60 % plánovaných nákladů, 40 % bude financováno žadatelem.

Přínosy projektu:

- nabídka alternativního ubytování,
- zvýšení návštěvnosti rekreační oblasti okolo přehrady Bystřička,
- ekonomický přínos pro místní podnikatele,
- možnost podrobného seznámení s okolím.

## ZÁVĚR

V České republice nastává rozmach cestovního ruchu po roce 1989. Od tohoto roku roste jeho význam a toto odvětví prochází neustálým dynamickým vývojem. Dalším mezníkem pro naši republiku se stává rok 2004 a vstup do Evropské unie, čímž se otevírají možnosti financování cestovního ruchu ze strukturálních fondů EU.

Cestovní ruch se stal nedílnou částí regionální politiky a je považován za významný nástroj regionálního rozvoje. Základní cíl pro rozvoj cestovního ruchu je vyjádřen prostřednictvím motto ve stěžejním koncepčním dokumentu politiky cestovního ruchu, Koncepci státní politiky cestovního ruchu v České republice na rok 2007 – 2013, a zní: „Destinace Česká republika – jednička v srdci Evropy“. Na regionální úrovni je hlavním cílem zvyšování úrovně obyvatelstva prostřednictvím zvelebování regionu a vzniku nových pracovních míst. Proto se na základě předchozích analýz vytváří strategické dokumenty, v nichž jsou stanovovány základní cíle a priority.

Zlínský kraj má pro cestovní ruch velmi příznivé přírodní podmínky, bohaté lidové tradice, rozvinutý místní folklór a nabídku místních specialit. Velkou výhodou je různorodost jeho jednotlivých oblastí, kde si každý návštěvník může zvolit způsob trávení svého volného času. Kraj je známý zejména díky známé osobnosti obuvnického průmyslu Tomáše Bati a lázním v Luhačovicích, což bylo prokázáno v mnoha výzkumech, kdy tazatelům se tyto dvě věci nejčastěji vybavily ve spojitosti se Zlínským krajem. Proto by se mělo zaměřit zejména na propagaci a zviditelňování kraje a pravidelně seznamovat širokou veřejnost u nás i v zahraničí se zvláštnostmi, které může kraj nabídnout. Jako velmi pozitivní spatřuji zřízení Centrály cestovního ruchu Východní Morava, která se zabývá propagací kraje jako výjimečné turistické destinace.

Na druhé straně je velkou nevýhodou špatná dopravní dostupnost kraje, absence mezinárodního letiště, nedostatek rychlostních silnic a dálnic a špatný stav stávající dopravní infrastruktury. Tomuto problému by se měla věnovat velká pozornost, neboť jedině tak může kraj obstát v konkurenci s ostatními kraji České republiky, ale i stále větší preferencí zahraniční dovolené a může být schopen nabídnout nejen domácím, ale i zahraničním turistům příznivé podmínky pro cestovní ruch, příjemné trávení volného času a docílit jejich opětovné návštěvy.

## SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

### Monografie:

- [1] FORET, M., FORETOVÁ, V. Jak rozvíjet místní cestovní ruchu. Praha: Grada, 2001. 178 s. ISBN 80-247-0207-X.
- [2] GALVASOVÁ, I. et al. Průmysl cestovního ruchu. Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj, 2008, 264 s. ISBN 978-80-87147-06-1.
- [3] HÁJEK, O., NOVOSÁK, J. Kohezní politika v širších souvislostech. Žilina: GEORG, 2010, 216 s. ISBN 978-80-89401-19-2.
- [4] HLADKÁ, J. Technika cestovního ruchu. Praha: Grada Publishing, a.s. 1997, 168 s. ISBN 80-7169-476-2.
- [5] HORNER, S., SWARBROOKE, J., Cestovní ruch, ubytování a stravování, využití volného času. Grada Publishing, a.s., 2003, 488 s. ISBN 80-247-0202-9.
- [6] HRALA, V., Geografie cestovního ruchu. Praha: Oeconomica, 2005, 109 s. ISBN 80-245-0858-3.
- [7] KOLEKTIV AUTORŮ. *Úvod do regionálních věd a veřejné správy*. 4. vyd. Plzeň: Aleš Čeněk, 2004, 447 s. ISBN 80-86473-80-5.
- [8] KUČEROVÁ, I., Ekonomika se zaměřením na cestovní ruch. Praha: Idea servis, 1997, 153 s. ISBN 80-85970-14-7.
- [9] LACINA, K., Management a marketing cestovního ruchu. Praha: Vysoká škola finanční a správní, 2010. 81 s. ISBN 978-80-7408-035-7.
- [10] MALÁ, V. Základy cestovního ruchu. VŠE Praha, 2002, 100 s. ISBN 80-245-0439-1.
- [11] PRŮCHA, P. K otázkám vzniku, postavení a poslání územních samosprávných celků ve spojení s regionální politikou: Právní zakotvení obcí a krajů v ČR. In *Šest let regionální politiky v ČR: šance a limity*. Brno: Masarykova univerzita, Mezinárodní politologický ústav, 2006, s. 11 – 35.
- [12] SCHNEIDER, M, KOUDELKA, F. Úvod do základů sociologických výzkumů. Olomouc: Univerzita Palackého, 1993. 118 s. ISBN 80-7067-302-8.

- [13] WOKOUN, R. Česká regionální politika v období vstupu do Evropské unie. Praha: Oeconomica, 2003, 328 s. ISBN 80-245-0517-7.
- [14] WOKOUN, R. Management regionální politiky v ČR. *Regionální studia*. 2007, 1, s. 2-7. ISSN 1803-1471.
- [15] WOKOUN, R. et al. Úvod do regionálních věd a veřejné správy. Praha: IFEC 1, 2001. 264 s. ISBN 80-86412-08-3.
- [16] WOKOUN, R. a kol. Regionální rozvoj a jeho management v České republice. Praha: Oeconomica, 2007, 244 s. ISBN 978-80-245-1301-0.
- [17] WOKOUN, R. a kol. Regionální rozvoj: východiska regionálního rozvoje, regionální politika, teorie, strategie a programování. Praha: Linde, 2008, 244 s. ISBN 978-80-7201-699-0.
- [18] ZELENKA, J., Marketing cestovního ruchu. Praha: Univerzita Jana Amose Komenského, 2010. 240 s. ISBN 978-80-86723-95-2.

#### Internetové zdroje:

- [19] *Deník veřejné správy*: [online]. [cit. 2011-02-12]. Dostupné z WWW: <<http://denik.obce.cz/clanek.asp?id=6373942>>
- [20] Ústav územního rozvoje. *Monitoring mikroregionů a jejich rozvojových dokumentů*: [online]. [cit. 2011-02-12]. Dostupné z WWW: <<http://www.uur.cz/default.asp?ID=1923>>
- [21] *Mapa turistických regionů a oblastí* [online]. [cit. 2011-03-12]. Dostupný z WWW: <<http://www.czechtourism.cz/pro-odborniky/mapa-turistickych-regionu-a-oblasti/>>.
- [22] *Prováděcí dokument ke Koncepti státní politiky cestovního ruchu v ČR na období 2007 – 2013* [online]. [cit. 2011-03-12]. Dostupný z WWW: <<http://www.mmr.cz/Cestovni-ruch/Koncepce-Strategie/Provadeci-dokument-ke-Koncepci-statni-politiky-ces>>.

- [23] *Strategie hospodářského růstu České republiky* [online]. [cit. 2011-03-12]. Dostupný z WWW: <<http://www.businessinfo.cz/cz/clanek/koncepce-a-politiky/strategie-hospodarskeho-rustu-cr/1000502/38890/#TOP>>.
- [24] *Strategie regionálního rozvoje České republiky na roky 2007 – 2013* [online]. [cit. 2011-03-12]. Dostupný z WWW: <<http://www.mmr.cz/Regionalni-politika/Koncepce-Strategie/Strategie-regionalniho-rozvoje-Ceske-republiky-na>>.
- [25] *Politika územního rozvoje České republiky* [online]. [cit. 2011-03-12]. Dostupný z WWW: <<http://www.mmr.cz/Uzemni-planovani-a-stavebni-rad/Koncepce-Strategie/Politika-uzemniho-rozvoje-Ceske-republiky>>.
- [26] *Regionální informační portál Zlinskykraj.net*. [online]. [cit. 2011-03-19]. Dostupný z WWW: <<http://www.zlinskykraj.net/cleneni.php>>.
- [27] *Regionální informační servis*. [online]. [cit. 2011-03-19]. Dostupný z WWW: <<http://www.risy.cz/cs/krajske-ris/zlinsky-kraj>>.
- [28] *Statistická ročenka Zlínského kraje 2010*. [online]. Zlín: Český statistický úřad, oddělení regionálních analýz a informačních služeb Zlín, 2010 [cit. 2011-03-19]. ISBN 978-80-250-2057-9. Dostupné z: <[http://www.zlin.czso.cz/csu/2010edicniplan.nsf/t/F5003105B4/\\$File/72101110.pdf](http://www.zlin.czso.cz/csu/2010edicniplan.nsf/t/F5003105B4/$File/72101110.pdf)>.
- [29] *Páteří sít' dálnic a rychlostních silnic v ČR*. [online]. Praha: Ředitelství silnic a dálnic, 2009 [cit. 2011-03-20]. Dostupné z: <[http://www.rsd.cz/rsd/rsd.nsf/0/0F4DC593D80BE2FFC12575EC0036F3B8/\\$file/Paterni%20sit%20text%20www.pdf](http://www.rsd.cz/rsd/rsd.nsf/0/0F4DC593D80BE2FFC12575EC0036F3B8/$file/Paterni%20sit%20text%20www.pdf)>.
- [30] *Integrovaný plán rozvoje města*. [online]. [cit. 2011-03-20]. Dostupné z: <<http://www.zlin.eu/page/70571.integrovaný-plan-rozvoje-mesta-r-2008-/>>.
- [31] *Železniční doprava ve Zlínském kraji*. [online]. [cit. 2011-03-20]. Dostupné z: <<http://www.kr-zlinsky.cz/docDetail.aspx?docid=30593&nid=2656&doctype=ART>>.
- [32] JERSÁKOVÁ, J. *Literární rešerše*. [online]. [cit. 2010-03-21]. Dostupné z: <[http://kbe.prf.jcu.cz/files/studenti/Literarni\\_reserse.pdf](http://kbe.prf.jcu.cz/files/studenti/Literarni_reserse.pdf)>.

- [33] *Cyklopolitika: Kraje*. [online]. [cit. 2011-03-23]. Dostupné z: <<http://www.cyklostrategie.cz/cyklopolitika/kraje/zlinsky/>>.
- [34] *Český statistický úřad*. [online]. [cit. 2011-03-23]. Dostupné z: <[http://www.czso.cz/xz/redakce.nsf/i/navstevnost\\_v\\_hromadnych\\_ubytovacich\\_zarizenich\\_ve\\_zlinskem\\_kraji\\_v\\_roce\\_2010](http://www.czso.cz/xz/redakce.nsf/i/navstevnost_v_hromadnych_ubytovacich_zarizenich_ve_zlinskem_kraji_v_roce_2010)>.
- [35] *Koncepce rozvoje cyklo dopravy na území Zlínského kraje, analýza současného stavu*. [online]. [cit. 2011-03-24]. Dostupný z WWW: <<http://www.kr-zlinsky.cz/docDetail.aspx?docid=30463&nid=2656&doctype=ART>>.
- [36] *Aktualizace programu rozvoje cestovního ruchu Zlínského kraje*. [online]. [cit. 2011-03-25]. Dostupný z WWW: <<http://www.kr-zlinsky.cz/docDetail.aspx?nid=3325&docid=29586&doctype=ART&did=3333>>.
- [37] *Český statistický úřad. Ročenky*. [online]. [cit. 2011-04-03]. Dostupné z: <[http://www.czso.cz/csu/redakce.nsf/i/rocenky\\_souhrn](http://www.czso.cz/csu/redakce.nsf/i/rocenky_souhrn)>.
- [38] *Český statistický úřad. Cestovní ruch – časové řady*. [online]. [cit. 2011-04-03]. Dostupné z: <[http://www.czso.cz/csu/redakce.nsf/i/cru\\_cr](http://www.czso.cz/csu/redakce.nsf/i/cru_cr)>.
- [39] *Koncepce státní politiky cestovního ruchu v ČR na období 2007 – 2013* [online]. [cit. 2011-04-04]. Dostupný z WWW: <<http://www.mmr.cz/Cestovni-ruch/Koncepce-Strategie/Koncepce-statni-politiky-cestovniho-ruchu-v-CR-na->>.

**SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK**

apod.	A podobně
č.	Číslo
ČR	Česká republika
DPH	Daň z přidané hodnoty
EU	Evropská unie
EUR	Euro
IOP	Integrovaný operační program
LAU	Místní samosprávné jednotky
např.	Například
NATURA 2000	Soustava chráněných území evropského významu
NUTS	Nomenklatura územních statistických jednotek
OECD	Organizace pro hospodářskou spolupráci a rozvoj
ORP	Obce s rozšířenou působností
ROP	Regionální operační program
s.	Strana
Sb.	Sbírky
SWOT	Analýza silných a slabých stránek, příležitostí a ohrožení
tj.	To jest
tzn.	To znamená
tzv.	Takzvaný
UNESCO	Organizace spojených národů pro vzdělání, vědu a kulturu
VÚSC	Vyšší územně správní celky
WTO	Světová obchodní organizace

**SEZNAM TABULEK**

<i>Tabulka č. 1: Zapojení obcí do mikroregionů v letech 2003 – 2008</i> .....	20
<i>Tabulka č. 2: Celkový počet hromadných ubytovacích zařízení podle regionů v roce 2009</i> .....	53
<i>Tabulka č. 3: Počet pokojů v hromadných ubytovacích zařízeních podle regionů v roce 2009</i> .....	53
<i>Tabulka č. 4: Počet lůžek v hromadných ubytovacích zařízeních podle regionů v roce 2009</i> .....	54
<i>Tabulka č. 5: Celkový počet turistů podle krajů v roce 2009</i> .....	54
<i>Tabulka č. 6: Domácí hosté podle krajů v roce 2009</i> .....	55
<i>Tabulka č. 7: Zahraniční hosté podle krajů v roce 2009</i> .....	56
<i>Tabulka č. 8: Návštěvnost v hromadných ubytovacích zařízeních podle krajů v roce 2010</i> .....	58
<i>Tabulka č. 9: Návštěvnost v lázeňských ubytovacích zařízeních Zlínského kraje v letech 2000-2010</i> .....	59



**SEZNAM GRAFŮ**

<i>Graf č. 1: Celkový počet turistů podle krajů v roce 2009.....</i>	<i>55</i>
<i>Graf č. 2: Domácí hosté podle krajů v roce 2009.....</i>	<i>56</i>
<i>Graf č. 3: Zahraniční hosté podle krajů v roce 2009 .....</i>	<i>57</i>
<i>Graf č. 4: Zahraniční hosté v rámci vybraných krajů .....</i>	<i>57</i>

**SEZNAM OBRÁZKŮ**

<i>Obrázek č. 1: Mapy turistických regionů a oblastí České republiky .....</i>	<i>39</i>
<i>Obrázek č. 2: Mapa okresů Zlínského kraje .....</i>	<i>42</i>
<i>Obrázek č. 3: Mapa oblastí Zlínského kraje.....</i>	<i>43</i>
<i>Obrázek č. 4: Geografická mapa Zlínského kraje .....</i>	<i>44</i>

## SEZNAM PŘÍLOH

*PI* *Rožnov pod Radhoštěm – golfové hřiště*

*PII* *Přehrada Bystřička*

## PŘÍLOHA P I: ROŽNOV POD RADHOŠTĚM – GOLFOVÉ HŘIŠTĚ



## **PŘÍLOHA P II: PŘEHRADA BYSTŘIČKA**

