

Strategie rozvoje cestovního ruchu města Valašské Klobouky

Bc. Veronika Šerá

Diplomová práce
2017



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: 2016/2017

ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Veronika Šerá**
Osobní číslo: **M15297**
Studijní program: **N6202 Hospodářská politika a správa**
Studijní obor: **Veřejná správa a regionální rozvoj**
Forma studia: **prezenční**

Téma práce: **Strategie rozvoje cestovního ruchu města Valašské Klobouky**

Zásady pro vypracování:

Úvod

Definujte cíle práce a použité metody zpracování práce.

I. Teoretická část

- Uvedte teoretická východiska problematiky rozvoje cestovního ruchu.
- Zpracujte teoretické poznatky o způsobech financování cestovního ruchu z veřejných zdrojů.

II. Praktická část

- Provedte analýzu současného stavu cestovního ruchu ve Valašských Kloboukách.
- Vytvořte podklady pro strategii rozvoje cestovního ruchu pro město Valašské Klobouky.
- Navrhněte projekt vyplývající ze strategie rozvoje cestovního ruchu pro město Valašské Klobouky.

Závěr

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

Seznam odborné literatury:

BEJDÁKOVÁ, Blanka, Lucie PAULOVČÁKOVÁ, Petra BENEŠOVÁ et al. Marketing a management cestovního ruchu na národní a regionální úrovni. 1. vyd. Praha: Univerzita Jana Amose Komenského, 2015, 236 s. ISBN 978-80-7452-109-6.
BERÁNEK, Jaromír. Ekonomika cestovního ruchu. 1. vyd. Praha: Mag Consulting, 2013, 295 s. ISBN 978-80-86724-46-1.
GOELDNER, Charles R. and J. R. Brent RITCHIE. Tourism: principles, practices, philosophies. 9th ed. Hoboken, N.J.: John Wiley, 2009, 624 s. ISBN 978-0-470-08459-5.
KOTÍKOVÁ, Halina. Nové trendy v nabídce cestovního ruchu. 1. vyd. Praha: Grada, 2013, 207 s. ISBN 978-80-247-4603-6.
ROBINSON, Peter, Michael LÜCK and Stephen L. J. SMITH. Tourism. 1st ed. Oxfordshire, Boston: CAB International, 2013, 525 s. ISBN 978-1-78064-297-0.

Vedoucí diplomové práce: **Ing. Markéta Slováková**
Ústav regionálního rozvoje, veřejné správy a práva
Datum zadání diplomové práce: **15. prosince 2016**
Termín odevzdání diplomové práce: **18. dubna 2017**

Ve Zlíně dne 15. prosince 2016



doc. Ing. David Tuček, Ph.D.
děkan



RNDr. Pavel Bednář, Ph.D.
ředitel ústavu

PROHLÁŠENÍ AUTORA DIPLOMOVÉ PRÁCE

Prohlašuji, že


- 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;
- beru na vědomí, že diplomová/bakalářská práce bude uložena v elektronické podobě v univerzitním informačním systému dostupná k prezenčnímu nahlédnutí, že jeden výtisk diplomové práce bude uložen na elektronickém nosiči v příruční knihovně Fakulty managementu a ekonomiky Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně;
- byl/a jsem seznámen/a s tím, že na moji diplomovou/bakalářskou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, zejm. § 35 odst. 3;
- beru na vědomí, že podle § 60 odst. 1 autorského zákona má UTB ve Zlíně právo na uzavření licenční smlouvy o užití školního díla v rozsahu § 12 odst. 4 autorského zákona;
- beru na vědomí, že podle § 60 odst. 2 a 3 autorského zákona mohu užít své dílo – diplomovou/bakalářskou práci nebo poskytnout licenci k jejímu využití jen přípouští-li tak licenční smlouva uzavřená mezi mnou a Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně s tím, že vyrovnání případného přiměřeného příspěvku na úhradu nákladů, které byly Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně na vytvoření díla vynaloženy (až do jejich skutečné výše) bude rovněž předmětem této licenční smlouvy;
- beru na vědomí, že pokud bylo k vypracování diplomové práce využito softwaru poskytnutého Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně nebo jinými subjekty pouze ke studijním a výzkumným účelům (tedy pouze k nekomerčnímu využití), nelze výsledky diplomové práce využít ke komerčním účelům;
- beru na vědomí, že pokud je výstupem diplomové práce jakýkoliv softwarový produkt, považují se za součást práce rovněž i zdrojové kódy, popř. soubory, ze kterých se projekt skládá. Neodevzdání této součásti může být důvodem k neobhájení práce.

Prohlašuji,

1. že jsem na diplomové práci pracoval samostatně a použitou literaturu jsem citoval. V případě publikace výsledků budu uveden jako spoluautor.
2. že odevzdaná verze diplomové práce a verze elektronická nahraná do IS/STAG jsou totožné.

Ve Zlíně

Jméno a příjmení: ..VERONIKA ŠEBA'


.....
podpis diplomanta

ABSTRAKT

Předmětem této diplomové práce je vytvořit strategii rozvoje cestovního ruchu pro město Valašské Klobouky. Práce je rozdělena do dvou částí. Teoretická část shrnuje základní poznatky o cestovním ruchu, destinačním managementu a marketingu, o regionálním rozvoji a venkovské turistice. Praktická část obsahuje analýzu, která se skládá z analýzy území města, analýzy cestovního ruchu a SWOT analýzy. Na základě výsledků analytické části je vytvořen návrh strategie rozvoje cestovního ruchu města Valašské Klobouky s jasně stanovenými cíli a opatřeními. Součástí této diplomové práce je také projekt Turistické balíčky vycházející z navržené strategie, který je postaven na místním a regionálním partnerství a společné propagaci. Projekt má přispět ke zlepšení úrovně cestovního ruchu v území.

Klíčová slova: cestovní ruch, Valašské Klobouky, venkovská turistika, destinační management, turistické balíčky.

ABSTRACT

The subject of this thesis is to create development strategy of tourism in the town of Valašské Klobouky. The thesis is divided into two parts. The theoretical part summarizes basic knowledge about tourism, destination management and marketing, regional development and rural tourism. The practical part includes analysis, which consists of territory analysis, tourism analysis and SWOT analysis. Based on results of analytical part is suggested the proposal of strategy of tourism in the town of Valašské Klobouky with clearly defined objectives and measures. Part of this thesis is also the project titled Touristic packages based on suggested strategy, which is built on local a regional partnership and common promotions. The project is supposed to improve level of tourism in region.

Keywords: tourism, Valašské Klobouky, rural tourism, destination management, touristic packages.

Touto cestou bych ráda poděkovala vedoucí práce Ing. Markétě Slovákové za cenné rady a odborné připomínky, které mi poskytla během zpracování diplomové práce. Také bych ráda poděkovala své rodině a přátelům za jejich podporu při studiu.

OBSAH

ÚVOD	9
CÍLE A METODY ZPRACOVÁNÍ PRÁCE	11
I TEORETICKÁ ČÁST	13
1 CESTOVNÍ RUCH	14
1.1 CHARAKTERISTIKA CESTOVNÍHO RUCHU	14
1.1.1 Faktory ovlivňující cestovní ruch.....	15
1.2 TYPOLOGIE CESTOVNÍHO RUCHU	17
1.2.1 Typologie účastníků cestovního ruchu.....	18
1.3 HISTORICKÝ VÝVOJ CESTOVNÍHO RUCHU	19
1.4 BUDOUCNOST CESTOVNÍHO RUCHU	20
2 MANAGEMENT A MARKETING CESTOVNÍHO RUCHU	22
2.1 DESTINAČNÍ MANAGEMENT.....	22
2.2 MARKETINGOVÝ MIX	24
2.2.1 Produkt	25
2.2.2 Prostor	25
2.2.3 Propagace	25
2.2.4 Cena.....	26
2.3 MARKETINGOVÁ KOMUNIKACE.....	26
2.3.1 Internet a marketing cestovního ruchu	27
2.4 STRATEGIE CESTOVNÍHO RUCHU	28
3 VENKOVSKÁ TURISTIKA	30
3.1 PROBLÉMY VENKOVSKÉ TURISTIKY.....	31
4 FINANCOVÁNÍ CESTOVNÍHO RUCHU Z VEŘEJNÝCH ZDROJŮ	33
4.1 EVROPSKÁ UNIE	33
4.2 NÁRODNÍ ÚROVEŇ.....	34
4.3 REGIONÁLNÍ A MÍSTNÍ ÚROVEŇ	36
II PRAKTICKÁ ČÁST	39
5 SOCIOEKONOMICKÁ ANALÝZA MĚSTA VALAŠSKÉ KLOBOUKY	40
5.1 HISTORIE	41
5.2 PŘÍRODNÍ PODMÍNKY.....	42
5.3 OBYVATELSTVO	42
5.4 DOPRAVNÍ INFRASTRUKTURA.....	44
5.5 EKONOMICKÉ PROSTŘEDÍ	45
5.6 OBČANSKÉ VYBAVENÍ.....	46
6 CESTOVNÍ RUCH VE VALAŠSKÝCH KLOBOUKÁCH	47
6.1 PŘÍRODNÍ A KULTURNÍ PAMÁTKY	47
6.1.1 Další turistické atraktivity	48

6.2	UBYTOVACÍ A STRAVOVACÍ SLUŽBY	50
6.3	FINANCOVÁNÍ CESTOVNÍHO RUCHU VE VALAŠSKÝCH KLOBOUKÁCH	51
6.4	PREDIKCE VÝVOJE CESTOVNÍHO RUCHU DO BUDOUCNA	53
7	SWOT ANALÝZA	55
8	NÁVRH STRATEGIE ROZVOJE CESTOVNÍHO RUCHU VE VALAŠSKÝCH KLOBOUKÁCH.....	59
8.1	VIZE ROZVOJE CESTOVNÍHO RUCHU	59
8.1.1	STRATEGICKÝ CÍL 1: Budování a rozvoj infrastruktury cestovního ruchu.....	59
8.1.2	STRATEGICKÝ CÍL 2: Zlepšení spolupráce aktérů cestovního ruchu	61
8.1.3	STRATEGICKÝ CÍL 3: Podpora venkovské turistiky, tradice a pořádání tradičních akcí	62
9	VYBRANÝ PROJEKT Z NAVRŽENÉ STRATEGIE.....	66
9.1	CHARAKTERISTIKA PROJEKTU TURISTICKÉ BALÍČKY VE VALAŠSKÝCH KLOBOUKÁCH	66
9.2	PARTNEŘI ÚČASTNÍCI SE PROJEKTU	67
9.3	ŘEŠENÍ PROJEKTU.....	68
9.3.1	Ukázka možných turistických balíčků	68
9.3.2	Popis fází projektu.....	71
9.3.3	Finanční plán	72
9.3.4	Časový plán.....	74
9.3.5	Riziková analýza	76
9.4	HODNOCENÍ PROJEKTU	79
	ZÁVĚR	81
	SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY.....	83
	SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK.....	87
	SEZNAM OBRÁZKŮ	88
	SEZNAM TABULEK.....	89
	SEZNAM GRAFŮ	90
	SEZNAM PŘÍLOH.....	91

ÚVOD

Cestovní ruch se v posledním desetiletí dostává do popředí zájmu. Jde o neustále se rozvíjející odvětví, které má do velké míry vliv i na další sektory (doprava, kultura, obchod, atd.). Zároveň je cestovní ruch považován za nástroj regionálního rozvoje. Zvláštní postavení pak mají venkovské oblasti, kde díky rozvoji venkovské turistiky je možné udržet charakter venkova a zároveň jeho ekonomickou stabilitu.

Pro udržitelný rozvoj turismu je však nutné řízení cestovního ruchu. Co se týká České republiky jako celku, má správu cestovního ruchu na starosti ministerstvo pro místní rozvoj, částečně pak úloha rozvoje cestovního ruchu spadá do samosprávy jednotlivých krajů. Avšak i každé menší město či vesnice si samostatně můžou vytvářet strategické dokumenty pro rozvoj a koordinaci svého území ve vybraných oblastech, např. v cestovním ruchu.

Proto je tématem této diplomové práce „Strategie rozvoje cestovního ruchu města Valašské Klobouky“. Jejím cílem bude vytvořit takový návrh strategie, který by pomohl vytvořit z Valašských Klobouk turistickou oblast s rozvinutými službami cestovního ruchu při zachování místních tradic, folkloru a venkovského rázu města.

Diplomová práce bude rozdělena do dvou částí – teoretické a praktické. Teoretická část bude věnována komplexně problematice cestovního ruchu především jeho základním charakteristikám, trendům vývoje, marketingu a destinačnímu managementu. V teoretické části bude také vymezena kapitola pro venkovskou turistiku její význam, rozvoj i problémy a v této části budou rovněž definovány formy financování cestovního ruchu z veřejných zdrojů.

Praktická část se pak ještě dále bude dělit na analytickou a projektovou část. V analytické části bude nejprve představeno město Valašské Klobouky na základě socioekonomické analýzy území. Zároveň bude vytvořena analýza cestovního ruchu ve Valašských Kloboukách, kde se zhodnotí současný stav i predikuje budoucí vývoj a následně se zpracuje SWOT analýza.

Na základě podkladů nasbíraných v analytické části bude vytvořen návrh strategie rozvoje cestovního ruchu města Valašské Klobouky, kde bude stanovena hlavní vize, strategické cíle, jak tuto vizi naplnit a opatření, v rámci nichž budou vymezeny aktivity, pomocí kterých lze stanovených cílů dosáhnout.

Součástí diplomové práce bude i zpracování konkrétního projektu z navržené strategie, který se zaměří na tvorbu turistických balíčků pro město Valašské Klobouky ve spolupráci s dalšími obcemi v regionu.

Základními zdroji pro vypracování této diplomové práce jsou odborná literatura, statistická data a další podklady získané z ČSÚ, z města Valašské Klobouky a na základě rozhovorů poskytnutých zástupci města Valašské Klobouky.

CÍLE A METODY ZPRACOVÁNÍ PRÁCE

Diplomová práce se věnuje rozvoji města Valašské Klobouky v oblasti cestovního ruchu. Hlavním cílem je navrhnout strategii rozvoje cestovního ruchu ve Valašských Kloboukách, která napomůže k vytvoření turisticky atraktivní destinace postavené na tradicích a venkovském stylu života.

Práce se skládá se dvou částí, teoretické a praktické. Jako první je teoretická část, kde je podrobně rozebrána problematika cestovního ruchu včetně marketingu, managementu a financování cestovního ruchu. Součástí je i venkovská turistika a její rozvoj. Při zpracování teoretické části byla využita metoda kritické literární rešerše.

Praktická část je rozdělena na analýzu a projekt a má několik dílčích cílů. Prvním z nich je přiblížit město Valašské Klobouky a současný cestovní ruch ve městě pomocí socioekonomické analýzy a analýzy cestovního ruchu. Pro zpracování tabulek a grafů v této části byla využita data z Českého statistického úřadu, z rozpočtů města a ze strategických a jiných dokumentů města. Pro grafické znázornění bylo využito podmíněného formátování a statistických funkcí, např. LINTREND pro predikci vývoje cestovního ruchu pomocí vybraných ukazatelů.

Dalším dílčím cílem je vytvořit komplexní přehled o současné situaci cestovního ruchu ve městě díky SWOT analýze. SWOT analýza je jednou z nejvyužívanějších metod pro stanovení vnitřních atributů prostředí (silné a slabé stránky) a jejich porovnání s vnějšími atributy prostředí (příležitosti a hrozby). Pro její zpracování byly opět použity informace ze stávajících strategických dokumentů města a informace na základě rozhovoru se starostkou města. Výhodou rozhovoru je poměrně rychlý způsob získávání údajů a zjišťování názorů k dané problematice. Odpovědi na otázky byly zapracovány do komentářů u SWOT analýzy. SWOT analýza slouží jako jeden z hlavních podkladů pro zpracování strategie rozvoje cestovního ruchu.

Prvním cílem projektové části je zpracovat návrh strategie rozvoje cestovního ruchu města Valašské Klobouky na základě podkladů sesbíraných v analytické části. Již v teoretické části byly představeny teoretické poznatky o tom, jaký rámec má strategie mít. Tyto názory ale nejsou úplně jednotné. V této diplomové práci je strategie rozdělena na hlavní vizi, strategické cíle a opatření. Tato strategie obsahuje 3 strategické cíle, každý má 2-3 opatření, v rámci kterých jsou vymezeny aktivity k naplnění strategie.

Cílem strategie rozvoje cestovního ruchu je vytvoření celostního dokumentu, který zpracovává jednotlivé postupy při řešení problémových otázek cestovního ruchu a vymezuje jednotlivé aktivity pro vytvoření a rozvoj turisticky atraktivního města Valašské Klobouky.

V závěru práce aplikujeme navrženou strategii rozvoje cestovního ruchu do praxe zpracováním jednoho konkrétního projektu vyplývající ze strategie. Pro tento účel byl vybrán projekt Turistické balíčky. V rámci projektu byly zpracovány cíle projektu, problémové oblasti, cílové skupiny a partneři projektu. Dále byly vytvořeny návrhy konkrétních turistických balíčků pro město Valašské Klobouky ve spolupráci se soukromými subjekty i s okolními obcemi. Byly vytvořeny i ceny balíčků podle aktuálních ceníků nabízených služeb.

K řešení projektu je zařazen i finanční plán, časový plán a riziková analýza. U časového plánu byla použita metoda CPM, kdy se nejdříve určily jednotlivé činnosti, délka jejich trvání a jejich pořadí. Poté byly tyto informace zadány do programu QM for windows, který vyhodnotil nejkratší možnou celkovou délku trvání realizace projektu bez zbytečných prodlev. To napomohlo ke snadnějšímu a přesnějšímu stanovení časového harmonogramu projektu. V rizikové analýze pak byla vytvořena tabulka stanovující váhu jednotlivých rizik. Váha rizika se vypočítá jako součin pravděpodobnosti rizika a stupně rizika, při tom platí čím vyšší váha rizika, tím je riziko nebezpečnější.

Závěrem byly stanoveny indikátory ke zhodnocení projektu. Výstupy projektu se v souladu s udržitelností budou hodnotit následujících 5 let (do roku 2022). Hlavním předpokladem je, aby výstupy projektu naplňovaly cíle strategie rozvoje cestovního ruchu města Valašské Klobouky.

I. TEORETICKÁ ČÁST

1 CESTOVNÍ RUCH

Cestovní ruch je nejrychleji se rozvíjející odvětví na světě. Kotíková (2013, s. 15) jej označuje za současný celosvětový socio-ekonomický fenomén. Cestovní ruch nás obklopuje prakticky neustále, ať už sami jsme účastníci cestovního ruchu nebo ne. Existuje na všech úrovních – světový, domácí, cestovní ruch určitého regionu či města. Dá se říct, že v dnešní době se potřeba rozvoje cestovního ruchu objevuje snad ve všech strategických dokumentech rozvoje.

Definovat však přesně, co vlastně je cestovní ruch, není tak jednoduché, jak by se mohlo na první pohled zdát, jelikož se vyskytuje v mnoha podobách a trendy jeho vývoje se neustále mění.

Na cestovní ruch můžeme pohlížet z mnoha různých pohledů – ekonomického, sociologického, geografického, kulturního nebo například ekologického. Cestovní ruch je součástí HDP země, je to příležitost nových pracovních míst, na rozvoj turismu navazuje rozvoj infrastruktury a kultury, což souvisí i s pořádáním společenských a sportovních akcí. (Bejdáková a kol., 2015, s. 81)

Cestovní ruch v České republice sleduje Ministerstvo pro místní rozvoj a data shromažďuje Český statistický úřad. Dle dat Českého statistického úřadu (©2016) bylo v třetím čtvrtletí roku 2016 zaznamenáno celkem 6,7 milionů hostů v hromadných ubytovacích zařízeních v ČR, což je oproti minulému roku zvýšení o 7,6 %. Většinou se jednalo o domácí hosty, kdy počet jejich cest se meziročně zvýšil 9 %, u zahraničních hostů byl nárůst o 5,9 %. Celkově byla turistická sezóna v ČR úspěšná a potvrdil se trend zvyšující se návštěvnosti. Téměř ve všech krajích byl zaznamenán nárůst turistů, výjimkou byl pouze Plzeňský kraj. Nejvíce turistů přijelo z Německa, Slovenska a Polska.

1.1 Charakteristika cestovního ruchu

Cestovní ruch neboli turismus nemá jednu jasně danou definici, naopak má celou řadu definic a charakteristik, protože na něj můžeme nahlížet z různých pohledů.

Je zřejmé, že pojem cestovní ruch je odvozen od slova cestování, což je v podstatě jakákoliv cesta na jiné místo. Cestování se stává cestovním ruchem ve chvíli, kdy je spojeno s poskytováním určitých služeb jako například stravování či ubytování. Synonymem cestovního ruchu je pojem turismus, který pochází z francouzského slova Tour neboli cesta. (Kotíková, 2013, s. 15)

Mezi prvními, kdo utvořili jednotnou definici cestovního ruchu, byli švýcarští profesorové – zakladatelé tzv. švýcarské školy cestovního ruchu, dle které je možné cestovní ruch definovat jako „*souhrn vztahů a jevů, které vyplývají z cestování anebo pobytu osob, přičemž místo pobytu není hlavním ani trvalým místem bydlení nebo zaměstnání*“. (Beránek, 2013, s. 15)

Dále za jednu z oficiálních definic pojmu cestovní ruch je považována definice Světové organizace cestovního ruchu (WTO), která byla přijata v roce 1993 a zní takto: „*Cestovní ruch představuje činnost lidí, spočívající v cestování a pobytu mimo místo jejich obvyklého pobytu po dobu kratší jednoho roku za účelem využití volného času, obchodu a jinými účely*.“ (Beránek, 2013, s. 15)

Kotíková (2013, s. 16-17) doplňuje, že definice cestovního ruchu dle WTO prezentuje cestovní ruch pouze jako činnost lidí cestujících mimo jejich obvyklé prostředí. V širším smyslu zde lze zahrnout i subjekty poskytující služby pro tyto cestující osoby, tím můžeme vnímat fungování cestovního ruchu z hlediska ekonomického - působícího na obou stranách, a to jak na straně poptávky, tak i nabídky. Podobně ekonomickou definici cestovního ruchu předkládají také Ryglová, Burian a Vajčnerová (2011, s. 17), kteří vidí cestovní ruch jako součást spotřeby obyvatelstva a jako průmyslové odvětví zahrnující celou řadu služeb související s cestovním ruchem. Tyto služby lze rozdělit do jednotlivých sektorů, jako je sektor dopravy, ubytovacích služeb, stravovacích služeb, atrakce, zprostředkovatelé (cestovní kanceláře, agentury a další) a také sektor organizace (např. turistické asociace).

1.1.1 Faktory ovlivňující cestovní ruch

Teorie cestovního ruchu zkoumá také faktory, které ovlivňují turismus v dané oblasti. Ryglová, Burian, Vajčnerová (2011, s. 34) vymezují 3 základní faktory a to lokalizační, realizační a selektivní.

Lokalizační faktory zahrnují přírodní a společenské atraktivity. Právě lokalizační faktory jsou rozhodující v tom, jakým směrem se bude cestovní ruch v dané lokalitě ubírat. Realizace cestovního ruchu je už ze své podstaty závislá na přirozené atraktivitě prostředí. Přírodní podmínky jsou dány a jsou prakticky neměnné. Pokud v určité oblasti najdeme krásné přírodní scenerie, horské oblasti, jezera a jiné zajímavosti, dá se předpokládat, že tato oblast bude více vyhledávána turisty a tudíž předpoklady pro cestovní ruch budou výrazně lepší. Z tohoto pohledu jsou významné Národní parky, přírodní rezervace a chráněné krajinné oblasti. Druhý lokalizační faktor společenské atraktivity pak zahrnuje historické a

kulturní památky, zábavní parky a také společenské akce a slavnosti. Platí zde, že největší význam v rámci cestovního ruchu mají památky, které jsou ojedinělé či vzácné. (Ryglová, Burian, Vajčnerová, 2011, s. 34)

Realizační faktory podle Ryglové, Buriana a Vajčnerové (2011, s. 35) zahrnují technologické faktory, kam se řadí služby v dané lokalitě, především tedy dostupnost (tj. dopravu v území) a infrastrukturu služeb, která se také nazývá materiálně-technická základna cestovního ruchu. Bez dostatečné vybavenosti a kvality těchto služeb, nemůže být nabídka cestovního ruchu dostatečně přínosná a konkurenceschopná. V dopravě jde turistům především o bezpečnost, rychlost a pohodlnost. Rozvinutá dopravní infrastruktura je jedním ze základních požadavků na rozvoj cestovního ruchu.

Dle Palatkové a Zichové (2011, s. 35) je současný trh cestovního ruchu nejvíce ovlivněn právě technologickými faktory zejména v oblasti rozvoje dopravy a informačních technologií. V dopravě má největší dynamiku růstu rozvoj letecké dopravy oproti jiným druhům dopravy, což souvisí s výše zmíněným důrazem cestujících na pohodlnost, rychlost a bezpečnost.

Kromě dopravy patří do realizačních faktorů také ubytovací, stravovací a další služby nabízené v dané lokalitě. Podle těchto faktorů lze hodnotit kvalitu cestovního ruchu v území. Například podle počtu ubytovacích zařízení a jejich kapacity (počet lůžek). (Ryglová, Burian, Vajčnerová, 2011, s. 36)

Posledním druhem jsou selektivní faktory (nazývané také stimulační), které zahrnují vše, co ovlivňuje, zda se v dané lokalitě vůbec může realizovat a rozvíjet cestovní ruch. Jsou to především politické a ekonomické podmínky. Ale také zde patří demografické podmínky, sociální podmínky a administrativní podmínky (tedy platná legislativa v navštívené destinaci). (Ryglová, Burian, Vajčnerová, 2011, s. 38)

Politickým a ekonomickým faktorům se věnuje Palatková a Zichová (2011, s. 33-34) a tvrdí, že role státu může významně přispět k fungování a rozvoji cestovního ruchu v dané zemi. Podle jejich názoru vláda přispívá nejen tvorbou legislativních norem, ale také tvorbou strategických rozvojových dokumentů, finanční podporou turismu atd. Politické faktory mohou mít však i negativní dopad na cestovní ruch, politická nestabilita a válečné konflikty plus současná hrozba terorismu ohrožují realizaci turismu. Mezi ekonomické faktory pak patří ekonomický růst čili HDP a také rozdílná ekonomická (cenová) úroveň zdrojové a cílové země, což může být rozhodujícím faktorem pro volbu destinace.

Zelenka (2012, s. 80) nabízí konkrétní příklady politických změn, které ovlivnily vývoj turismu v Evropě a tím i v České republice. Jednalo se například o rozšiřování Evropské unie, které je ČR od roku 2004 členem a podléhá legislativě EU, dále jde o pokračující proces liberalizace a privatizace, což má dopad například v oblasti letecké dopravy, kde klesá podpora národních leteckých společností a roste zde konkurence.

Stimulační faktory však mohou být také psychologického rázu. Jde o to, jak turisté vnímají dané místo a zda mají motivaci sem přijet. Tato motivace tkví v atraktivitě prostředí, zda má svým hostům, co nabídnou. Velkou roli tady hraje management cestovního ruchu, propagace území a spolupráce mezi subjekty cestovního ruchu. (Ryglová, Burian, Vajčnerová, 2011, s. 39)

Někdy se vyčleňují zvláště také sociální faktory související s demografickými změnami. Mezi ty nejvýraznější patří stárnutí obyvatelstva, růst počtu neúplných rodin nebo vyšší stupeň migrace v rámci EU. Vyšší pozornost je také věnována skupinám, které jsou na první pohled znevýhodněné v cestování, příkladem můžou být etnické menšiny nebo zdravotně postižení lidé. (Zelenka, 2012, s. 81)

1.2 Typologie cestovního ruchu

Pro hlubší vymezení cestovního ruchu se využívá typologie neboli klasifikace cestovního ruchu, která jej člení do různých skupin podle určitých znaků. S geografického hlediska je třeba v souvislosti s cestovním ruchem rozlišovat pojmy domácí a zahraniční cestovní ruch.

Beránek (2013, s. 15) definuje domácí cestovní ruch jako cestování obyvatel určitého státu na území tohoto státu bez překročení hranic. Zahraniční cestovní ruch je cestování z určité země do zahraničí.

Zahraniční neboli mezinárodní cestovní ruch se dále dělí na výjezdový (pasivní) cestovní ruch, kdy obyvatelé dané země cestují do zahraničí, a na příjezdový (aktivní) cestovní ruch, kdy obyvatelé ze zahraničí naopak cestují do dané země. (Goeldner a Richie, 2009, s. 6)

Další členění cestovního ruchu se u různých autorů může lišit. Mezi nejčastější dělení patří klasifikace podle motivu cestování. Kotíková (2013, s. 23) uvádí tyto motivy: využití volného času a rekreace, návštěvy příbuzných a známých, obchodní cestovní ruch, léčebný cestovní ruch, náboženské cesty a ostatní druhy.

Jiné rozdělení cestovního ruchu je na základě uspokojování potřeb účastníků cestovního ruchu. Dle tohoto dělení je možné vymezit základní formy cestovního ruchu takto: rekreační, kulturně-poznávací, sportovně-turistický, léčebný a lázeňský cestovní ruch. (Rygllová, Burian, Vajčnerová, 2011, s. 20)

Cestovní ruch můžeme dále klasifikovat dle délky pobytu na krátkodobý (maximální 3 přenocování) a dlouhodobý (více než 3 přenocování) nebo dle počtu účastníků na individuální (cestujeme sami nebo s rodinou) a kolektivní (skupinové zájezdy, apod.). (Rygllová, Burian, Vajčnerová, 2011, s. 20)

Palatková a Zichová (2011, s. 22-24) kromě již zmíněných typů členění cestovního ruchu ještě dle způsobu zabezpečení cesty a dle charakteru cílového místa pobytu. Zabezpečení cesty a pobytu rozdělujeme podle organizačního subjektu na organizovaný cestovní ruch, kam řadíme typicky zájezdy zajišťované zprostředkovateli v podobě cestovních kanceláří a agentur, a na neorganizovaný cestovní ruch, což znamená, že účastníci si zajišťují a organizují cestu a pobyt sami. Druhé zmiňované členění dle charakteru cílového místa pobytu uvažuje o členění v souladu s převažujícím prostředím na městský turismus (památky, kulturní zážitky), venkovský turismus (chalupaření, agroturistika) a cestovní ruch ve střediscích turismu (lázně, sportovní centra).

1.2.1 Typologie účastníků cestovního ruchu

Do typologie cestovního ruchu zahrnujeme nejen jeho dělení na základě různých druhů (dle motivů, forem, vztahu k platební bilanci, délky pobytu, místa pobytu, atd.), ale také speciální typologii, která rozděluje různé typy účastníků cestovního ruchu.

Osoba účastnící se cestovního ruchu se nazývá návštěvník a jde o osobu, která cestuje do jiné země nebo na jiné místo než je její trvalé bydliště a za jiným účelem než je výdělečná činnost a doba vycestování je kratší než 1 rok. Návštěvníka dále můžeme dělit na turistu a výletníka. Rozdíl mezi turistou a výletníkem je ten, že výletník cestuje na dobu kratší než 24 hodin (nazývá se také jednodenní návštěvník), kdežto turista cestuje na dobu delší a jeho cesta na jiné místo zahrnuje minimálně jedno přenocování. (Beránek, 2013, s. 17)

Palatková a Zichová (2011, s. 22) rovněž ve vztahu k cestovnímu ruchu využívá demografické kritérium pro typologii turismu s ohledem na věk účastníků. Cestovní ruch se tak podle účastníků dělí na cestovní ruch mládeže, dětí, rodin s dětmi, osob v produktivním věku bez dětí a seniorů.

Beránek (2013, s 17-18) ještě uvádí příklady cestujících osob, které ale nejsou zahrnuty mezi účastníky cestovního ruchu. Mezi tyto osoby patří například lidé cestující za práci či za účelem studia, migranti, uprchlíci, vojáci, diplomati nebo posádka lodí a vlaků.

1.3 Historický vývoj cestovního ruchu

Kořeny cestovního ruchu sahají hluboko do historie od středověkých civilizací až po současnost. Počátky cestovního ruchu se datují kolem roku 4000 př. n. l. V této době Sumérové přišli s vynálezem peněz, kola a klínového písma a započali tak podnikání v cestovním ruchu. Lidé začali platit za dopravu a ubytovací služby. Za první cestovatele jsou považováni Římané, Řekové a Egypťané. (Goeldner a Richie, 2009, s. 33-36)

Za velký rozmach cestovního ruchu dle Ryglové, Buriana a Vajčnerové (2011, s. 25) lze považovat období objevitelských a kolonizačních cest ve 13. století. Období moderního cestovního ruchu se však datuje v rozpětí 17. - 19. století. Cestovní ruch byl v té době ovlivněn celou řadou událostí například velkou průmyslovou revolucí, zrušením nevolnictví nebo technickým pokrokem zejména v rozvoji všech druhů dopravy. (Ryglová, Burian, Vajčnerová, 2011, s. 25)

Palatková a Zichová (2011, s. 13) zařazují počátky novodobého cestovního ruchu již do druhé poloviny 19. století tedy do období průmyslové revoluce. Právě v té době se vytvářely základní předpoklady pro vznik a rozvoj turismu, kterými jsou svoboda pohybu, existence volného času a volných prostředků a rozvoj dopravní infrastruktury a další vybavenosti.

Dá se říct, že Evropa měla stejný vývoj cestovního ruchu až do konce druhé světové války, tehdy se vývoj začal odlišovat na Západě a na Východě. (Ryglová, Burian, Vajčnerová, 2011, s. 26) V západních zemích se cestovní ruch jak domácí tak zahraniční stal běžnou součástí života a účastní se ho všechny vrstvy společnosti. I v zemích s centrálně plánovanou ekonomikou cestovní ruch zaznamenal velký růst, i když narazil na některé bariéry spojené s omezeným volným pohybem osob. Rozvíjel se tedy především domácí cestovní ruch. (Palatková a Zichová, 2011, s. 15)

Poslední etapu historického vývoje turismu vymezují Palatková a Zichová (2011, s. 16) od počátku 90. let až po současnost. Počátky jsou spojené především s politickými změnami ve východní a střední Evropě. Následkem bylo otevření mnoha nových příležitostí na nových trzích a nových turistických destinacích. Zaznamenan byl velký technologický po-

krok, který významně přispěl v rozvoji turismu. Avšak cestovní ruch ve světě byl ovlivněn i negativně v podobě globalizačních faktorů, přírodních katastrof, válečných konfliktů a teroristických útoků.

1.4 Budoucnost cestovního ruchu

Ačkoliv současný svět bojuje s terorismem, ekonomickou krizí či katastrofami vyvolanými změnami klimatu, prognózy pro rozvoj cestovního ruchu se jeví stále optimisticky. Za posledních 50 let zaznamenal cestovní ruch dynamický růst a očekává se, že navzdory překážkám, kterým čelí, bude růst pravděpodobně pokračovat.

Kotíková (2013, s. 25) zmiňuje, že dopady rozvoje cestovního ruchu se projevují v ekonomické, sociální i environmentální sféře. Přesto že tyto dopady mohou mít negativní vliv, je cestovní ruch významnou součástí ekonomického rozvoje zejména ve vyspělých zemích.

Goeldner a Richie (2009, s. 502) doplňuje, že tomu čemu čelil cestovní ruch v minulosti, čelí i dnes pouze v jiné podobě. Období studené války vystřídal válka s terorismem a občanské nepokoje v některých afrických zemích a zemích Středního Východu. Také se řeší dopad cestovního ruchu na životní prostředí a hrozba klimatických změn. Na tyto problémy musí reagovat management cestovního ruchu a musí vytvářet takové strategie rozvoje, které se těmto hrozbám dokážou přizpůsobit.

Například Evropská komise v roce 2003 vypracovala souhrn deseti základních trendů, které mají vliv na současný a budoucí vývoj cestovního ruchu. Mezi tyto trendy řadí demografický vývoj, volný čas, zkušenosti s cestováním, vzdělání, zdraví, udržitelný rozvoj, dopravu, životní styl, jistotu a bezpečí a rozvoj technologií. (Kotíková, 2013, s. 25)

Je zřejmé, že se tyto trendy naplňují. Co se týká kupříkladu udržitelného rozvoje cestovního ruchu, dle Zelenky (2012, s. 23) se některé destinace přímo specializují na podporu udržitelného cestovního ruchu a na eliminaci negativních vlivů z přetížení turismu v daných oblastech. Zaměřují se na tvorbu strategií, které zajistí zájmy místních obyvatel s průměrným rozvojem turismu a zachováním přírodního i kulturního bohatství.

Právě jeden z největších vlivů na současné a budoucí tendence ve vývoji cestovního ruchu má poslední zmiňovaný trend a to pokrok ve světě technologií. Nejvíce jsou tyto trendy patrné v dopravní infrastruktuře a jejímu rozvoji umožňující pohodlnější a rychlejší přesuny mezi destinacemi, dále pak trendy v rozvoji internetu, které zase dovolují cestujícím

snadnější zjišťování informací o destinaci a pohodlnější zajišťování například ubytovacích služeb. (Goeldner a Richie, 2009, s. 521)

Vedle již zmíněných trendů se Zelenka (2012, s. 69-71) zmiňuje také o dalších faktorech ovlivňující cestovního ruch současnosti. Jedním z nich jsou neustále tendence ke zvyšování kvality služeb v cestovním ruchu. Zvyšuje se rychlost, dostupnost i komplexnost poskytovaných služeb. Tento dynamický rozvoj služeb úzce souvisí s výše zmiňovaným rozvoje technologií. Dalším takovým trendem je i to, že cestovní ruch je odrazem životního stylu lidí. Typ dovolené ukazuje, jaký způsob života turisté vedou. Navíc díky vyšší mobilitě cestujících je v současné době preferováno více kratších dovolených (typicky různá roční období) místo jedné větší dovolené.

2 MANAGEMENT A MARKETING CESTOVNÍHO RUCHU

S postupným rozvojem cestovního ruchu souvisí i rozvoj managementu a marketingu v této oblasti. A to v především v dnešní době internetu, kdy se odvětví cestovního ruchu rozvíjí mnohem rychleji.

V první řadě je nezbytné si obecně vysvětlit některé základní pojmy managementu a marketingu. Dle Goeldnera a Richieho (2009, s. 466) je marketing soubor procesů, kterým se zboží a služby dostávají od výrobce k zákazníkovi. Marketing se soustředí na potřeby a přání zákazníka a na základě marketingové koncepce se prodejci a poskytovatelé služeb snaží nabízet produkty, které budou pro ně ziskové a zároveň uspokojí potřeby zákazníků. Pro obor cestovního ruchu je jednou z nejvíce vhodných definic marketingu podle Ryglové, Buriana a Vajčnerové (2011, s. 96) uspokojování vlastních potřeb (např. zisk podniku nebo snaha destinace nalákat více turistů) prostřednictvím uspokojování potřeb jiných lidí tedy potřeby zákazníků. Marketing v cestovním ruchu tedy neustále sleduje trendy vývoje potřeb svých zákazníků a také je to proces neustálého sledování konkurence a porovnávání s vlastními možnostmi.

Úspěšný management neboli řízení cestovního ruchu v dané turistické destinaci by měl splňovat dvě základní podmínky a to podmínku konkurenceschopnosti a podmínku trvalé udržitelnosti. V praxi se jedná o dosahování ekonomické ziskovosti a schopnosti konkurovat na trhu cestovního ruchu a zároveň udržovat kvalitu společenských, kulturních a přírodních zdrojů. Efektivní turistický management zahrnuje strategické plánování, marketingový plán, řízení lidských zdrojů, finančních zdrojů a životního prostředí. (Goeldnera a Richieho (2009, s. 371)

2.1 Destinační management

Destinační management je způsob řízení destinace v rámci rozvoje cestovního ruchu v dané oblasti (destinaci). Vlastně se jedná o soubor technik a nástrojů pro efektivní plánování, komunikaci a regulaci aktivit cestovního ruchu, které mají pomoci vytvořit atraktivní místo k navštívení a zajistit udržitelný rozvoj destinace a konkurenceschopnost na trhu. (Robinson, Lück a Smith, 2013, s. 295)

Nezbytné pro destinační management je definovat základní prvky destinace, které z ní dělají turisticky atraktivní místo. Robinson, Lück a Smith (2013, s. 297) odkazují na Dickma a jeho 5A destinace:

- Attractions – zajímavosti
- Activities – aktivity
- Accessibility – dostupnost
- Amenities - vybavení
- Accommodation – ubytování.

Za důležitou vlastnost destinačního managementu považuje Ryglová, Burian a Vajčnerová (2011, s. 163-164) jeho fungování postavené na spolupráci mezi soukromým a veřejným sektorem. Soukromý sektor zahrnuje zejména stravovací a ubytovací zařízení, cestovní kanceláře, poskytovatelé služeb (např. sportovní, kulturní zážitky), aj. Veřejný sektor je reprezentován státními institucemi ale hlavně samosprávou obcí a krajů.

Tato spolupráce je známá jako princip 3P – Private Public Partnership a výsledkem takové spolupráce může být vznik a prodej společných produktů, společný informační systém, společný výzkum trhu, cenová politika a aktivní prodej turismu v destinaci.

Stále se ale ještě podle Zelenky (2010, s. 119) setkáváme s odmítáním takové spolupráce. Celá řada hlavně podnikatelů v soukromém sektoru vnímá ostatní subjekty jako konkurenci a odmítá spolupráci, navíc je zde otázka nespolehlivosti některých podnikatelů podílet se na spolupráci.

Na základě spolupráce destinačního managementu vznikají spolky, sdružení a také přímo turistické organizace působící na všech úrovních – lokální, regionální (př. Centrála cestovního ruchu Jižní Moravy), národní (př. CzechTourism) a mezinárodní. Tyto organizace vznikají z toho důvodu, aby zajistily efektivní, koordinované a účelné řízení cestovního ruchu. (Ryglová, Burian a Vajčnerová, 2011, s. 163-164)

Taková spolupráce v cestovním ruchu přináší celou řadu možných výhod v podobě rovnoměrného využití kapacit v sezóně i mimo sezónu, zvyšování kvality poskytovaných služeb nebo ekonomické výhody ve formě společné propagace a společných investic (např. do infrastruktury). (Zelenka, 2010, s. 119)

Destinační management se ve své manažerské funkci věnuje dle Robinsona, Lücka a Smi-tha (2013, s. 302) například těmto oblastem: analýza trhu, propagace, tvorba strategie cestovního ruchu, koordinace činnosti subjektů, marketingová činnost a komunikace, rozvoj informačních systémů a poskytování získaných informací a dat pro účely rozvoje cestovního ruchu.

2.2 Marketingový mix

I v cestovním ruchu je zapotřebí marketingových manažerů, kteří se snaží najít optimální marketingovou strategii. Cílem je najít vhodnou kombinaci prvků, která uspokojí potřeby zákazníka a povede k zisku. Taková ideální kombinace se nazývá marketingový mix.

Mezi základní prvky marketingového mixu patří značka, která pomáhá zákazníkům zapamatovat si produkt. Může se jednat například o jméno hotelu, logo cestovní kanceláře aj. Dalším ovlivňujícím prvkem mixu je čas. U marketingu cestovního ruchu jde především o sezónnost, ale z dlouhodobého hlediska i o změny podle toho v jaké fázi hospodářského cyklu se ekonomika nachází. Součástí marketingový mixu je i samotný produkt, hlavně jeho image, tedy to jak je vnímám zákazníci z hlediska kvality a pověsti. Image do jisté míry ovlivňuje i cenu produktu. Cena je stanovena různě a závisí i na kvalitě a množství poskytovaných služeb, zároveň v cestovním ruchu existují také možnosti slevových zájezdů apod.

Důležitá je i distribuce a vztahy se zákazníkem. Produkt musí být pro zákazníka dostupný, proto funguje celá řada cestovních kanceláří, internetových portálů a dalších distribučních kanálů, které pomáhají udržovat vztahy se zákazníky, ale také dodavateli nebo zaměstnanci. Nabízený produkt musí být dostupný i z hlediska toho, že o něm musí zákazník vědět, musí teda fungovat nějaká forma propagace. Reklama je jednou z klíčových aktivit marketingového mixu. (Goeldner a Richie, 2009, s. 467-468)

Zelenka (2010, s. 19) uvádí i možnost, že celá tato obsáhlá struktura marketingové mixu lze zjednodušit do tzv. 4 P marketingu:

- Produkt (product)
- Prostor (place)
- Propagace (promotion)
- Prodejní cena (Price).

Goeldner a Richie (2009, s. 468) zároveň odkazují na Milla a Morisona, kteří definovali jiné 3 P zaměřující se přímo na marketingový mix cestovního ruchu:

- Program (Programming) – zahrnuje celou řadu aktivit pro turisty, může se jednat o zážitky či speciální nabídka služeb, zkrátka o cokoli co obohatí jejich zájezd.
- Lidé (People) – celé odvětví cestovního ruchu se soustředí na lidi.

- Partnerství (Partnership) – souvisí s destinačním managementem, kdy je zapotřebí spolupráce v destinaci a to i mezi konkurencí.

2.2.1 Produkt

Produkt cestovního ruchu lze definovat jako soubor veškeré nabídky zboží a služeb spojených s turismem a poskytovaných spotřebiteli cestovního ruchu. Produkt je typickou součástí marketingového mixu a jde o kontrolovatelný faktor. Pro produkt cestovního ruchu jsou typické vlastnosti komplexnosti, subjektivity prožívání a hodnocení spotřeby produktu a vysoký podíl dotváření lidským faktorem. (Zelenka, 2010, s. 91)

Přítom rozlišujeme produkt cestovní kanceláře, čímž se rozumí nabídka zájezdů a služeb s tím spojených (např. program zájezdu, průvodce, doprava) a produkt destinace nebo také regionální produkt, tedy nabídka toho, co může daná lokalita poskytnout na základě svých lokalizačních, realizačních a stimulačních faktorů. Tyto produkty se rozlišují především v tom, že zatímco produkt cestovní kanceláře je možné měnit podle potřeb trhu a současných trendů, produkt destinace je prakticky neměnný a z velké části stojí na propagaci a dobré image. (Ryglová, Burian a Vajčnerová, 2011, s. 113)

2.2.2 Prostor

Prostorem jako jedním ze 4 P je myšlena distribuce služeb cestovního ruchu v prostoru. Tedy to, jakým způsobem a jakými distribučními kanály se dostane služba od poskytovatele k zákazníkovi. Tato distribuční cesta může být buď přímá, anebo nepřímá tj. vykonávána pomocí zprostředkovatelů. Těmi jsou v oblasti cestovního ruchu především cestovní kanceláře a agentury ale také turistická informační centra a jiné. Významně roli prostoru a distribuce v cestovním ruchu ovlivnil internet, kdy mnoho klasických distribučních kanálů nahradily elektronické systémy (rezervační weby apod.). (Robinson, Lück, Smith, 2013, s. 377)

2.2.3 Propagace

Propagace je neopomenutelnou částí marketingového mixu, která funguje na základě přímých (přímé oslovení zákazníka) a nepřímých (masové a neselektivní oslovení zákazníků) propagačních nástrojů. Mezi ty přímé řadíme samozřejmě osobní prodej a přímý marketing, ve kterém jsou oslovováni předchozí zákazníci na základě tzv. databáze klientů. Přímé nástroje zahrnují však také teleshopping a virální marketing, tj. volné šíření reklamy po

internetu. Mezi klasickými nepřímými propagačními nástroji pak jsou reklama ve všech typech médií, product placement – umístování a veřejné propagování produktu jako součást sledovaného programu. (Ryglová, Burian a Vajčnerová, 2011, s. 125)

Součástí propagace cestovního ruchu jsou i Public Relations, které můžeme volně přeložit jako vztahy s veřejností. Jde vlastně o snahu pozitivního působení na veřejnost – zákazníky (stále i potencionální), zaměstnance, atd. Na rozdíl od klasické reklamy public relations zahrnují neplacené aktivity. (Robinson, Lück, Smith, 2013, s. 381)

2.2.4 Cena

Cena je důležitý faktor ovlivňující rozhodování zákazníka nejen ve vztahu k cestovnímu ruchu. Cena má zvláštní postavení v marketingovém mixu 4P, protože jako jediná produkuje výnosy. Cena je ovlivňována několika faktory a její výše je stanovena podle různých přístupů. Například při poptávkově orientovaném přístupu je cena určena podle odhadu objemu prodeje, při nákladově orientovaném přístupu je zase určena pomocí kalkulace nákladů a při konkurenčně orientovaném přístupu je rozhodujícím faktorem konkurence. (Jakubíková, 2012, s. 233)

Zelenka (2010, s. 93) doplňuje další aspekty figurující v rozhodování o cenách a to, ceny z pohledu marketingových cílů a strategií organizace, ceny z pohledu názoru zákazníka, ceny dle zákonných norem a předpisů.

2.3 Marketingová komunikace

Marketingová komunikace je nedílnou součástí marketingového mixu, vychází z celkové marketingové strategie a jedná se o klíčový nástroj pro rozvoj cestovního ruchu. Bejdáková a kol. (2015, s. 86) charakterizuje marketingovou komunikaci jako oslovení a ovlivnění cílového trhu za účelem navázání vztahů se spotřebiteli. U takového druhu komunikace je zapotřebí dodržovat komunikační proces, který je vyjádřen celou řadou modelů. Za jeden z nejzákladnějších a z nejpoužívanějších považuje Jakubíková (2012, s. 248) model AIDA:

- Attention (pozornost) – prvním krokem je upoutání pozornosti.
- Interest (zájem) – prvotní bezděčná pozornost přejde v úmyslný zájem o produkt.
- Desire (touha) – následné je vytvořena touha či rozhodnutí produkt vlastnit.
- Action (akce) – poslední stádium je koupě nebo objednání produktu.

Úspěch marketingové komunikace spočívá v poznání cílové skupiny, které chceme předat propagační sdělení. Podle profilu cílové skupiny jsou vybírány vhodná slova, barvy, obrazy, popřípadě také hudba a zvuky. Zřejmě nejtěžší je vůbec dokázat zaujmout na trhu přesyceném marketingovými sděleními. Snaha je být kreativní a zapojovat neustále nové originální prvky. Rozvoj technologií, především tedy rozmach internetu, umožňuje novou inovativní formu komunikace spočívající v oboustranné komunikaci, tedy nejen vysílání sdělení od prodejce k zákazníkovi, ale i zpětná vazba od zákazníka k prodejci. Kromě možností internetu však odvětví cestovního ruchu stále využívá tradiční komunikační prostředky ve formě katalogů a brožur se zájezdy. (Bejdáková a kol., 2015, s. 87-88)

2.3.1 Internet a marketing cestovního ruchu

Dnešní doba je dobou internetu. Svět se stal online na 24 hodin denně. Internet poznamenal celý vývoj cestovního ruchu, je nejen zdrojem informací, ale taky hlavním distribučním kanálem, komunikačním a propagačním centrem. Turisté si mohou jak vyhledat informace o destinace, tak i přímo zařídit rezervaci svého zájezdu.

Bejdáková a kol. (2015, s. 89) nazývají tento druh marketingové komunikace jako online komunikaci prostřednictvím webových stránek a sociálních medií. Webové stránky jsou hlavním poskytovatelem informací pro zákazníky a uplatňuje se zde i přímý prodej přes internet z pohodlí domova.

V současné době na marketing turismu na internetu působí majoritně sociální média. Sociální média jsou taková, která nejsou vytvořena profesionály, ale přímo uživateli. Jde o sdílení informací formou příspěvků, recenzí, komentářů apod. Většina lidí si jako první vybaví sociální síť, ale patří sem rovněž blogy, podcasting či fóra. (Goeldner a Richie, 2009, s. 481-484)

Na sociálních sítích dochází k uživatelskému sdílení obsahu svých profilů, fotografií, zkušeností, zážitků a rovněž umožňují uživatelům komunikaci s přáteli i veřejností. Subjekty podnikající v cestovním ruchu mohou také prostřednictvím sociálních sítí propagovat svoji značku a tyto sítě fungují současně jako zpětná vazba zákazníků. Mezi nejznámější sociální sítě patří Facebook, Twitter, Youtube nebo MySpace. (Zelenka, 2012, s. 125)

Dále pak byly zmiňovány blogy a fóra. Blogy jsou webové stránky, kam blogger píše své názory a sdílí informace, které jsou dostupné veřejnosti. Pro cestovní ruch je důležité, že

lidé často vytváří blogy, kde sdílí své zkušenosti z cest, komentují zážitky z navštíveného místa, zkušenosti s ubytováním, jídlem, přístupem lidí, zkrátka vše co ovlivňuje cestovní ruch. Fóra fungují jako online servery pro diskuze o různých tématech. Existují cestovatelská fóra, kam přispívají jak turisté, tak poskytovatelé služeb cestovního ruchu. (Goeldner a Richie, 2009, s. 481-484)

2.4 Strategie cestovního ruchu

Kvalitní management a marketing turismu souvisí s tvorbou strategického plánu pro rozvoj cestovního ruchu včetně metod využívaných pro strategickou analýzu za účelem vybudovat dlouhodobě udržitelnou, úspěšnou a konkurenceschopnou turistickou destinaci.

Goeldner a Richie (2009, s. 368) definují strategii cestovního ruchu jako souhrn pokynů, pravidel a cílů, které mají za úkol poskytnout rámec pro rozhodování v cestovním ruchu a zajistit tak jeho rozvoj a propagaci v dané destinaci.

Tvorba strategie rozvoje cestovního ruchu v regionu a jiných menších územních celcích vychází ze státní strategie rozvoje cestovního ruchu. Dosud v České republice neexistuje jednotná úprava tvorby strategie cestovního ruchu, která by byla všeobecně užívána. Proto vychází z různých strategických rozvojových dokumentů. (Bejdáková a kol., 2015, s. 69)

Prvním krokem je vymezení oblasti či regionu, pro který se bude strategie zpracovávat. Tento proces se nazývá situační nebo také socioekonomická analýza, což je jakýsi profil prostředí, jenž slouží pro získání informací o dané oblasti, zhodnocení dosavadního vývoje a vytvoření východisek pro další rozvoj. Situační analýza zkoumá současný stav regionu či města v oblasti obyvatelstva, infrastruktury, ekonomiky, stavu životního prostředí a přírodních podmínek, trhu práce atd. (Bejdáková a kol., 2015, s. 70)

Ryglová, Burian a Vajčnerová (2011, s. 103) nabízejí několik metod vhodných pro takovou analýzu. Například se mohou využít subjektivní metody, jež jsou využívány především v situacích, kdy nejsou v dispozici přesná statistická data, proto si je musíme obstarat sami. Často se zde využívá názorů odborníků třeba v Delfské metodě, která je založena na zasílání dotazníků skupině odborníků a hledání společných odborných názorů. Další ze strategických metod využívaných v analýze je Porterova metoda postavena na konkurenci. Atraktivita a potenciální růst na trhu jsou založeny na schopnosti odhalit konkurenci, vyrovnat se s konkurenčními silami a vhodně a včas reagovat na působení těchto sil a změn na trhu. Do Porterova modelu pěti konkurenčních sil patří:

- Potencionální noví konkurenti – hrozba vstupu nových účastníků trhu
- Konkurenční rivalita – stávající konkurence
- Dodavatelé a jejich vliv
- Odběratelé a jejich vliv
- Náhradní (nové) výrobky a služby.

Bejdáková a kol. (2015, s. 70-74) také navrhuje využít některé analýzy primárně používané v podnikatelské sféře. Například PEST analýzu, která je analýzou vnějšího prostředí a má za úkol zhodnotit vnější faktory ovlivňující prostředí a to z hlediska politických, ekonomických, sociálně-kulturních a technologických faktorů. Dle Ryglové, Buriana a Vajčnerové (2011, s. 105) má PEST analýza pomoci odpovědět nejen na otázku, které vnější faktory mají vliv na podnik či danou destinaci, ale také které na nás mají největší dopad, které mohou mít na nás účinky do budoucna a jak s nimi naložit.

Součástí strategie rozvoje cestovního ruchu by měla být také SWOT analýza, tedy analýza silných a slabých stránek, příležitostí a hrozeb. SWOT analýza se využívá pro identifikaci kritických oblastí, také oblastí, na které je třeba se soustředit a které mají potenciál pro rozvoj. Hlavně ale slouží jako základ pro formulaci strategických cílů, jejichž stanovení je dalším krokem při vytváření strategického rozvojového dokumentu. (Bejdáková a kol., 2015, s. 70-74)

Stěžejní pro takový strategický dokument je formulace základní rozvojové vize, která podává ucelený pohled na to, jaká daná turistická destinace je, kam směřuje a kým chce být, tedy je to nějaká představa o budoucnosti, které chceme v konečné fázi dosáhnout tím, že nejprve dosáhneme strategických cílů, které si podrobněji formulujeme v další části vytváření strategie. (Goeldner a Richie, 2009, s. 379)

Stanovení strategických cílů navazuje na SWOT analýzu a na základní vizi strategie. Tyto cíle by měly být formulovány jasně a stručně. Také by měly být konkrétní, měřitelné, realistické a časově vymezené. (Bejdáková a kol., 2015, s. 74-77)

3 VENKOVSKÁ TURISTIKA

Jedním z typů cestovního ruchu je venkovská turistika. Pro Českou republiku je existence venkovské turistiky několikanásobně významná, jelikož venkovské oblasti tvoří většinou část území ČR. Dle Bernarda (2011, s. 17) venkovské obce tvoří 70 - 80 % rozlohy České republiky.

Nejprve si musíme stanovit, co vlastně lze považovat za venkovskou oblast. Na tuto problematiku existuje celé řada teorií, ale jednotná obecně platná definice venkova neexistuje. Například Bernard (2011, s. 19) definuje venkov na základě různých sociálně-geografických charakteristik, mezi které můžeme zahrnout počet obyvatel, hustotu obyvatelstva, podíl domů a bytů v obci či regionu, vzdálenost od městských center apod. Většinou lze za venkovskou oblast považovat veškeré vesnice a malá města vyskytující se na periferiích regionů.

Pojem venkovská turistika je pak druh turistiky odehrávající se přímo ve venkovském prostředí. Houška (2014, s. 43) ji představuje jako souhrn rekreačních aktivit probíhajících hlavně v přírodě ve venkovském prostředí a s jejím rozvojem souvisí rozvoj cyklostezek, farem a možností alternativního zemědělství. Bejdáková a kol. (2015, s. 103) ji také označují jako tzv. zelený cestovní ruch, jehož význam spočívá v návštěvě málo osídlených oblastí, kde mohou turisté navázat vztah s přírodou.

K zelenému cestovnímu ruchu zařazujeme několik specifických podob cestování jako například ekoturistiku, agroturistiku nebo chalupaření. Ekoturistika spočívá v návštěvě přírodních zajímavostí turisty. Jedná se především o chráněné krajinné oblasti, národní parky, aj. Agroturistika je současným fenoménem venkovské turistiky, kdy turisté žijí na farmě a zapojují se do zemědělských činností, mohou se taktéž podílet na výrobě domácích produktů. Také chalupaření je v ČR velmi oblíbené, jde o to, že především rodiny z větších měst tráví volný čas ve svém vlastním obydlí ve venkovském prostředí. (Bejdáková a kol., 2015, s. 104)

Venkovský cestovní ruch je často používán jako nástroj pro řešení problémů vyplývajících ze změn v ekonomické struktuře, tj. stagnující tradiční venkovská odvětví jako zemědělství a zpracovatelský průmysl. Rozvoj turismu dává venkovským oblastem možnost nových pracovních míst a zlepšení jejich ekonomické aktivity. Trendem současnosti je, že návštěvníci vyhledávají místa, která jim jsou schopná nabídnout jedinečné zážitky. Venkovská turistika je proto založena na využití místních zdrojů a na využití veškerého přírodního,

kulturního a historického potenciálu. Snaží se návštěvníkům nabídnout zážitky v podobě vyzkoušení si na vlastní kůži život na venkově, splynutí s přírodou a představení místních výrobků, kultury a gastronomie. (Jarábková a Hamada, 2012, s. 8)

Rozvoj venkovského cestovního ruchu neovlivňují pouze podnikatelé nabízející služby cestovního ruchu, ale z velké části je zapojena také veřejná správa a to na všech úrovních.

Na úrovni Evropské unie existují evropské strukturální a investiční fondy. Na podporu rozvoje venkova vznikl Evropský zemědělský fond pro rozvoj venkova (EAFRD). Boháčková a Hrabánková (2009, s. 135-138) za jeden z hlavních cílů EAFRD označují právě posílení cestovního ruchu ve venkovských oblastech. Česká republika využila finanční prostředky z tohoto fondu pro financování Programu rozvoje venkova v ČR spadajícího do kompetencí Ministerstva zemědělství.

Kromě toho se zpracovávají strategie rozvoje cestovního ruchu i na úrovních regionů soudržnosti, krajů a obcí. Obce se můžou sdružovat do dobrovolných svazků obcí nebo také do místních akčních skupin (MAS). (Bejdáková a kol., 2015, s. 108) Místní akční skupiny fungují na základě propojení veřejného a soukromého sektoru, tvoří jej sdružení zástupců veřejné správy, neziskových organizací a podnikatelů v určitém území. Cílem regionálního sdružování MAS je získání dotací pro realizaci projektů, které podpoří rozvoj daného území (regionu). MAS fungují na základě vlastní strategie pro konkrétní programovací období, v současnosti je realizována strategie na programovací období 2014-2020. (Pavlík, 2014, s. 106)

Ve všech strategických dokumentech rozvoje venkova splňuje venkovská turistika základní principy udržitelnosti (ekonomická, sociální a environmentální soudržnost) a patří tak mezi udržitelné formy cestovního ruchu. Venkovská turistika má velký vliv na trvalý rozvoj venkovských regionů a zachování tak jejich kulturních hodnot, zvyků, tradic a rovněž zachování přírodního bohatství a životního prostředí. (Šimková, 2008, s. 29)

3.1 Problémy venkovské turistiky

V České republice je kolem 2 260 obcí, avšak ne všechny mají stejné podmínky pro rozvoj cestovního ruchu. V souvislosti s cestovním ruchem vymezujeme méně atraktivní regiony a jejich specifické problémy zejména v rozvoji venkovské turistiky.

Cestovní ruch logicky souvisí s atraktivitou prostředí. Turisté se soustřeďují do míst, kde mohou najít nějaké zajímavosti, může se jednat o přírodní nebo historické památky, ale

také o konání společenských, sportovních a jiných akcí. S atraktivitou jde ruku v ruce unikátnost. Platí, že čím vzácnější je daná atraktivita v území, tím více láká turisty. V méně atraktivních regionech chybí tyto atraktivity a pro turisty neexistuje příliš možností k trávení volného času a rekreaci. (Bejdáková a kol., 2015, s. 105-106)

Další problém v méně rozvinutých venkovských regionech dle Jarábkové a Hamady (2012, s. 8) spočívá v absenci rozvinutých služeb cestovního ruchu, jako jsou ubytování, stravování, doprava, fungující informační centra, aj. Navíc neexistuje dostatečné množství kapitálu potřebného pro investice do rozvoje takových služeb.

Bejdáková a kol. (2015, s. 111) vidí řešení těchto problémů méně atraktivních regionů ve spolupráci, jelikož většina obcí v ČR je příliš malá (zhruba 90 % obcí ČR má méně než 1000 obyvatel) na to, aby poskytla návštěvníkům kvalitně všechny služby cestovního ruchu. Tato spolupráce má mnoho podob, může fungovat na základě spolupráce podnikatelů v regionu, nebo naopak na základě spolupráce obcí v regionu (dobrovolné svazky obcí). Dalším druhem spolupráce je kombinace soukromých podnikatelů a veřejné správy (Místní akční skupiny).

4 FINANCOVÁNÍ CESTOVNÍHO RUCHU Z VEŘEJNÝCH ZDROJŮ

Cestovní ruch je jedno z odvětví, které ve velké míře propojuje soukromý a veřejný sektor. Česká republika má zájem na rozvoji cestovního ruchu v zemi a proto je podporován z veřejných zdrojů (rozpočtů – státní rozpočet, územní rozpočty).

System organizace jakožto i financování cestovního ruchu v České republice je realizován na více úrovních – národní (státní), regionální a místní. Důležitou složkou je také financování z investičních a strukturálních fondů EU, které dokonce převyšuje ve využití finančních prostředků národní zdroje. Je také třeba podotknout, že vzájemná provázanost těchto úrovní ani systém financování cestovního ruchu na jednotlivých úrovních není upraven žádnou právní normou. (Palatková a Zichová, 2011, s. 180)

Všechny zmíněné úrovně financování cestovního ruchu budou blíže popsány v následujících podkapitolách.

4.1 Evropská unie

Rozvoj cestovního ruchu je jedním z cílů kohezní politiky Evropské unie neboli politiky hospodářské a sociální soudržnosti. Stěžejním nástrojem této politiky je poskytování finančních prostředků z investičních a strukturálních fondů EU (ESIF).

Mezi tyto fondy patří dle Tittelbachové (2011, s. 37-38):

- **Evropský fond pro regionální rozvoj (ERDF)** – z tohoto fondu jsou financovány všechny projekty zaměřené na socioekonomicky udržitelný rozvoj turismu. Mezi takové projekty lze řadit např. obnovu kulturního a přírodního dědictví, budování infrastruktury pro lepší dostupnost, rozvoj informačních technologií nebo podpora inovativních přístupů v řízení malých a středních podniků.
- **Evropský sociální fond (ESF)** – tento fond se v oblasti cestovního ruchu soustředí na odborné vzdělávání a rekvalifikaci.
- **Fond soudržnosti (FS)** – z tohoto fondu jsou financovány projekty na národní úrovni, hlavními oblastmi jsou dopravní infrastruktura a životní prostředí.
- **Evropský zemědělský fond pro rozvoj venkova (EAFRD)** – jak již název napovídá, tento fond podporuje projekty zaměřené na rozvoj venkova a venkovské turistiky.

- **Evropský námořní a rybářský fond (EFF)** – v souvislosti s cestovním ruchem můžeme zmínit podporu ekoturismu z tohoto fondu.

Finanční prostředky z ESIF jsou přerozdělovány na základě různých operačních programů. V rámci těchto operačních programů jsou vyhlašovány výzvy na podporované projekty. Tyto projekty se týkají všech možných oblastí včetně regionálního rozvoje a rozvoje cestovního ruchu. Zájemce o finanční podporu může podat na základě dané výzvy žádost o podporu. Možní žadatelé o podporu jsou vždy přímo určeni ve výzvě. Příjemci jsou pak ti, kteří při posouzení projektové žádosti byli schváleni pro čerpání dotace. Ve výzvě jsou vždy uvedena i kritéria pro hodnocení a výběr projektů.

Součástí projektu však není jen příprava a realizace projektu, ale rovněž udržitelnost projektu. To znamená, že je nutné po předem stanovenou dobu udržet výstupy projektu tzv. indikátory. (Ryglová, Burian a Vajčnerová, 2011, s. 176)

Udržitelný rozvoj je takový rozvoj, který zajistí potřeby současné generace, ale ne na úkor budoucích generací. Organizace cestovního ruchu UNWTO definovala udržitelnost v cestovním ruchu dle Ryglové, Buriana a Vajčnerové (2011, s. 145) následovně „Pravidla pro udržitelný cestovní ruch a jeho řídicí praktiky lze aplikovat na všechny formy cestovního ruchu ve všech typech destinací, a to včetně masového cestovního ruchu a různých specifických segmentů. Principy udržitelnosti se vztahují k environmentálním, ekonomickým a sociokulturním aspektům rozvoje cestovního ruchu a nezbytností je docílit vyváženého poměru všech tří dimenzí tak, aby bylo dosaženo dlouhodobého účinku.“

V rámci předchozího programovacího období 2007-2013 bylo z integrovaného operačního programu a regionálních operačních programů alokováno na rozvoj cestovního ruchu 1 204 145 300 EUR. Mimo to některé projekty podpory turismu byly financovány z jiných tematických operačních programů, které mají oblast turismu také v kompetenci. Z programu rozvoje venkova byla alokována částka 144 764 994 EUR a z operačního programu příhraniční spolupráce byla na cestovní ruch vymezena částka asi 190 mil. EUR. (Tittelbachová, 2011, s. 76)

4.2 Národní úroveň

Oblastí regionálního rozvoje a cestovního ruchu se zabývá v ČR ministerstvo pro místní rozvoj (MMR), které má na starost tvorbu strategických dokumentů cestovního ruchu, navrhuje zákony a vydává vyhlášky a má odpovědnost za propagaci České republiky a za

finanční zdroje poskytované cestovnímu ruchu z veřejných zdrojů. (Rygllová, Burian a Vajčnerová, 2011, s. 45) K tomu Palatková a Zichová (2011, s. 182) dodává, že přesahy do cestovního ruchu mají i ostatní ministerstva, jedná se zejména o ministerstvo dopravy, kultury či životního prostředí.

K propagaci a koordinaci cestovního ruchu v České republice zřídilo MMR v roce 1993 agenturu CzechTourism jako státní příspěvkovou organizaci. Mimo jiné aktivity tato agentura vymezila 17 turistických regionů a to právě pro potřeby propagace a regionální koordinace turismu v ČR. (CzechTourism, © 2005-2016) Rygllová, Burian a Vajčnerová (2011, s. 42) definují turistický region jako „území, kde cestovní ruch spojuje a sjednocuje jednotlivé typické prvky dané oblasti, ale zároveň je odlišuje od jiných regionů.“

Turistické regiony České republiky



Obrázek 1 Turistické regiony ČR (Mapa turistických regionů, © 2005-2016)

Agentura CzechTourism je členem několika mezinárodních organizací a je financována z příspěvků MMR. Objem finančních prostředků tvoří zhruba 300 mil. Kč ročně. (Palatková a Zichová, 2011, s. 183)

Obecně financování cestovního ruchu v ČR je zajišťováno státním rozpočtem, který je sestavován vládou a schvalován poslaneckou sněmovnou. Státní rozpočet je dle Pekové (2012, s. 125) definován jako soustava příjmů a výdajů státu a také je možné jej charakterizovat jako centralizovaný peněžní fond, který plní alokační, redistribuční a stabilizační funkci.

Do výdajů státního rozpočtu řadíme hlavně vládní nákupy, financování veřejnoprávních neziskových organizací, peněžní transfery pro obyvatelstvo a dotace.

Pro oblast cestovního ruchu jsou samozřejmě nejdůležitější poskytované dotace do rozpočtů územních samospráv a jiným subjektům. Tyto dotace dělíme podle jejich charakteru na běžné a kapitálové (investiční). Také rozdělujeme dotace na účelové a neúčelové. (Provažníková, 2015, s. 91)

Účelové dotace mají pevně stanovený účel, na který jsou tyto finanční prostředky určeny. Jsou zpravidla přísně zúčtovatelné a je kontrolováno, zda byly využity na daný účel. Přitom mohou být poskytovány jako podmíněné dotace (podmínka spolufinancování příjemce dotace) a nepodmíněné dotace (absolutní financování poskytovatelem dotace – neefektivní). (Peková, 2012, s. 130)

Neúčelové dotace se též nazývají globální nebo všeobecné a jejich principem je podle Pekové (2012, s. 129), že nejsou poskytovány na žádný konkrétní účel. Orgány územní samosprávy si samy rozhodují o využití finančních prostředků. Neúčelové dotace jsou vlastně nástrojem pro podporu decentralizace a zvyšování pravomocí územních samospráv. Nicméně i tady působí riziko, kdy finance nebudou použity správným způsobem, tj. nebudou odpovídat principu 3 E – efektivnosti, hospodárnosti a účelnosti. Neúčelové dotace jsou alokovány pomocí souboru ukazatelů neboli kritérií, nejčastěji se výše odráží od počtu obyvatel.

Největší složku příjmů státního rozpočtu tvoří daňové příjmy, řadíme mezi běžné příjmy, a které mají charakter pravidelně se opakujících příjmů. Další příjmy státního rozpočtu jsou běžné nedaňové příjmy např. poplatky za služby a příjmy z pronájmu státního majetku, dále máme skupinu kapitálových příjmů, kam řadíme např. příjmy z prodeje státního majetku nebo příjmy z investic. (Peková, 2012, s. 134)

4.3 Regionální a místní úroveň

Na regionální úrovni působí kraje, další složkou jsou turistické regiony a oblasti. Je třeba zdůraznit, že vymezení turistických regionů se liší od administrativního členění ČR tedy od krajů. Vyšší územně samosprávné celky – kraje jsou reprezentovány krajskými úřady a jejich činnost se řídí zákonem č. 129/2000 Sb., o krajích. Tento zákon přímo neukládá povinnost rozvíjet a financovat cestovní ruch v kraji, je tam však zakotvena povinnost pečovat o správu a rozvoj svého území. (Palatková a Zichová, 2011, s. 184)

Tittelbachová (2011, s. 59) uvádí, že kraje si samy vypracovávají strategické dokumenty rozvoje, mají za úkol řídit destinační management a marketing v kraji, koordinuje činnost informačních center a také shromažďují statistické údaje cestovního ruchu ve svém území. Kraje k tomu využívají vlastní finanční prostředky, ale také prostředky z Evropské unie, např. dotace z regionálního operačního programu.

Místní úroveň je dle Palatkové a Zichové (2011, s. 185) reprezentována obcemi a dobrovolnými sdruženími obcí. Obec se řídí zákonem č. 128/2000 Sb., o obcích, který stejně jako ten o krajích neukládá přímo povinnost zajišťovat rozvoj cestovního ruchu v obci. Podpora turismu závisí tedy na přístupu každé obce.

Obce v rámci své samostatné působnosti například zřizují turistické informační centra, menší obce se sdružují do dobrovolných svazků obcí či do místních akčních skupin a společně pak pracují na rozvoji území a podpory cestovního ruchu v území. (Ryglová, Burian a Vajčnerová, 2011, s. 47)

Nejdůležitějším nástrojem pro zajištění financování územních samospráv jsou územní rozpočty, kam řadíme rozpočty krajů, obcí, dobrovolných svazků obcí a regionálních rad regionů soudržnosti. Speciální postavení z pohledu územních rozpočtů má hlavní město Praha, neboť je současně městem, krajem a regionem soudržnosti. Do územních rozpočtů řadíme i rozpočty příspěvkových organizací zřizovaných obcí nebo krajem. (Provazníková, 2015, s. 69)

Dle Provazníkové (2015, s. 70-72) je návrh územního rozpočtu vytvářen výkonnými orgány obce (finanční výbor, rada obce) a poté schvalován zastupitelstvem obce. Pro rozpočet platí tři pravidla, a sice že schválený rozpočet musí být reálný, pravdivý a úplný. Výkonný orgán má také na starosti průběžnou a závěrečnou kontrolu plnění rozpočtu, kde využije tyto zásady. Jejich povinností je také sestavení závěrečného účtu, jež nabízí celkové zhodnocení rozpočtu a jeho porovnání s účetní skutečností. Závěrečný účet je opět projednáván a schvalován zastupitelstvem obce.

To, že si územní samosprávy hospodaří samy se svým majetkem podle územního rozpočtu, ukazuje jistou míru samostatnosti a odpovědnosti za svá rozhodnutí. Nutno však podotknout, že funguje princip solidarity při přerozdělování finančních prostředků tzv. distribuční spravedlnost mezi státem a územní samosprávou tak, aby nedocházelo k velkým lokálním a regionálním rozdílům. (Peková, 2012, s. 138)

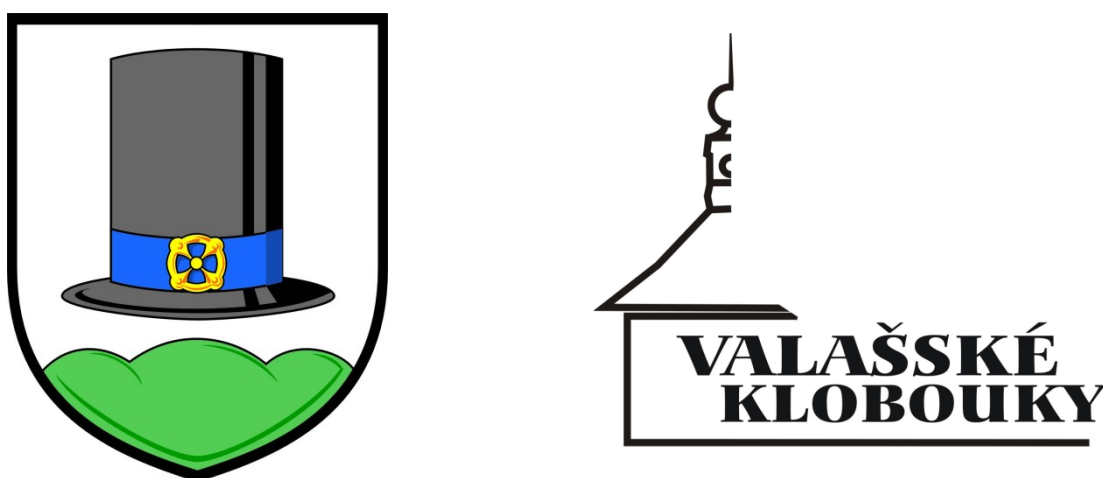
Provazníková (2015, s. 67) rozděluje strukturu územních rozpočtů na běžný a kapitálový rozpočet. Běžný nebo také provozní rozpočet se skládá z příjmů a výdajů, které se zpravidla každoročně opakují. Mezi takové výdaje patří: výdaje na všeobecné služby (veřejná správa), veřejný pořádek (policie, hasiči, aj.), komunální služby, výdaje na vzdělání, podnikání, placené úroky atd. Největší složkou příjmů jsou stejně jako u státního rozpočtu daňové příjmy a také přijaté transfery (ze státního rozpočtu, ze státních fondů, aj.)

Kapitálový rozpočet se vztahuje k investiční činnosti územních samospráv obcí a krajů a patří sem výdaje na investice, na nákup akcií, na krytí deficitu běžného rozpočtu, apod. Z příjmů to jsou například příjmy z emise vlastních obligací, přebytek běžného rozpočtu, prodej majetku, atd. (Provazníková, 2015, s. 68)

II. PRAKTICKÁ ČÁST

5 SOCIOEKONOMICKÁ ANALÝZA MĚSTA VALAŠSKÉ KLOBOUKY

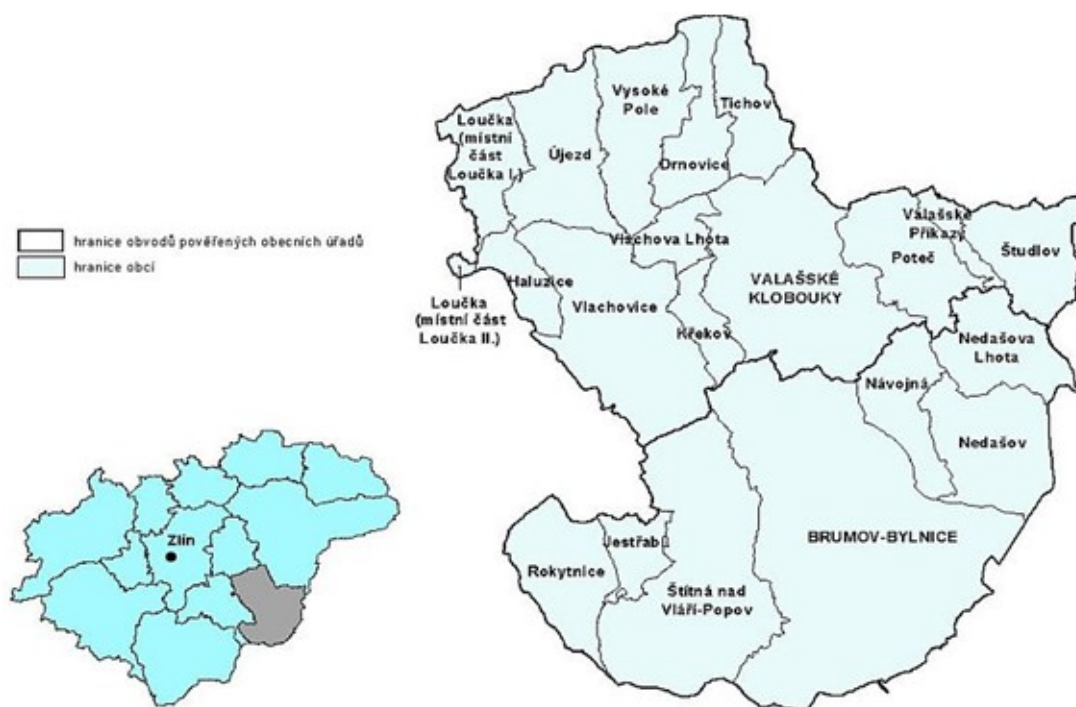
Město Valašské Klobouky se rozléhá na Valašsku v jihovýchodní části Zlínského kraje asi 10 km od státní hranice se Slovenskou republikou a je součástí chráněné krajinné oblasti Bílé Karpaty. Rozloha území města je 1 441 ha a počet obyvatel se pohybuje kolem 5000 obyvatel. Z toho největší podíl tvoří Valašské Klobouky, kromě nich pod správu města patří ještě i místní části a to Lipina, Mirošov a Smolina. (O městě Valašské Klobouky, © 2010-2017)



Obrázek 2 Znak a logo města Valašské Klobouky (Valašské Klobouky, ©2010 – 2017)

Valašské Klobouky jsou součástí sdružení obcí mikroregionu Jižní Valašsko a také místní akční skupiny Ploština. V obou případech jsou Valašské Klobouky přirozeným spádovým a administrativním centrem. Ve městě najdeme celou řadu úřadů: finanční úřad, katastrální úřad, úřad práce, česká správa sociálního zabezpečení. Kromě úřadů ale tuto spádovost podporuje i rozsáhlá síť škol, sportovních a kulturních institucí, zdravotních zařízení či obchodů. (O městě Valašské Klobouky, © 2010–2017)

Od roku 2003 dle Českého statistického úřadu (© 2017) je město Valašské Klobouky obcí s rozšířenou působností. Do jeho správního obvodu spadá 20 obcí. Dvě z nich mají status města, kromě Valašských Klobouk ještě město Brumov – Bylnice.



Obrázek 3 Administrativní mapa správního obvodu Valašské Klobouky (Český statistický úřad, © 2017)

5.1 Historie

První písemná zmínka o městě pod názvem Klobúk (v latinském tvaru Clobuk) pochází z roku 1341. Město bylo součástí brumovského panství a působilo tady jako hospodářské centrum. (O městě Valašské Klobouky, © 2010–2017)

Další vývoj města byl narušen válečnými konflikty 17. a 18. století. V té době probíhala třicetiletá válka a Klobouky se potýkaly s nájezdy uherských a tatarských vojsk. I přes tyto nepokoje bylo město významným střediskem soukenického řemesla zaměřeným hlavně na vývoz zboží v Uhrách nebo dokonce i na Balkáně. Z těchto dob se však toho mnoho nezachovalo, jelikož město bylo z velké části zničeno rozsáhlým požárem v roce 1896. Soukenické řemeslo v Kloboukách téměř zaniklo s koncem druhé světové války.

Od roku 1848 byly Klobouky také okresním městem jižního Valašska. Statut okresu jim byl sebrán až v roce 1960, kdy při reformě veřejné správy byly Klobouky začleněny do okresu Gottwaldov (dnešní Zlín). (Profil města Valašské Klobouky, © 2014, s. 4)

Na stránkách města Valašské Klobouky (© 2010–2017) je možné najít, jaké historické názvy neslo město v průběhu svého vývoje: nejprve Clobuk, dále pak Klobúk, Klobúky, Klobouky a od 80. let 19. století město nese současný název Valašské Klobouky.

5.2 Přírodní podmínky

Jak již bylo řečeno, území Valašských Klobouk se nachází v západní části CHKO Bílé Karpaty. Tato CHKO byla zřízena v roce 1980 a od roku 1996 je také biosférickou rezervací UNESCO. Největší význam rezervace je výskyt vzácných orchidejových druhů rostlin. Klimaticky patří město do mírně teplé a mírně vlhké oblasti a nadmořská výška Valašských Klobouk činí 405 m. n. m. (Jižní Valašsko, © 2017)

Na území Valašských Klobouk se netěží žádné nerostné suroviny. Město však vlastní lesy (550 ha), které jsou spravovány společností Městské lesy Valašské Klobouky.

Vodstvo na území města náleží do správy povodí řeky Moravy. Hlavní hydrografickou osu tvoří řeka Brumovka (Kloboucký potok), která je levostranným přítokem řeky Vlárky. Brumovka protéká celým městem z většinové části upraveným korytem. Ve městě jsou vybudovány také tři menší vodní nádrže, jež jsou využívány k chovu ryb. V místních částech Lipina, Smolina a Mirošov protéká říčka Smolinka. (Profil města Valašské Klobouky, © 2014, s. 8-9)

5.3 Obyvatelstvo

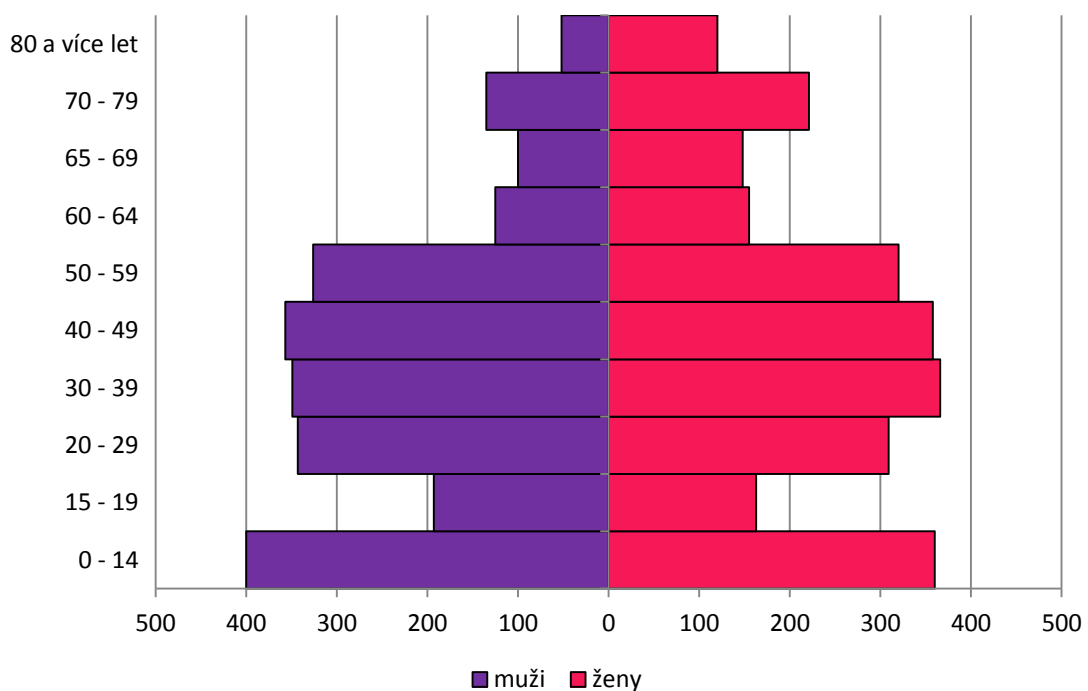
Ve městě Valašské Klobouky žije 4 995 obyvatel (k 1. 1. 2016). Celkový počet obyvatel má od roku 1991 výrazně klesající tendence. V roce 1991 byl počet obyvatel ve městě 5 825, současný počet obyvatel je o více než 800 obyvatel nižší (bazický index = 85,75 %). Tento pokles ve Valašských Kloboukách potvrzuje současný trend migrace z venkovských oblastí do městských regionů.

Tabulka 1 Vývoj demografických údajů ve Valašských Kloboukách v letech 1991-2015 (Český statistický úřad, ©2017)

VALAŠSKÉ KLOBOUKY	1991	2001	2011	2015
Počet obyvatel celkem	↑ 5825	↓ 5185	↓ 5042	↓ 4995
přírozený přírůstek	↑ 52	→ 14	↓ -3	↓ -7
migrační přírůstek	x	↑ 31	↓ -30	↓ -17
celkový přírůstek	↑ 52	↓ -17	↓ -33	↓ -24

Tabulka 1 ukazuje nejen vývoj celkového počtu obyvatel, ale také vývoj přirozeného a migračního přírůstku v letech 1991 – 2015 ve Valašských Kloboukách. Největší přirozený přírůstek byl v 90. letech, v současnosti je přirozený přírůstek v záporných číslech. Stejně tak migrační přírůstek byl v roce 2001 sice kladný, ale od té doby klesá. Celkový přírůstek se od roku 2011 o něco zvedl z -33 (2011) na -24 (2015).

Graf 1 zobrazuje věkovou strukturu obyvatelstva dle pohlaví ve Valašských Kloboukách. Co se týká zastoupení pohlaví, tak můžeme říct, že je vyrovnané, mírně převažují ženy s 51,4 %. Nejvíce zastoupené kategorie v počtu obyvatel jsou věkové kategorie 0-14 let a silně zastoupené jsou kategorie ekonomicky aktivního obyvatelstva ve věku 20-59 let. Ve vyšších věkových kategoriích počet obyvatel klesá, zejména v kategorii 80 a více let, což je logické, přihlédneme-li v naději na dožití.



Graf 1 Věková struktura obyvatelstva ve Valašských Kloboukách (SLBD 2011, © 2009-2011)

Podle SLBD 2011 (© 2009-2011) žije na území Valašských Klobouk pouze jedna národnostní menšina – slovenská (36 obyvatel). Také je ve městě vysoké zastoupení věřících s porovnáním s celou Českou republikou. Většina věřících se hlásí k římskokatolické církvi.

5.4 Dopravní infrastruktura

Ve městě existuje silniční i železniční doprava. Nejdůležitějším silničním dopravním spojením je silnice I. třídy I/57 vedoucí z Brumova-Bylnice do Vsetína. Tato silnice tvoří klíčovou dopravní linku ve spojení východní Moravy a Slovenska. Městem vede několik silnic II. a III. třídy, ty však mají pouze místní význam pro spojení s hlavní dopravní linkou a pro dopravní spojení s okolními obcemi.

Město leží mimo rychlostní a dálniční síť. Nedostatečné napojení na tyto komunikace je pro město problém, především pokud se jedná o dopravní spojení k okresnímu a krajskému městu Zlín. (Jižní Valašsko, © 2017)

Obrázek níže zobrazuje mapu Valašských Klobouk a okolí vzhledem k intenzitě dopravní sítě. Tyto data pochází z posledního sčítání dopravy v roce 2010 a ukazují, že Valašskými Klobouky vede silnice s intenzitou dopravy 3001 – 5000 vozidel za den (24 hodin).



Obrázek 4 Intenzita dopravy ve Valašských Kloboukách (Sčítání dopravy, © 2017)

Autobusovou dopravu ve městě zajišťuje ČSAD Vsetín a.s. Autobusové linky spojují Valašské Klobouky s okolními vesnicemi i s městskými centry, hlavně se jedná o Luhačovice, Zlín, Uherské Hradiště, Vsetín, Ostravu a Brno. V centru města je umístěno autobusové nádraží. Autobusová doprava zajišťuje dojíždění za prací a za vzděláním. Dopravní obslužnost v pracovních dnech je považována za dobrou. Hromadná autobusová doprava je

však značně omezována o víkendech, státních svátcích a také v pozdních odpoledních a večerních hodinách je silně nedostačující. (Profil města Valašské Klobouky, © 2014)

Jak již bylo řečeno, ve městě se vyskytuje i železniční doprava zaštiťována Českými drahmi a.s. (© 2009). Valašskými Klobouky vede železniční síť č. 283, která spojuje Horní Lideč a Brumov-Bylnici. Tato trať navazuje na rychlíkové tratě č. 280 vedoucí linkou Horní Lideč – Vsetín – Hranice na Moravě – Ostrava – Přerov – Praha a č. 340 vedoucí přes Uherské Hradiště – Brno – Vlárský Průsmyk.

5.5 Ekonomické prostředí

Valašské Klobouky jsou typické malé venkovské město, pro které je charakteristický výskyt spíše malých podniků a samostatných živnostníků. Podle databáze ARES (© 2017) se ve městě nachází 309 živnostníků a 23 zemědělských podnikatelů.

Nejvýznamnějšími zaměstnavateli ve Valašských Kloboukách jsou firma Groz Beckert, pekárna Švach a chemické výrobní družstvo Důbrava.

Největší z těchto zaměstnavatelů je německá firma Groz Beckert, která vyrábí jehly. Firma působí po celé Evropě a také v USA a Japonsku. Ve Valašských Kloboukách zaměstnává až 700 lidí.

Další důležitý zaměstnavatel je chemické výrobní družstvo Důbrava, které zaměstnává kolem 100 lidí. Skoro polovina zaměstnanců jsou lidé s ZPS. (Profil města Valašské Klobouky, ©2014)

Podle posledního SLDB 2011 (© 2009-2011) ve Valašských Kloboukách žije 2 329 ekonomicky aktivních obyvatel z celkového počtu 5 042 obyvatel, z toho většina (1 270) jsou muži. Co se týká nezaměstnanosti, ta v současné době klesá, v roce 2011 se nezaměstnanost blížila ke 12 %, dnes je to 8,5 %. Mnoho obyvatel Valašských Klobouk dojíždí za prací do větších měst (hlavně Zlín, Vsetín). Za prací dojíždí celkem 1 039 lidí, což je 44,6 % a většina dojíždí v rámci zlínského okresu, někteří ale i do jiných okresů, krajů ČR či do zahraničí.

Podle odvětví jsou ve Valašských Kloboukách nejvíce zastoupeny oblasti maloobchodu a velkoobchodu, stavebnictví a dalších průmyslových činností. Za významné z hlediska zastoupení lze považovat také zemědělství nebo stravovací a ubytovací služby. (Český statistický úřad, © 2017)

5.6 Občanské vybavení

Ve Valašských Kloboukách je jedna mateřská škola a jedna základní škola s 31 třídami. Ve městě je zřízena také základní umělecká škola a v místní části Smolina funguje Dětský domov, Základní a Praktická škola. Také se ve městě nachází několik středních škol, gymnázium spojené s obchodní akademií a střední odborné učiliště. (Rejstřík škol, © 2013-2017) Informační portál Jižního Valašska (© 2017) zmiňuje, že ve městě existuje rovněž rozsáhlá nabídka kurzů, například kulturní dům Klobučan nabízí jazykové kurzy, tělovýchovná jednota Sokol sportovní kurzy, Český svaz ochránců přírody Kosenka zase kurzy starých řemesel, aj.

Pokud jde o zdravotní péči, ve Valašských Kloboukách se vyskytuje poliklinika (Valašskokloboucká poliklinika). V rámci polikliniky působí praktický lékař pro dospělé i praktický lékař pro děti a také celá řada odborných lékařů (gynekologie, stomatologie, chirurgie, oční, kožní, ortopedická ambulance, atd.). V areálu polikliniky se nachází lékárna a kancelář Všeobecné zdravotní pojišťovny.

Ve městě neexistuje nemocnice s lůžkovým oddělením, nejbližší nemocnice jsou ve Slavičíně (interní oddělení) a ve Zlíně. (Profil města Valašské Klobouky, © 2014, s. 31)

Město však nezapomíná ani na sociální péči, funguje zde dům pro seniory s pečovatelskou službou a také zde působí Charita Valašské Klobouky. Z další občanské vybavenosti můžeme zmínit stadion, sportovní halu, sportovní hřiště, kino, pobočky bank, zástup obchodů a restaurací. (O městě Valašské Klobouky, ©2010–2017)

Můžeme ještě dodat, že pod správu města Valašské Klobouky patří 39 bytů z celkového počtu 1949 bytů v katastrálním území města. Ve vytvořeném územním plánu se chystá výstavba nových bytových jednotek, jelikož bytová situace ve Valašských Kloboukách je dostatečná, město registruje přes 100 žádostí o byty. (Profil města Valašské Klobouky, © 2014, s. 30)

6 CESTOVNÍ RUCH VE VALAŠSKÝCH KLOBOUKÁCH

Město Valašské Klobouky (© 2010–2017) se pyšní krásnou přírodou a řadou kulturních památek a historických budov, žádná z nich nemá ale výrazný vliv na cestovní ruch ve městě, všechny jsou spíše regionálního významu. Největším lákadlem pro turisty je nabídka pěší turistiky a cykloturistiky v malebné valašské krajině.

Správu cestovního ruchu pro město zajišťuje Městské informační centrum, jež na svých webových stránkách podává informace o místech, které stojí za navštívení jak přímo ve Valašských Kloboukách tak i v jejich okolí. Infocentrum poskytuje také přehled o všech kulturních, sportovních a jiných akcích, které se ve městě pořádají. (Infocentrum Valašské Klobouky, © 2017)

6.1 Přírodní a kulturní památky

V rámci CHKO Bílé Karpaty se na katastrálním území města Valašské Klobouky dle Jižního Valašska (© 2017) nachází dvě přírodní rezervace Bílé Potoky a Javorůvky a také přírodní památka Dobšená.

Přírodní rezervace Bílé Potoky a Javorůvky jsou dochované původní bílokarpatské louky s vápenatými pramennými vývěry. Tato území patří mezi nejcennější části chráněné přírody v severní části Bílých Karpat. Každoročně se louky ručně kosí. Tradiční ruční kosení těchto přírodních lokalit má na starosti místní svaz ochránců přírody Kosenka (© 2013).

Kolem města vede i naučná stezka Královec. Trasa je dlouhá 7 km a v průběhu trasy se nachází 12 naučných informačních tabulí o přírodě Bílých Karpat, o vzácných rostlinách a živočiších, kteří se v chráněném území nachází, ale také o lidových tradicích a zvycích z Valašských Klobouk i okolí. Stezka vede až k rozhledně na vrcholu Královec (655 m. n. m.). Dřevěná rozhledna je vysoká 22 m a je celoročně přístupná. (Co navštívit, © 2017)

Kromě krásné přírody má město i několik kulturních atraktivit. Památková zóna historického jádra města byla vyhlášena podle údajů z Infocentra Valašské Klobouky (© 2017) v roce 1995. Ve Valašských Kloboukách funguje Městské muzeum, které má dvě sídla. Jedno z nich je v budově Staré radnice, kde je stálá expozice Pravěk jižního Valašska a navíc přímo před budovou radnice stojí historický pranýř z 16. století, jeden z nejstarších dochovaných v České republice. Druhá část muzea je v tzv. Červeném domě, kde se na-

cháží sbírka historických předmětů vztahující se k místním tradicím (např. k dlouhé tradici v soukenickém řemeslu).

Ve městě se dochovalo několik dřevěnic a starých roubených domů, které jsou ukázkou historické architektury města. Dnes domy slouží především k zachování a rozvíjení lidových tradic. Příkladem může být jeden z nejstarších dochovaných domů ve městě č. p. 105, který dnes slouží jako knihkupectví a galerie a za tímto domem je umístěna také památkově chráněná historická studna.

V Kloboukách se nachází také budova Kulturního domu Klobučan. KD Klobučan byl postaven v 80. letech 20. století, takže se dá říct, že jde o relativně moderní stavbu. Má dva sály, ve kterých se konají nejružnější kulturní akce (koncerty, plesy, diskotéky, tradiční zábavy, divadlo, apod.). Kulturní akce se kromě budovy kulturního domu pořádají také v prostorách TJ Sokol. (Profil města Valašské Klobouky, © 2014, s. 33)

Valašské Klobouky po dobu celého roku žijí poměrně bohatým kulturním životem. Kulturní bohatství je možné shledat v lidové hudbě a lidových tradicích Jižního Valašska. Ve městě se každoročně koná hudební festival s názvem Setkání muzikantů v Bílých Karpatech, nejnavštěvovanější a nejproslavenější akcí je však Valašský mikulášský jarmek. V rámci programu valašského jarmeku (O jarmeku, © 2008) se návštěvníci mohou setkat s řemeslnými trhy s širokou nabídkou regionálních produktů, s ukázkou lidových řemesel a tradic, s ochutnávkou místních gastronomických pochoutek. Na jarmeku vystupují folklorní soubory a městem se pohybují mikulášské průvody z okolních obcí. V minulém roce se konal jubilejní již 25. ročník mikulášského jarmeku ve Valašských Kloboukách.

Ve městě navíc existují 3 folklorní soubory: soubor Dúbrava, cimbalová muzika Vincúch a dechová hudba Valašska. Valašska za svou padesátiletou hudební dráhu a za reprezentaci zdejší lidové hudby získala v letošním roce cenu města Valašské Klobouky, která je každoročně vyhlášována na Plese města. (Zpravodajství, © 2007-2015)

6.1.1 Další turistické atraktivity

Jak již bylo výše řečeno, cestovní ruch ve Valašských Kloboukách láká především k pěší turistice a cykloturistice. Tedy spíše než na kulturní památky je město zaměřeno na sportovní vyžití. Ve městě se nachází letní koupaliště a okolo města prochází hned 3 cyklotrasy, žádná z nich ale neprochází přímo městem, na rozdíl například od nedalekého města Slavičín, kde je možné využít 9 cyklotras. (Profil města Valašské Klobouky, © 2014, s. 35)

Avšak v roce 2015 byl ve Valašských Kloboukách slavnostně otevřen úsek cyklostezky Bečva-Vlára-Váh. Vybudování této cyklostezky je společným projektem mikroregionů Hornolidečsko, Jižní Valašsko a slovenských partnerů pro programovací období 2014-2020. Cyklostezka má být dlouhá 50 km a má vést ze Vsetína až na Slovensko do Považské Bystrice. (Bečva-Vlára-Váh, © 2013)



Obrázek 4 Mapa cyklostezky Bečva-Vlára-Váh (© 2013)

Vyjma letní turistiky a rekreace jsou v zimě k dispozici 2 lyžařské vleky a také běžkařské trasy okolo města pro milovníky zimních sportů.

Nutno podotknout, že i okolí města má co nabídnout. Z množství přírodních a kulturních zajímavostí můžeme stručně jmenovat:

- Památník Ploština – památník vznikl v roce 1975 na počest obětí 2. světové války, dříve zde stála osada, která byla v dubnu 1945 vypálena Němci.
- Agroturistické Envicentrum ve Vysokém Poli – jde o vzdělávací centrum pro děti i dospělé. Centrum nabízí možnost zkusit si život dřívějších hospodářů, např. krmení mnoha hospodářských zvířat.
- Pivečkův lesopark ve Slavičíně – byl založen v roce 1936 rodinou Pivečkových hlavně pro zaměstnance jejich obuvnického podniku jako místo odpočinku. Lesopark je unikátní především množstvím dřevěných ručně vyřezávaných soch.
- Čertovy skály v Lidečku či Pulčinské skály ve Francově Lhotě.

- Hrad Brumov – byl založen v 13. století jako zemská pevnost, která má za úkol střežit cestu Vlárským průsmykem do Uher. Hrad nabízí historickou expozici a často se zde pořádají nejrůznější akce (divadelní představení, koncerty, atd.).
- Mechanický Betlém v Horní Lidči – betlém nabízí dřevorezbařskou expozici nejzajímavějších míst Zlínského a Trenčínského kraje – sv. Hostýn, Radhošť, Trenčínský hrad a další. V betlémě se nachází také 75 mechanicky se pohybujících figur znázorňující stará řemesla a zvyky.

(Co navštívit, © 2017)

6.2 Ubytovací a stravovací služby

Pokud jde o ubytovací služby ve Valašských Kloboukách, jejich nabídka je poměrně rozsáhlá. Město má 3 hotely, nejvíce jsou ale zastoupeny penziony, turistické chaty a chalupy. Problémem tedy není nedostatek ubytovacích zařízení či jejich nedostatečná kapacita, ale špatná kvalita ubytování, zejména z hlediska špatné vybavenosti a nabídky služeb.

Výhodou ubytování ve městě je pro návštěvníky bezesporu nízká cena. Podle ubytování Jižního Valaška (© 2017) můžeme srovnat, že ceny ubytování se pohybují kolem 200-400 Kč/osobu za noc. Nejdražší ubytování je v hotelu Jelenovská (570 Kč/osoba za noc). Dá se říct, že typově jsou ubytovací zařízení ve městě zaměřeny spíše na krátkodobou turistiku a na rodiny s dětmi.

Tabulka 2 Možnosti a kapacity ubytování ve Valašských Kloboukách (Ubytování - Východní Morava, © 2000-2017)

Ubytování	Třída	Kapacita - počet lůžek
Horský hotel Jelenovská	***	150
Hotel Alfacentrum	***	35
Hotel u nádraží	*	19
Chalupa Pod hájem		4
Koliba	*	16
Lyžařská chata		31
Rekreační středisko Královec	*	92
Penzion na Sychrově	*	11
Ubytování U Františka		19

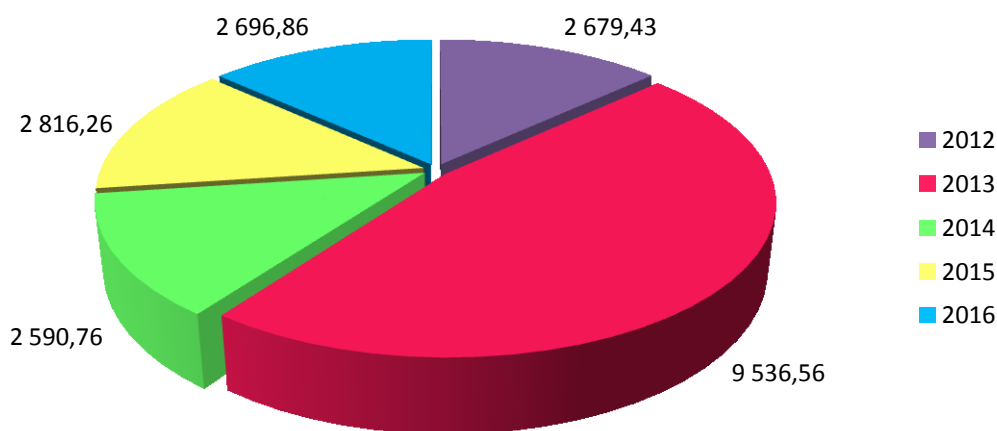
Kromě ubytování je nabídka cestovního ruchu posuzována i z pohledu stravovacích možností. Ve Valašských Kloboukách je několik restaurací: pizzerie a bar Anděl, restaurace Alfacentrum, restaurace Beseda, restaurace Pod Borošínem či motorest Šafrán. (Služby, © 2017) Dále město může nabídnout posezení ve vinárně u Hebleinů nebo ve vinných sklepech u Františka.

Vzhledem k současnému trendu a rozvoji gastroturistiky a kulinářského cestovního ruchu, je za nedostatek z hlediska stravovacích zařízení možné považovat neexistenci restaurace s nabídkou regionální kuchyně a místních produktů ve městě ani v blízkém okolí.

6.3 Financování cestovního ruchu ve Valašských Kloboukách

Ve Valašských Kloboukách bylo v minulých letech realizováno a do budoucna je i plánovaná realizace mnoha projektů pro rozvoj cestovního ruchu ve městě. Část výdajů na tyto projekty je financována z rozpočtu města, další část z investičních dotací v rámci různých dotačních titulů, například ze státního rozpočtu, státního fondu, regionálních rad či rozpočtu kraje.

Výšečový graf 2 zobrazuje celkové výdaje (finanční prostředky), které šly z rozpočtu města na podporu oblasti kultury a cestovního ruchu za posledních 5 let. Celková částka těchto výdajů je v jednotlivých letech relativně stálá a pohybuje se kolem 2 600 tis. Kč. Výjimku představuje rok 2013, kdy tato částka byla výrazně vyšší a to z toho důvodu, že v roce 2013 započal rozsáhlý projekt výstavby valašskoklobouckého úseku cyklostezky Bečva-Vlára-Váh.



Graf 2 Výdaje na kulturu a CR v tis. Kč ve Valašských Kloboukách za posledních 5 let (Monitor, © 2017)

Tabulka níže pak představuje přehled podporovaných projektů souvisejících s cestovním ruchem uskutečněných ve Valašských Kloboukách v posledních letech. V přehledu můžete vidět celkové hodnoty výdajů i celkové výše dotací a také zdroje neboli poskytovatele dotací. Největším projektem i z finančního hlediska je výstavba cyklostezky Bečva-Vlára-Váh, která byla financována z operačního programu příhraniční spolupráce ČR a SR. V rámci tohoto operačního programu bylo realizováno více projektů, jedním z nich je projekt „Kniha spája“. Cílem daného projektu (Projekty a investiční akce, ©2010–2017) bylo odstranění jazykové bariéry mezi partnerskými městy a mimo jiné bylo výsledkem projektu vydání československého turistického průvodce partnerských regionů.

Tabulka 3 Přehled investičních projektů cestovního ruchu ve Valašských Kloboukách 2013-2016 (Město Valašské Klobouky, ©2010–2017)

Projekt	rok realizace	celkové náklady (Kč)	výše dotace (Kč)	zdroj dotace
Cyklostezka Bečva - Vlára-Váh	2013-2014	4 255 038	3 643 758	OP ČR - SR
Digitalizace kina Svět	2014	2 583 075	500 000	Státní fond kinematografie
Projekt Kniha spája	2014	141 286	126 895	OP ČR - SR
Projekt Cyklostezka tam to žije	2015	374 531	187 265	MMR ČR
Rekonstrukce památkového kříže	2015	69 600	62 000	MK ČR
Oprava střechy historického domu	2016	703 776	547 310	Zlínský kraj, MK ČR
Rekonstrukce Červeného domu	2016	239 684	120 000	MK ČR

Z tabulky je zřejmé, že častými poskytovateli dotace jsou i ministerstvo kultury a ministerstvo pro místní rozvoj. MMR například spolufinancovalo projekt „Cyklostezka tam to žije“, jehož cílem bylo vybudovat okolí cyklostezky a udělat tak prostředí atraktivnější pro turisty. Například byla vybudována odpočívadla s místem pro posezení a pikniky. (Projekty a investiční akce, © 2010–2017)

Na základě strategického plánu (© 2014, s. 22-24) města Valašské Klobouky je snaha o intenzivní podporu turistického ruchu ve městě a spolupráci při budování turistické infrastruktury v průběhu celého roku. Město si ve strategickém plánu vytyčilo například tyto orientační náklady na vybraná průběžná opatření:

- Podpora tradičních akcí ve městě 200 000 Kč

- Podpora místních trhů 30 000 Kč
- Pravidelné vydávání propagačních materiálů pro turisty 50 000 Kč
- Posilování činnosti Městského informačního centra 50 000 Kč.

6.4 Predikce vývoje cestovního ruchu do budoucna

Rozvoj cestovního ruchu ve Valašských Kloboukách má stoupající tendenci, město i přílehlý region navštíví každoročně více turistů. Za loňský rok navštívilo Informační centrum 9 947 návštěvníků (viz tabulka 4). Od druhého čtvrtletí 2016 vede město odděleně turisty od běžných návštěvníků, kteří si přijdou koupit např. lístek na koncert, ples, do kina apod. Z celkového počtu 7 896 návštěvníků informačního centra za poslední 3 čtvrtletí bylo 3 086 turistů.

Turisté se zajímají nejvíce o přírodu a o zachované kulturní dědictví tj. řemesla, folklor. Počet návštěvníků roste i s tvorbou nových jednorázových akcí. Příkladem může být Kloboucké kulturní léto, jehož součástí jsou výstavy, koncerty, divadelní a jiná představení pořádaná po čas letních prázdnin.

Tabulka 4 Predikce vybraných ukazatelů pro město Valašské Klobouky (Vlastní zpracování dle dat poskytnutých IC Valašské Klobouky)

rok	Podíl subjektů ve službách CR (ubytování, stravování, obchod,...) v %	Návštěvnost IC Valašské Klobouky
2001	22,9	x
2002	22,9	x
2003	22,1	x
2004	21,4	x
2005	21,8	x
2006	21,7	x
2007	21,7	x
2008	21,5	x
2009	23,3	x
2010	22,6	9 925
2011	22,2	9 912
2012	21,8	9 878
2013	20,0	9 918
2014	20,3	9 961
2015	21,0	9 930

2016	21,1	9 947
2017	20,81	9 944
2018	20,69	9 948
2019	20,58	9 952
2020	20,46	9 956

Výše uvedená tabulka 4 ukazuje, že počet návštěvníků města v posledních 6 letech mírně stoupal a i nadále se předpokládá jeho růst. Na druhou stranu podíl subjektů ve službách cestovního ruchu je kolísavý a do budoucna má spíše klesající tendence. To může být způsobeno řadou ovlivňujících faktorů například nedostatečným zapojením podnikatelských subjektů do aktivit cestovního ruchu, odchodem mladých lidí a podnikatelů z malého města a především nedostatkem finančních prostředků.

Celkově má cestovní ruch ve Valašských Kloboukách jen velmi mírně rostoucí charakter ve srovnání s expandujícími sousedními regiony, které měli větší možnost čerpat finanční podporu ze strukturálních fondů Evropské unie jako prioritní oblasti ČR (jedná se hlavně o Rožnovsko a Luhačovicko).

Město se snaží na současnou situaci reagovat a snaží se podporovat podnikatelské subjekty ve městě i cestovní ruch obecně. Snaží se propagovat celý region, nejen město, např. podporuje a propaguje agroturistické EnviCentrum ve Vysokém Polí, hrad v Brumově – Bylnici nebo Betlém v Horní Lidči.

7 SWOT ANALÝZA

Na základě podkladů Strategického plánu města (© 2014, s. 22), rozhovoru se starostkou města Mgr. Eliškou Olšákovou a dalších získaných poznatků (především z turistického informačního centra Valašských Klobouk a z centrály cestovního ruchu Východní Moravy) byla zpracována SWOT analýza pro cestovní ruch ve Valašských Kloboukách. SWOT analýza je metoda, jejíž pomocí jsou identifikovány vnitřní atributy prostředí, tedy silné a slabé stránky města, a ty jsou pak porovnávány s vnějšími vlivy prostředí, tj. příležitostmi a hrozbami působícími na rozvoj města. SWOT analýza slouží jako podklad pro tvorbu návrhu strategie cestovního ruchu ve městě Valašské Klobouky.

SILNÉ STRÁNKY (Strengths)

- Valašské tradice a folklor
- Aktivní společenský a kulturní život – tradiční akce
- Aktivní činnost spolků a neziskových organizací
- Spádové a administrativní centrum v regionu
- Spolupráce města v rámci sdružení obcí Jižního Valašska a MAS Ploština

Za silných stránek Valašských Klobouk z hlediska cestovního ruchu je za nejvýznamnější považováno udržování valašských tradic a folkloru a také bohatý kulturní život. Ve městě působí několik folklorních souborů a také kroužků tradičních řemesel, které zachovávají valašské tradice. Jako jeden z příkladů je možné uvést národopisným soubor Klobučan skládající se z tanečnicků a cimbálové muziky, navíc v rámci tohoto souboru působí i dětský soubor Klobučánek. Tradice se tedy předávají z generace na generaci a dá se předpokládat, že se budou dále uchovávat, což souvisí i s pořádáním tradičních akcí (př. Valašský Mikulášský jarmek), které lákají turisty podle návštěvnosti nejvíce.

Díky turistické atraktivitě těchto akcí a povaze občanů, kteří se aktivně podílí na kulturním životě ve městě, se předpokládá, že pořádání těchto akcí bude zachováno i přes některé nepříznivé vlivy ve společnosti. Další silnou stránkou pro možný rozvoj Valašských Klobouk je bezesporu jejich přirozená spádovost v regionu a jejich aktivní zapojení a iniciativa na projektech v rámci spolupráce s okolními obcemi.

SLABÉ STRÁNKY (Weaknesses)

- Příhraniční oblast
- Nízké zapojení podnikatelských subjektů do cestovního ruchu

- Nedostatek sportovních a kulturních zařízení pro volnočasové aktivity
- Nízká kvalita ubytovacích zařízení
- Odlišné priority rozvoje města ze strany místní samosprávy a správy CHKO
- Nedostatečné napojení na rychlostní a dálniční síť – špatná dostupnost
- Slabá propagace města i celého regionu Jižní Valašsko

I když není pochyb o krásné přírodě Valašských Klobouk, město nemá žádnou turisticky významnou přírodní ani kulturní památku, tudíž město se stává pouze cílem výletů lidí z okolí nebo místem pro jednodenní přenocování, což souvisí i s celkově špatnou nabídkou ubytovacích zařízení zejména z hlediska nízké kvality vybavení a poskytovaných služeb. Další slabou stránkou města je jeho poloha v příhraniční oblasti, která není prioritou při rozvoji dopravní infrastruktury ČR. Špatný je stav místních komunikací i dostupnost města a neustálé odkládání budování rychlostní silnice R49 tomu nijak nepomáhá.

Problémem je i nedostatečná angažovanost v propagaci města a celého mikroregionu Jižního Valašska, zejména ze strany subjektů podnikajících v cestovním ruchu, jejichž celkový počet je nízký a chybí tak silný partner ze strany podnikatelských subjektů v žádostech o dotace z fondů EU.

PŘÍLEŽITOSTI (Opportunities)

- Pokračování v projektu výstavby cyklostezky
- Zvýšení úrovně spolupráce v rámci regionu a vytvoření funkčního destinačního managementu v regionu
- Podpora rozvoje příhraniční spolupráce města Valašské Klobouky se Slovenskou republikou
- Možnost využití podpory dotačních titulů (evropské, národní, krajské)
- Tvorba společných propagačních materiálů a společných turistických balíčků jako nástroje pro rozvoj spolupráce s jinými obcemi i se soukromým sektorem
- Využití historických objektů jako prostředků pro vytvoření nových turistických atraktivit
- Využití potenciálu města pro rozvoj gastroturistiky a agroturistiky
- Rozšíření sportovních a kulturních aktivit ve městě pro rozvoj cestovního ruchu i celkového občanského vybavení města

Výraznou příležitostí pro Valašské Klobouky je výstavba cyklostezky Bečva-Vlára-Váh a tím také podpora cykloturistiky, která v tomto regionu nabývá stále větší obliby a významu. Stejně tak se slibně jeví rozmach dalších typů turistiky, jako je agroturistika a gastroturistika (turistika spojená s ochutnávkou místních specialit), jelikož Valašské Klobouky, jakožto malé město venkovského typu se silnou vazbou na valašské tradice, rozhodně mají předpoklady pro rozvoj těchto typů turistiky.

Jednou z dalších hlavních příležitostí je bezesporu využití dotací pro budování kvalitního zázemí pro cestovní ruch ve Valašských Kloboukách, které již v minulosti využily různých dotačních titulů a i do budoucna mohou podávat další žádosti o dotace, které jim pomohou rozvíjet cestovní ruch ve městě. Například město i podnikatelé mohou zažádat o dotace v rámci národního programu MMR Podpora rozvoje cestovního ruchu v regionech (2016 - 2020) nebo případně využít vyhlášených programů podpory Zlínského kraje. (Programy a dotace, © 2012)

Také jsou další možnosti získat finanční podporu díky dotační politice EU, kde se pro současné programovací období 2014-2020 jako hlavní zdroj využití dotací pro rozvoj cestovního ruchu jeví operační program rozvoje venkova (např. výzva podpora agroturistiky) anebo operační program Interreg V-A SR-ČR. (Strukturální fondy, © 2012) Již dříve bylo v mikroregionu realizováno několik úspěšných projektů ve spolupráci se Slovenskou republikou, proto je žádoucí podporovat tuto spolupráci i přímo ve Valašských Kloboukách.

Spolupráce jako taková současně s rozvojem destinačního managementu je z celkového pohledu přínosná pro cestovní ruch města a proto by bylo dobré ji z vlastní iniciativy podporovat a to nejen spolupráci mezinárodní (se Slovenskem), ale také spolupráci v mikroregionu či s ostatními okolními regiony (Luhačovicko, Rožnovsko). Typickým příkladem, kde by bylo možné tuto spolupráci využít pro cestovní ruch je tvorba turistických balíčků či společné propagační materiály.

HROZBY (Threats)

- Odchod mladých lidí za prací
- Malá nabídka atraktivity cestovního ruchu
- Zhoršování podmínek pro podnikání ze strany státu
- Nedostatek finančních prostředků ruchu – omezení dotací EU čistě pro cestovní ruch
- Změna preferencí turistů – odstup od aktivně trávené dovolené

Jednou z hrozeb, kterým Valašské Klobouky čelí, je odchod mladých lidí za prací do významnějších socioekonomických center. To souvisí i s výše uvedenou slabou stránkou nedostatku podnikatelských subjektů v cestovním ruchu vyskytujících se ve Valašských Kloboukách. Navíc kvůli státním zásahům a zhoršováním legislativních podmínek pro malé a střední podnikatele se nedá čekat zlepšení současné situace, spíše naopak. Konkrétně podnikatelům vadí zavedení elektronické evidence tržeb (EET) nebo zavedení kontrolního hlášení.

Další velkou hrozbou pro rozvoj cestovního ruchu je omezení finančních prostředků poskytovaných z fondů EU. Strukturální fondy pro programovací období 2014-2020 neumožňují obcím podporovat cestovní ruch jako takový. Je možné žádat o dotace pouze na kulturní památky, ale i tato oblast je omezená – památky UNESCO, národní kulturní památky apod. Navíc tato finanční podpora z EU se po roce 2020 může rapidně snížit a bez této pomoci by bylo pro malé město obtížné hledání finančních prostředků pro další rozvoj.

8 NÁVRH STRATEGIE ROZVOJE CESTOVNÍHO RUCHU VE VALAŠSKÝCH KLOBOUKÁCH

Tento návrh strategie rozvoje cestovního ruchu ve městě Valašské Klobouky je vypracován na základě předchozího zhodnocení současného stavu ve městě pomocí socioekonomické analýzy území a analýzy současného stavu cestovního ruchu ve Valašských Kloboukách a na základě zpracované PEST analýzy a SWOT analýzy cestovního ruchu, kdy strategie respektuje hodnocení silných a slabých stránek města, stejně jako příležitosti a hrozby v budoucím rozvoji. V první řadě je stanovena základní vize rozvoje cestovního ruchu, které chce město Valašské Klobouky dosáhnout. K tomu využívá stanovené strategické cíle a opatření pro dosažení vytyčených cílů.

8.1 Vize rozvoje cestovního ruchu

Město Valašské Klobouky je turistickou oblastí s rozvinutými službami cestovního ruchu a místem vhodným k rekreaci s širokou nabídkou kulturních, sportovních a dalších volnočasových aktivit. Je to město výjimečné svou krásnou přírodou a svým bohatým folklorním životem postaveném na valašských tradicích.

8.1.1 STRATEGICKÝ CÍL 1: Budování a rozvoj infrastruktury cestovního ruchu

Pro vytvoření atraktivní turistické destinace je zapotřebí mít vybudovanou fungující základnu cestovního ruchu. První strategický cíl se zaměřuje na budování a rozvoj infrastruktury cestovního ruchu počínaje dopravní infrastrukturou a dopravní obslužností ve městě, dále rozvojem služeb (ubytovací, stravovací aj.) a zajištění sportovního a kulturního vyžití pro místní obyvatele i pro turisty.

Cílem je vytvořit konkurenceschopné město v oblasti cestovního ruchu a dosáhnout zkvalitnění občanské vybavenosti a služeb. Rozvoj nabídky služeb a volnočasových aktivit je významným faktorem pro celkový rozvoj území jakožto i pro rozvoj cestovního ruchu v území. Cílem je tedy údržba a modernizace již existující nabídky cestovního ruchu ve Valašských Kloboukách a její další rozšíření vedoucí k zatraktivnění města pro potenciální turisty. Zároveň má rozšíření nabídky služeb cestovního ruchu vliv i na tvorbu nových pracovních míst.

Dalším dílčím cílem je zvýšení celkového přílivu návštěvníků do Valašských Klobouk. Snahou je především přilákat turisty na delší dobu než jsou jednodenní výlety. Zvýšení

počtu návštěvníků a vícedenního přenocování by do budoucna mohlo pomoci získat potenciální investory.

V rámci vytyčeného strategického cíle a zmiňovaných skutečností byla formulována následující tři opatření pro dosažení daného cíle.

Opatření I: Podporovat budování dopravní infrastruktury a zkvalitnění dopravní obslužnosti

Dopravní infrastruktura byla vždy jedním ze stěžejních faktorů ovlivňujících cestovní ruch v území. Toto téma se týká technického stavu místních komunikací a chodníků, dostupnosti destinace, dopravní obslužnosti nebo možností parkování. Valašské Klobouky se proto snaží podporovat budování kvalitní dopravní infrastruktury. Zaměřují se také na jiné formy dopravy např. cyklistika a cykloturistika. V souvislosti s dopravní infrastrukturou bude město podporovat tyto aktivity:

- Rekonstrukce místních komunikací a chodníků
- Podpora kapacitního, rychlého autobusového a vlakového spojení a zajištění návaznosti spojů
- Aktivní zapojení do prosazování napojení města na dálniční síť – důraz na realizaci rychlostní silnice R49
- Pokračování budování cyklostezky – napojení na Horní Lideč a na Brumov.

Opatření II: Podporovat zkvalitnění služeb cestovního ruchu

Nabídka služeb cestovního ruchu je dalším klíčovým faktorem pro příchod turistů do města. Ve městě Valašské Klobouky funguje turistické informační centrum, které poskytuje turistické informace o městě i okolí a zajišťuje některé turistické služby. Předmětem tohoto opatření bude mimo jiné i fungování infocentra Valašské Klobouky.

Co se týká dalších služeb cestovního ruchu, turisté se vždy zajímají o to, kde se ubytovat, kde se najíst, popř. kde co nakoupit. Bez zajištění těchto služeb není možné vytvořit konkurenceschopné město v oblasti cestovního ruchu. Valašské Klobouky se v této oblasti opatření věnují následujícím aktivitám:

- Aktivní podpora modernizace stávajících a vybudování nových ubytovacích a stravovacích zařízení (př. stylová restaurace s valašskou gastronomií)
- Zajištění rozšíření nabídky služeb – potraviny, kavárny, bankomat, lékárna, apod.

- Rozšíření a vylepšení služeb turistického informačního centra – aktualizace webových stránek, delší otevírací doba, atd.

Opatření III: Podporovat vznik a fungování volnočasových aktivit ve městě

Jedním z předpokladů turistické atraktivity je nabídka volnočasových aktivit v daném území. Jedná se hlavně o přírodní, kulturní a sportovní atraktivity. Město Valašské Klobouky je městem orientujícím se na turisty, kteří preferují aktivní typ dovolené. Pro tyto turisty se město snaží zajistit širokou nabídku volnočasových aktivit, které jsou vymezeny ve vybraných podporovaných aktivitách města:

- Budování nového areálu lyžařského střediska Jelenovská a vybudování bobové dráhy a lanového centra v tomto areálu (letní využití)
- Rekonstrukce koupaliště, rekonstrukce sauny a rozšíření o wellness
- Rekonstrukce interiéru kina Svět.

8.1.2 STRATEGICKÝ CÍL 2: Zlepšení spolupráce aktérů cestovního ruchu

Současný rozvoj cestovního ruchu je postaven na základech destinačního managementu tedy na spolupráci aktérů cestovního ruchu. Město Valašské Klobouky je členem dobrovolného sdružení obcí Jižní Valašsko a MAS Ploština. Obě tato uskupení hrají důležitou roli v celkovém rozvoji území. Hlavním cílem je udržovat a dále rozvíjet tuto spolupráci ve všech oblastech rozvoje včetně cestovního ruchu. Dalším cílem je navíc také zapojit do spolupráce i okolní regiony, především Luhačovicko nebo Rožnovsko.

Dílním cílem daného strategického cíle je vytvoření uceleného, konkurenceschopného produktu cestovního ruchu pro potencionální návštěvníky v celém mikroregionu. Dalšími cíly je větší míra vzájemné komunikace subjektů cestovního ruchu působících ve veřejném a v soukromém sektoru a jednotné postupy pro vytvoření koordinovaného systému cestovního ruchu v území včetně společné propagace a společném působení na vytváření pozitivní image celého území mikroregionu a tím i samotného města Valašské Klobouky.

Pro posilování vazeb mezi aktéry cestovního ruchu jakožto jednoho ze strategických cílů byla stanovena dvě následující opatření.

Opatření I: Podporovat vytváření místního partnerství a spolupráci aktérů cestovního ruchu

Současným problémem Valašských Klobouk je nedostatečná spolupráce aktérů cestovního ruchu a to především ze strany podnikatelských subjektů. Město proto přináší opatření, kterým se snaží podpořit tvorbu partnerství místních podnikatelů. Mimo to se snaží zapojit do spolupráce i místní občany a fungující spolky, aby se zajistil rozvoj cestovního ruchu a společenského života ve Valašských Kloboukách.

Město chce vytvořit nejen nová partnerství, ale zároveň podporovat a rozšiřovat již fungující spolupráci a to nejen spolupráci v rámci města ale i v rámci regionu. Tato podpora je vymezena na několika vybraných aktivitách:

- Zajištění pravidelných setkání aktérů cestovního ruchu
- Podpora folklorních souborů a dalších místních spolků a spolupráce s nimi
- Aktivní zapojení města do společných projektů v regionu
- Tvorba turistických balíčků.

Opatření II: Zajištění společné propagace

Pro rozvoj cestovního ruchu je nezbytná jeho propagace, protože jen tak je město schopno přilákat potencionální turisty. Z hlediska nejen nižší finanční náročnosti, ale také z hlediska podstatně vyššího počtu možných návštěvníků je výhodnější spolupráce všech obcí regionu v oblasti propagace.

Společná propagace a marketing povede k vytvoření dobrého jména území a image regionu a zvýší se tím jeho přitažlivost pro turisty. Město Valašské Klobouky podporuje následující aktivity pro společnou propagaci mikroregionu Jižní Valašsko:

- Společné propagační materiály – letáky a brožury, mapy, tematické turistické publikace (léto/zima)
- Jednotná prezentace regionu na veletrzích cestovního ruchu
- Aktualizace a modernizace webových stránek mikroregionu.

8.1.3 STRATEGICKÝ CÍL 3: Podpora venkovské turistiky, tradic a pořádání tradičních akcí

Valašské Klobouky jsou malým městem spíše venkovského charakteru. Je to město postavené na bohaté historii, na valašských tradicích, zvycích a tradičních akcích. Hlavním cílem je toto postavení a význam města udržovat a jeho potenciál dále rozvíjet pro účely rozvoje cestovního ruchu. Cílem je udržet stávající návštěvníky, přilákání nových turistů,

podpora podnikání v cestovním ruchu a rozvoj služeb cestovního ruchu ve Valašských Kloboukách.

V rámci daného strategického cíle se město zaměřuje na podporu rozvoje venkovské turistiky, kdy návštěvníci budou mít možnost poznat a aktivně se zapojit do života zdejších obyvatel. Dalším dílčím cílem je nejen udržovat místní kulturu, tradice a folklor, ale také je zapojit do nabídky cestovního ruchu ve městě.

I pro tyto cíle je nezbytná spolupráce města s místními podnikateli, spolky i se zdejšími občany. Město podporuje jejich přímé zapojení do pořádání tradičních akcí.

Valašské Klobouky vytyčily pro účely podpory venkova, tradic a tradičních akcí dvě následující opatření.

Opatření I: Podporovat pořádání tradičních akcí ve městě

Ve městě Valašské Klobouky je během celého roku pořádána řada akcí. Některé z nich, jak již bylo dříve několikrát zmiňováno, nabývají značného turistického významu (př. Valašský mikulášský jarmek, setkání muzikantů v Bílých Karpatech).

Město v současné době podporuje pořádání kulturních a jiných akcí ve městě především pomocí finanční podpory či jiných forem podpory (např. výhodnější pronájmy veřejných prostor, propagace) a pro zachování těchto tradičních akcí a celkově pro udržování společenského života ve městě hodlá v této podpoře nadále pokračovat.

Mezi hlavní aktivity, na které město zaměřuje svoji podporu v rámci daného opatření, patří:

- Organizační zajištění a propagace tradičních akcí
- Obnova starých tradic a zapojení v pořádání nových kulturních, sportovních a jiných akcí – např. uspořádání gastrofestivalu
- Začlenění folklorních a jiných akcí do nabídky cestovního ruchu (formou turistických balíčků).

Opatření II: Uchovávat místní kulturu a tradice a podporovat jejich začlenění do nabídky cestovního ruchu

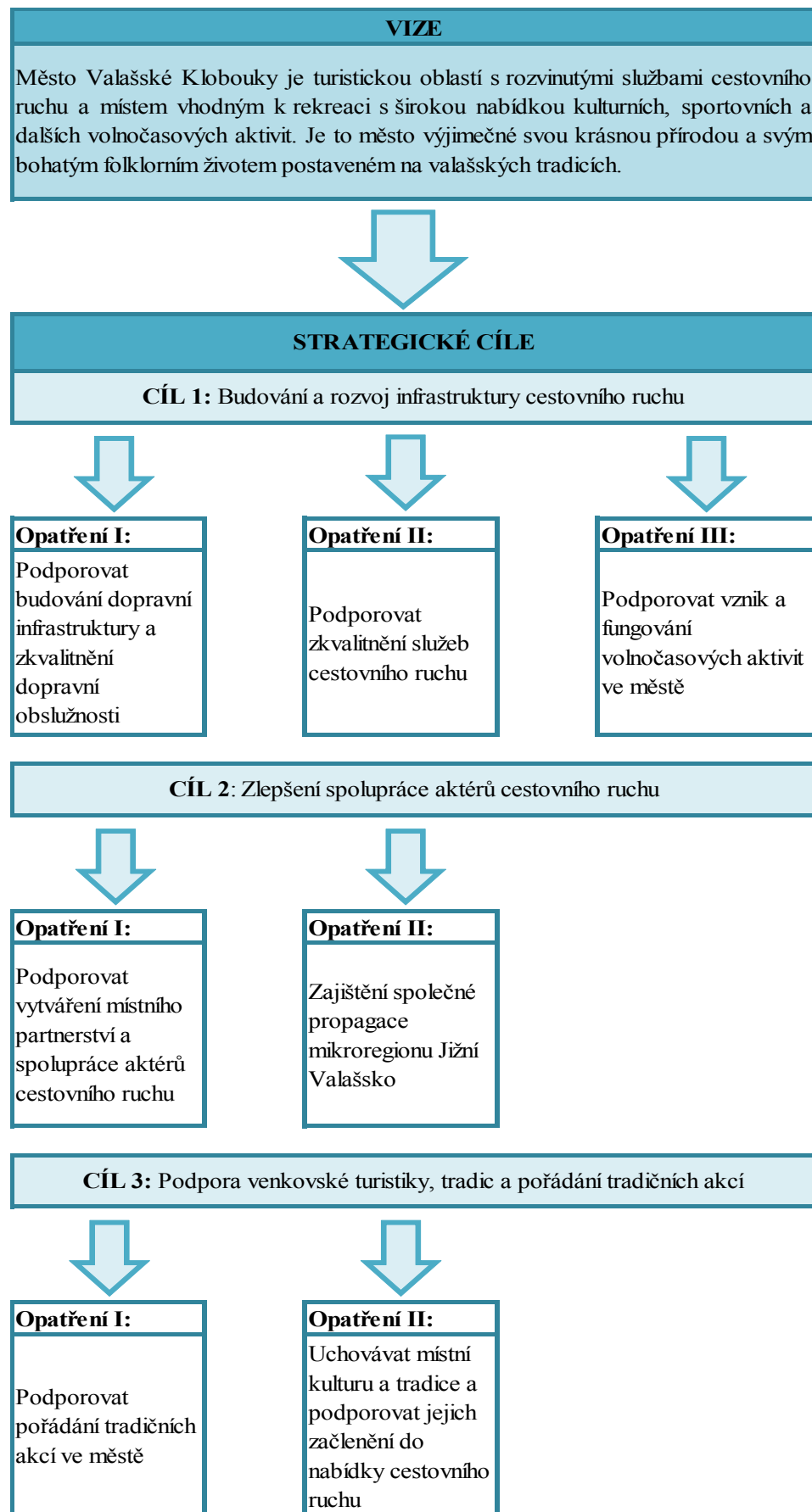
Existence místní kultury netkví jen v pořádání tradičních akcí, ale obecně vychází z historického vývoje města a jeho typicky venkovského prostředí.

Město je jako stvořené pro aktivity venkovské turistiky neboli agroturistiky, která je jednou z rozvíjejících se forem cestovního ruchu. Turisté se mohou v rámci své aktivní dovolené zapojit do běžného venkovského života a tradičních činností místních obyvatel.

Město Valašské Klobouky v současné době vlastní několik historických objektů, které nejsou nijak využity vyjma jejich občasného zapojení při tradičních akcích. Tyto objekty by přitom mohly mít dlouhodobější využití. Například by mohly fungovat jako místo, kde by si turisté měli možnost vyzkoušet některá z místních řemesel a tradičních zvyků.

V souvislosti s daným opatřením se město rozhodlo podporovat začlenění venkovské turistiky a tradic do nabídky cestovního ruchu pomocí několika vybraných aktivit:

- Využití dřevěnic a historických domů k prezentaci kulturního dědictví města
- Podpora agroturistiky - vybudování tzv. živého skanzenu a doprovodné infrastruktury
- Udržení a podpora farmářských trhů
- Vydání publikace o historii města a o jeho tradicích.

Tabulka 5 Strategie rozvoje cestovního ruchu (vlastní zpracování)

9 VYBRANÝ PROJEKT Z NAVRŽENÉ STRATEGIE

V rámci navržené strategie cestovního ruchu města Valašské Klobouky je v této části zpracován jeden vybraný projekt. Konkrétně se jedná o projekt tvorby turistických balíčků, který je v souladu se strategickým cílem zlepšení spolupráce aktérů cestovního ruchu a má zajistit nejen propagaci města samotného, ale společnou propagaci a destinační management v celém regionu.

Strategický cíl: Zlepšení spolupráce aktérů cestovního ruchu → **Opatření:** Podporovat vytváření místního partnerství a spolupráci aktérů cestovního ruchu → **Projekt:** Turistické balíčky

9.1 Charakteristika projektu Turistické balíčky ve Valašských Kloboukách

Název projektu: Turistické balíčky

Popis projektu: Vybraný projekt se zaměřuje na tvorbu turistických balíčků ve městě Valašské Klobouky a je postaven na místním partnerství a spolupráci v rámci celého regionu Jižní Valašsko. Do projektu jsou zapojeny místní podnikatelé, neziskové organizace a okolní obce.

Turistický balíček je soubor základních služeb (ubytování a stravování) a doplňkových služeb. Mezi turisty jsou balíčky velmi oblíbené, jelikož nejen šetří čas při plánování dovolené nebo pobytu, ale jsou také cenově výhodné a zahrnují mnoho výhod a slev.

Na Valašsku nejsou turistické balíčky zatím příliš rozšířeným marketingovým nástrojem, proto se město Valašské Klobouky rozhodlo zařadit tyto balíčky do své nabídky cestovního ruchu a zajistit tak vyšší míru propagace a zvýšit turistickou atraktivitu města.

Jaké problémy projekt řeší?

Projekt na vytvoření turistickým balíčků má v první řadě řešit problém absence destinačního managementu v regionu. Mezi obcemi sice funguje spolupráce na některých společných projektech, ale celková koordinace cestovního ruchu v regionu je vnímána jako nedostatečná. Stejně tak chybí společný postup a spolupráce veřejného a soukromého sektoru v otázkách cestovního ruchu v území.

Dalším problémem je nedostatečná přirozená atraktivita města, které nepatří mezi prioritní turistické oblasti ČR a je povětšinou cílem pouze jednodenním výletů lidí z blízkého okolí. Proto je projekt zaměřen na vícedenní pobyty a má tak zajistit větší přísun turistů do města.

Co je cílem projektu?

Cílem projektu je naplnit strategický cíl Zlepšení spolupráce aktérů cestovního ruchu z navržené strategie rozvoje cestovního ruchu města Valašské Klobouky. Projekt turistických balíčků by měl pomoci vytvořit fungující destinační management v celém regionu. Cílem je zlepšit společnou organizaci cestovního ruchu a zajistit větší míru komunikace mezi soukromým a veřejným sektorem a také mezi jednotlivými obcemi.

Dalším cílem je zajistit společnou propagaci a zlepšit turistickou atraktivitu a společenský život Valašských Klobouk a okolí. Projekt má za úkol přilákat do města více turistů na delší než jednodenní pobyty a vytvořit tak z Valašských Klobouk atraktivní turistickou oblast a město vhodné k rekreaci.

Jaké jsou cílové skupiny projektu?

Daný projekt se zaměřuje na turisty, kteří preferují aktivní způsob trávení dovolené, mají rádi přírodu a pěší turistiku nebo cykloturistiku. Balíčky jsou uzpůsobené tak, aby si každý mohl vybrat to, co mu vyhovuje. Například jsou tu balíčky, které jsou spíše zaměřené na rodiny s dětmi nebo balíčky zaměřené na páry.

9.2 Partneri účastníci se projektu

Projekt je vytvořen na bázi partnerství, do projektu je zapojena celá řada subjektů, mezi které řadíme:

město Valašské Klobouky – bude hlavním realizátorem projektu. Zástupci města budou mít na starost výběr vhodných objektů cestovního ruchu zařazených při do tvorby turistických balíčků. Město bude mít na starosti nejen samotnou tvorbu balíčků, ale i jejich organizaci z pohledu komunikace s ostatními partnery projektu a zajišťování služeb poskytovaných v jednotlivých balíčcích. Zároveň bude mít na starosti stanovení podmínek pro účastníci se soukromé subjekty.

Sdružení obcí Jižní Valašsko – je partnerem, který sdružuje obce v regionu a úzce spolupracuje s jednotlivými místními akčními skupinami, které na území Jižního Valašska působí (př. MAS Ploština, Hornolidečko, Vizovicko – Slušovicko). Místní akční skupiny

jsou orgány, které sjednocují subjekty veřejné správy, soukromé subjekty a neziskový sektor. Sdružení bude mít v rámci projektu turistických balíčků na starosti koordinaci a manažerské zajištění jednotlivých aktivit.

Podnikatelské subjekty podnikající v cestovním ruchu – těmito subjekty jsou myšleny především provozovatelé stravovacích a ubytovacích zařízení, ale rovněž provozovatelé turistických atrakcí, sportovních zařízení, apod. Úkolem podnikatelů bude se aktivně podílet na tvorbě a propagaci turistických balíčků a na jejich začlenění do nabídky poskytovaných služeb. Cílem projektu je vytvořit základnu pro vznik destinačního managementu a zvýšit komunikaci mezi podnikateli a veřejnou správou.

Další podnikatelé a nepodnikatelské subjekty – zde řadíme všechny ostatní fungující subjekty v území (neziskové organizace, zemědělci, atd.) a to včetně místních obyvatel. Všechny tyto skupiny budou mít možnost se aktivně zapojit do vytvořeného systému partnerství a nabídnout své služby k využití.

9.3 Řešení projektu

Při samotném řešení projektu bude vytvořeno několik verzí turistických balíčků s různým zaměřením podle cílových skupin a data konání – například do nabídky budou zařazeny i pobyty v době konání vybraných tradičních akcí města. Balíčky budou zaměřeny na prodloužené víkendové pobyty.

Projekt se bude skládat se dvou částí resp. fází a to z přípravné a realizační fáze. Během těchto fází bude vytvořen finanční plán, časový plán a riziková analýza. Po dokončení projektu bude následovat ještě fáze hodnocení projektu.

9.3.1 Ukázka možných turistických balíčků

VALAŠSKÝ BALÍČEK

Krátký popis: Čtyřdenní pobyt pro celou rodinu, při kterém můžete objevovat krásy Valašska a na vlastní kůži si vyzkoušet život místních obyvatel.

Cílová skupina: rodiny s dětmi

Obsah balíčku:

- Ubytování v hotelu Alfacentrum na 3 noci pro 2 dospělé a až 2 děti
- 4x bohatá snídaně podávána ve formě švédských stolů

- 50 % sleva na vstup do městského koupaliště pro celou rodinu během celého pobytu
- 1x návštěva městského muzea pro celou rodinu
- 50 % sleva do kina Svět pro celou rodinu
- 1x vstup na hrad Brumov pro celou rodinu (vzdálenost 5 km)
- Návštěva Envicentra ve Vysokém poli spojená s prohlídkou hospodářství a zapojení se do některých hospodářských aktivit (např. krmení hospodářských zvířat), (vzdálenost 11 km)
- Dárek průvodce s tipy na výlety po Jižním Valašsku
- Dárek pravá valašská slivovice a valašský frgál

Délka pobytu: 4 dny a 3 noci

Cena: 3 080 - 5 269 Kč

Termín: 1. 7. – 30. 9.

ROMANTICKÝ BALÍČEK

Krátký popis: Balíček nabízí pobyt plný relaxace a nezapomenutelných zážitků strávených ve dvou v romantickém prostředí Valaška.

Cílová skupina: zamilované páry, mladí lidé i senioři

Obsah balíčku:

- Ubytování v penzionu u Františka na 3 noci pro 2 osoby
- 1x zdarma romantické posezení u vína přímo ve vinném sklepě u Františka
- 1x romantická večeře pro dva v restauraci Anděl
- 50 % sleva pro dva do sauny ve Valašských Kloboukách
- 30 % sleva pro dva na jakékoliv masáže a procedury v lázeňském hotelu Alexandria v Luhačovicích (vzdálenost 25 km)
- 2x vstup na hrad Brumov (vzdálenost 5 km)
- Dárek průvodce s tipy na výlety po Jižním Valašsku
- Dárek pravá valašská slivovice a valašský frgál

Délka pobytu: 4 dny a 3 noci

Cena: 2 432 Kč

Termín: 1. 7. – 31. 10.

SPORTOVNÍ BALÍČEK

Krátký popis: Balíček vhodný pro všechny milovníky sportu - užijte si dovolenou ve sportovním duchu a poznávejte krásy Valašska pěšky nebo na kole.

Cílová skupina: sportovně aktivní lidé

Obsah balíčku:

- Ubytování v hotelu Alfacentrum na 3 noci pro 2 osoby
- 4x bohatá snídaně podávána ve formě švédských stolů
- 1x zdarma bowling na 2 hodiny přímo v areálu hotelu
- 50 % sleva na vstup do městského koupaliště pro 2 osoby
- 30 % sleva pro dva na vstup do sportovně turistického centra v Horní Lidči – možnost využití tenisových kurtů, hřiště na plážový volejbal, sauny a vířivky (vzdálenost 6 km, v blízkosti Čertovy a Pulčinské skály)
- 2x zdarma vyjížďka na koních do terénu pro začátečníky i pokročilé jezdce ve stáji Lipina – Křekov (vzdálenost 3,8 km)
- Dárek pravá valašská slivovice a valašský frgál
- Dárek průvodce s tipy na výlety po Jižním Valašsku

Délka pobytu: 4 dny a 3 noci

Cena: 3 399 Kč

Termín: 1. 7. – 30. 9. 2017

MIKULÁŠSKÝ BALÍČEK

Krátký popis: Třídenní pobyt pro celou rodinu se odehrává o mikulášském víkendu, kdy se v sobotu 2. 12. 2017 bude konat Valašský mikulášský jarmek ve Valašských Kloboukách. A o den dříve se bude konat tradiční rozsvěcování vánočního stromu na náměstí. Návštěvníci se mohou těšit na řemeslný trh s bohatou nabídkou regionálních produktů, ukázky starodávných tradic, ochutnávku typických valašských pochoutek, tradiční čertovské průvody ze všech koutů Valašska a vystoupení folklorních souborů.

Cílová skupina: rodiny s dětmi

Obsah balíčku:

- Ubytování v penzionu u Františka na 2 noci pro 2 dospělé a až 2 děti
- 3x bohatá snídaně

- 1x prohlídka betlému včetně filmové projekce v Horní Lidči pro celou rodinu (vzdálenost 6 km)
- Dárek pravá valašská slivovice a valašský frgál
- Dárek průvodce s tipy na výlety po Jižním Valašsku

Délka pobytu: 3 dny a 2 noci

Cena: 2 378 – 3 297 Kč

Termín: 1. – 3. 12. 2017

9.3.2 Popis fází projektu

Jak již bylo řečeno, projekt se bude skládat se dvou základních fází a to z přípravné a realizační fáze, které budou po dokončení projektu doplněny fází hodnocení projektu. Jednotlivé fáze na sebe časově i věčně navazují, tak aby výstupy z jedné fáze bylo možné využít ve fázi následující. Mezi tyto fáze projektu budou rozděleny jednotlivé aktivity projektu nezbytné pro splnění vytyčených cílů.

Přípravná fáze zahrnuje přípravu veškeré projektové dokumentace. Ta obsahuje popis projektu včetně vymezení cílů, cílových skupin a aktivit projektu. Na jednotlivé aktivity je navázán finanční a časový plán projektu a také riziková analýza. Základní projektová dokumentace slouží jako podklad pro hledání potenciálních partnerů projektu z řad veřejné správy, podnikatelských subjektů i dalších organizací či jednotlivců. Je důležité vzbudit jejich zájem o zapojení do projektu a to nejen do konečné verze, ale motivovat je ať se připojí přímo do organizace projektu a zapracují se jejich postřehy a návrhy. To znamená, že bude vytvořena spolupracující skupina subjektů cestovního ruchu.

Součástí přípravné fáze je rovněž mapování současné situace cestovního ruchu, vhodných využitelných objektů a preferencí turistů. S tím souvisí i sběr dat a informací, které budou využitelné při samotném vyhotovení propagačních materiálů a jednotlivých turistických balíčků. K jejich vyhotovení bude potřeba vyhlásit výběrové řízení na výběr nejvhodnějšího dodavatele propagačních materiálů. Ještě předtím ale bude zorganizováno několik setkání partnerů, kde se zpracují návrhy a doporučení a dohodnou podmínky spolupráce. Jedním ze setkání bude vzdělávací seminář přímo zaměřený na vytváření turistických balíčků, jejich propagaci a zapojení do nabídky cestovního ruchu v území.

Přípravná fáze bude dokončena vytvořením konečné verze základní dokumentace projektu, sesbíráním a sjednocením veškerých podkladů, ujasnění si formy turistických balíčků, propagačních materiálů a společného postupu při propagaci.

Realizační fáze bude přímo vycházet z podkladů vytvořených v první fázi. Nejprve v této fázi bude zajištěno vyhotovení propagačních materiálů, které budou součástí turistických balíčků. Při výběrovém řízení byl vybrán nejvhodnější dodavatel propagačních materiálů a tomu budou předány podklady ke zpracování. Zároveň s touto aktivitou bude vyhotovena finální verze turistických balíčků.

Konečná podoba turistických balíčků bude zpřístupněna turistům na webových stránkách města Valašské Klobouky, informačního centra Valašské Klobouky, mikroregionu Jižní Valašsku a dalších webových stránkách spolupracujících obcí a jiných subjektů.

Důležitou součástí realizační fáze a vlastně celého projektu je následná reklama a propagace. Ta bude z většinové části realizována na internetu. Propagovat se bude na různých portálech cestovního ruchu, turistických webech a na sociálních sítích – facebook.

Poté co bude projekt spuštěn, následuje **fáze hodnocení projektu**. Na rozdíl od předchozích dvou fází však třetí fáze nezačíná bezprostředně po dokončení fáze druhé. Fáze hodnocení projektu přichází až s odstupem po nějaké době, kdy už bude možno reálně zhodnotit výstupy projektu. V této fázi se zhodnotí, zda byly naplněny cíle projektu jakožto i celé strategie rozvoje cestovního ruchu, zda byl odstraněn problém řešený v projektu, zda byly dodrženy podmínky spolupráce, finanční plán a časový plán. Část hodnocení bude zaměřena na celkovou udržitelnost projektu.

9.3.3 Finanční plán

Financování projektu je stejně jako celý projekt rozděleno na přípravnou a realizační část. V první fázi budou zahrnuty především náklady na vlastní šetření v podobě zjišťování preferencí turistů, mapování vhodných využitelných objektů, hledání vhodných partnerů do projektu, zajištění a organizace společných setkání. Jedním ze setkání bude seminář přímo určený k vytváření turistických balíčků tj. vytvoření produktu, cenotvorba a zapojení produktu do nabídky cestovního ruchu.

V této fázi je třeba personálně i organizačně zajistit sběr údajů využitelných na propagační materiály a i na samotný projekt tvorby turistických balíčků. Zároveň je nutné zajistit výběrové řízení pro dodavatele propagačních materiálů.

V druhé fázi přejdeme přímo k realizaci projektu. To znamená, že náklady budou zahrnovat především vyhotovení propagačních materiálů, vytvoření konečné podoby turistických balíčků a jejich zapojení do nabídky cestovního ruchu Valašských Klobouk a celého regionu. V druhé fázi se přejde ke spuštění systému nabídky turistických balíčků na internetových stránkách města Valašské Klobouky, regionu Jižní Valašsko a na portálu informačního centra Valašské Klobouky a také na facebookovém profilu města a regionu.

Do financování projektu jsou vedle města Valašské Klobouky zapojeny i ostatní partneři projektu. Podoba finančního plánu projektu s odhadovanými cenami na jednotlivé aktivity v obou fázích dle aktuálních zveřejněných ceníků je vyhotovena v následující tabulce. Ceny jsou odhadovány podle předcházejících zkušeností s vybranými službami a aktuálních ceníků zveřejněných dodavateli těchto služeb.

Tabulka 6 Odhadovaný finanční plán projektu Turistické balíčky (Vlastní zpracování)

Aktivita	Cena v Kč
Přípravná fáze	
studie preferencí turistů	12 000
mapování vhodných využitelných objektů	15 000
mapování podnikatelských subjektů a hledání partnerů pro spolupráci	7 000
sběr dat k vyhotovení propagačních materiálů	25 000
organizace společných setkání	5 000
organizace vzdělávacího semináře	20 000
výběrové řízení na dodavatele propagačních materiálů	5 000
CENA PŘÍPRAVNÉ FÁZE	89 000
Realizační fáze	
vyhotovení propagačních materiálů	120 000
vyhotovení nabídky turistických balíčků	30 000
spuštění systému nabídky turistických balíčků na webových stránkách	15 000
další propagace	12 000
CENA REALIZAČNÍ FÁZE	177 000
CELKOVÁ CENA PROJEKTU	266 000

9.3.4 Časový plán

Časový plán projektu je vytvořen pomocí síťové analýzy použitím metody CPM (neboli metody kritické cesty). Pro tuto analýzu je nutné určit si činnosti související s realizací daného projektu, délku trvání těchto činností a návaznost mezi jednotlivými aktivitami. Níže uvedená tabulka zobrazuje jednotlivé činnosti a slouží jako podklad pro časovou analýzu.

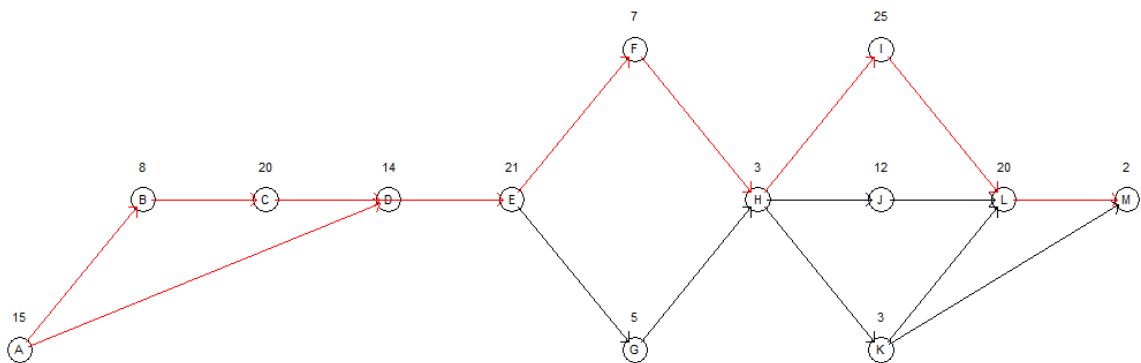
Tabulka 7 Činnosti pro realizaci projektu Turistické balíčky (vlastní zpracování)

symbol činnosti	název činnosti	doba trvání (dny)	předcházející činnosti
A	Příprava projektové dokumentace	15	-
B	Vytvoření finančního a časového plánu projektu	8	A
C	Sběr dat pro tvorbu propagačních materiálů a turistických balíčků	20	A
D	Mapování vhodných objektů CR a mapování subjektů pro spolupráci	14	A, C
E	Zajištění financování projektu	21	C, D
F	Organizace vzdělávacího semináře	7	E
G	Organizace společného setkání	5	E
H	Výběr vhodných dodavatelů	3	F, G
I	Zajištění vyhotovení propagačních materiálů	25	H
J	Zajištění vyhotovení turistických balíčků	12	H
K	Spuštění systému nabídky turistických balíčků na webových stránkách	3	H
L	Propagace a reklama	20	I, J, K
M	Závěrečné hodnocení projektu	2	K, L

K vyhodnocení časové analýzy metodou CPM byl využit program QM for windows. Tento program slouží k tomu, aby nám pomohl snadněji vyhodnotit časový plán projektu a především určit celkovou délku trvání realizace projektu bez zbytečných prodlev.

Activity	Activity time	Early Start	Early Finish	Late Start	Late Finish	Slack
Project	135					
A	15	0	15	0	15	0
B	8	15	23	15	23	0
C	20	23	43	23	43	0
D	14	43	57	43	57	0
E	21	57	78	57	78	0
F	7	78	85	78	85	0
G	5	78	83	80	85	2
H	3	85	88	85	88	0
I	25	88	113	88	113	0
J	12	88	100	101	113	13
K	3	88	91	110	113	22
L	20	113	133	113	133	0
M	2	133	135	133	135	0

Obrázek 5 Řešení v programu QM for windows



Obrázek 6 Řešení v programu QM for windows – kritická cesta

Program nám vygeneroval nejkratší možnou dobu trvání realizace projektu na **135 dní (tj. zhruba 4,5 měsíce)**. Obrázek 5 ukazuje nejen tuto dobu trvání, ale v posledním sloupečku je vyznačena celková rezerva u činností, které neleží na kritické cestě. Celková rezerva je časový interval, o který lze zpozdít ukončení realizace činnosti, aniž by se změnila doba trvání celého projektu. V tomto případě se jedná o aktivitu G, jejíž ukončení lze zpozdít o 2 dny, aktivitu J (zpoždění 13 dní) a aktivitu K (zpoždění 22 dní).

Obrázek 6 na červené ose zobrazuje kritickou cestu, která vede přes tyto uzly:

A → B → C → D → E → F → H → I → L → M.

Na základě získaných dat z programu je doba trvání projektu určena na 4,5 měsíce se začátkem realizace v březnu 2017 a ukončení na přelomu června a července 2017. Termín je stanoven tak, aby již v období letních prázdnin byly vytvořeny první turistické balíčky a mohly být zařazeny do nabídky letní turistické sezóny. Poslední etapou je hodnocení projektu. Tato aktivita je však naplánována až o rok později na březen 2018, kdy bude možné

zhodnotit dopady realizace vybraného projektu na rozvoj cestovního ruchu ve Valašských Kloboukách.

Tabulka 8 Harmonogram projektu (Vlastní zpracování)

aktivita	březen	duben	květen	červen
Příprava projektové dokumentace	x			
Vytvoření finančního a časového plánu projektu	x			
Sběr dat pro tvorbu propagačních materiálů a turistických balíčků	x	x		
Mapování vhodných objektů CR a mapování subjektů pro spolupráci	x	x	x	
Zajištění financování projektu		x	x	
Organizace vzdělávacího semináře		x	x	
Organizace společného setkání		x	x	
Výběr vhodných dodavatelů		x	x	
Zajištění vyhotovení propagačních materiálů			x	
Zajištění vyhotovení turistických balíčků			x	
Spuštění systému nabídky turistických balíčků na webových stránkách				x
Propagace a reklama				x
Závěrečné hodnocení projektu	rok 2018			

9.3.5 Riziková analýza

Do přípravy projektu je důležité zahrnout také rizikovou analýzu. Ta je standardním nástrojem pro řízení a eliminaci rizik. Díky ní můžeme možná rizika identifikovat, posoudit jejich dopad a dává nám možnost se na rizika připravit a najít řešení k jejich eliminaci. Můžeme si připravit různá opatření, pokud bude riziko příliš nebezpečné.

K vyhodnocení nebezpečnosti rizika se používá tzv. váha rizika, která se vypočítá vynásobením pravděpodobnosti výskytu rizika a stupně dopadu rizika. Při tom platí, že čím vyšší je váha rizika, tím je riziko nebezpečnější.

K vyhodnocení rizik projektu je použita následující stupnice:

Pravděpodobnost výskytu rizika:

- 1 - nepravděpodobná
- 2 - malá
- 3 - pravděpodobná
- 4 – velmi pravděpodobná, častá

Stupeň rizika:

- 1 - nevýznamný
- 2 - mírný
- 3 – významný
- 4 – nepřijatelný

Tabulka 9 Analýza rizik projektu Turistické balíčky (Vlastní zpracování)

Riziko	Pravděpodobnost výskytu rizika	Stupeň rizika	Váha rizika
Nezájem soukromých subjektů o zapojení do projektu	2	4	8
Nezájem obcí o realizaci projektu	1	3	3
Nedodržení finančního plánu	2	2	4
Nedostatek finančních prostředků	2	4	8
Nedostatek nabízených atraktivit v turistickém balíčku	3	2	6
Nedodržení časového plánu	2	2	4
Špatný výběr dodavatele	1	2	2
Špatné počasí v den konání akcí zakomponovaných do turistických balíčků	3	1	3
Nedostatečná poptávka turistů o turistické balíčky	3	3	9

V analýze rizik projektu na tvorbu turistických balíčků bylo vyhodnoceno 9 rizik, z nichž 3 lze považovat za rizika významná. Nejvýznamnější je riziko nedostatečné poptávky turistů o turistické balíčky. Ačkoli jsou balíčky v posledních letech oblíbené mezi turisty, bez dů-

sledné propagace se potencionální zákazníci k nabídce balíčků buď nedostanou, anebo nebudou dostatečně motivováni k jejich využití. Je třeba, aby balíčky byly vytvořeny dle preferencí cílových skupin, a aby do následné propagace byly zapojeny všechny zúčastněné subjekty. Propagační kampaň by mohla probíhat na vybraných veletrzích cestovního ruchu, na webu a sociálních sítích, také pomocí letáků, plakátů, a jiných reklamních nástrojů.

Dalším významným rizikem je nezájem soukromých subjektů o zapojení do projektu. Už dříve byl zmiňován mezi slabými stránkami nezájem soukromých subjektů o spolupráci s veřejným sektorem a neexistence managementu cestovního ruchu ve Valašských Kloboukách a okolí. Pokud se nepodaří zajistit dostatečný počet partnerů do projektu, nemožnou být naplněny cíle projektu vycházející ze strategie rozvoje cestovního ruchu. Základem je upozornit na pozitivní efekty a přínosy pro podnikatele a občany plynoucí ze spolupráce na daném projektu. Nezájem veřejné správy o zapojení do projektu by neměl být tak rizikovým faktorem, jelikož společná propagace obcí regionu již funguje a tento projekt má pouze docílit prohloubení spolupráce v oblasti cestovního ruchu a společné propagace.

Kritický pro projekt může být i nedostatek finančních prostředků na realizaci projektu. Finanční faktor je klíčový pro většinu projektů. Nedostatek finančních prostředků úzce souvisí s rizikem nezájmu soukromých subjektů, právě z důvodu, že čím více partnerů zapojených do systému, tím více partnerů zapojených do společného financování. Pro eliminaci daného rizika je zapotřebí si zajistit všechny zdroje financování již v přípravné fázi projektu před jeho samotnou realizací.

Dalšími relativně významným rizikem je nedostatek nabízených atraktivit v turistických balíčcích (opět souvisí s nedostatečným zapojením subjektů do projektu). Toto riziko lze snížit například doplněním balíčků o dárkové předměty.

Mezi méně pravděpodobná, ale možná rizika můžeme zařadit nedodržení finančního a časového plánu. Vytvořené plány jsou pouze orientační a s určitou odchylkou se počítá, přesto se musí dbát na dodržování jednotlivých aktivit projektu z hlediska časového a finančního, aby odchylka nebyla příliš velká a výstupy projektu tak nebyly ohroženy.

Další rizika stanovená v analýze rizik projektu Turistické balíčky nemají takovou váhu, aby výrazně ovlivnily výstupy projektu. Jejich výskyt může být téměř nepravděpodobný anebo je možné takové rizika snadno a rychle eliminovat.

9.4 Hodnocení projektu

Mezi fázemi projektu byla popsána i fáze hodnocení projektu, která bude probíhat po dokončení všech plánovaných aktivit. Jedná se tedy o hodnocení ex-post tzn. následné hodnocení. Předběžné ani průběžné hodnocení není v tomto projektu nutné, jelikož doba trvání přípravy a realizace projektu je poměrně krátká. Bezprostřední hodnocení projektu proběhne ihned po ukončení a bude se hodnotit, zda byly všechny aktivity projektu úspěšně realizovány. Celkové hodnocení projektu resp. dopadů realizace projektu bude odpovídat celkovému hodnocení strategie rozvoje města Valašské Klobouky v oblasti cestovního ruchu. Hodnocení projektu v souladu s udržitelností projektu bude probíhat v následujících 5 letech. To znamená, že první hodnocení bude následovat již příští rok a poslední hodnocení je naplánováno v roce 2022.

K hodnocení projektu na vytvoření turistických balíčků je stanoven následující soubor indikátorů neboli ukazatelů:

- Počet zákazníků využívajících vytvořené turistické balíčky (současný stav 0),
- Počet subjektů zapojených do tvorby turistických balíčků (současný stav 0),
- Počet nabízených turistických balíčků v mikroregionu (současný stav 0),
- Návštěvnost informačního centra ve Valašských Kloboukách turisty (současný stav 3 086 turistů),
- Počet přenocování v hromadných ubytovacích zařízeních ve Valašských Kloboukách (současný stav 3 222),
- Podíl subjektů podnikajících v cestovním ruchu ve Valašských Kloboukách (současný stav 21,1 %).

Pokud bude projekt úspěšný, předpokládá se navýšení všech stanovených indikátorů. Úspěšnou realizaci projektů se rozumí naplnění stanovených cílů projektu. Tím hlavním je vznik místního partnerství a lepší spolupráce aktérů cestovního ruchu. Jde o strategický cíl navržené strategie rozvoje cestovního ruchu ve Valašských Kloboukách, který má být naplněn pomocí právě i tohoto projektu. Tento cíl může být naplněn už během samotné realizace projektu a v rámci udržitelnosti výstupů projektu by se spolupráce měla prohlubovat, měly by být vytvořené společné postupy managementu cestovního ruchu. Spuštění turistických balíčků je počáteční formou společné propagace, která se bude nadále rozšiřovat. Stejně tak se předpokládá rozšíření nabídky služeb v turistických balíčcích i počet subjektů

zapojených do tohoto druhu spolupráce. Součástí je i větší míra zapojení místních obyvatel do rozvoje cestovního ruchu Valašských Klobouk.

Turistické balíčky mají do budoucna docílit většího přílivu turistů do města, a to zejména těch na vícedenní pobyty. Obecně se má zlepšit turistická atraktivita města i okolí a tím i zvýšit ekonomické přínosy z cestovního ruchu.

ZÁVĚR

Jedním se znaků moderní společnosti je stále rostoucí význam odvětví cestovního ruchu, zvyšující se zájem lidí o cestování a příchod nových možností netradičního trávení volného času. Tyto aspekty umožňují rozvoj cestovního ruchu i v méně atraktivních oblastech, které nejsou prioritními oblastmi cestovního ruchu z pohledu ČR. Rovněž tento nový pohled umožňuje využití potenciálu cestovního ruchu v území jako nástroje celkového regionálního rozvoje a udržitelného rozvoje venkova.

Tato diplomová práce se proto zabývá rozvojem města Valašské Klobouky z pohledu cestovního ruchu a byla rozdělena na teoretickou a praktickou část.

Teoretická část byla zaměřena na vysvětlení základních pojmů související s cestovním ruchem, destinačním managementem a marketingem. Byly představeny základní marketingové metody v cestovním ruchu a jejich využití při tvorbě strategie rozvoje cestovního ruchu.

V první kapitole praktické části byla provedena socioekonomická analýza a analýza cestovního ruchu města včetně predikce vývoje cestovního ruchu do budoucna. Valašské Klobouky zde byly představeny jako malé město spíše venkovského charakteru, kde je cestovní ruch postaven na bohatých tradicích a udržované přírodě. Také bylo prezentováno jako město s relativně se rozvíjejícím se cestovním ruchem a město jako stvořené pro pěší turistiku, cykloturistiku a agroturistiku.

Dále byla zpracována SWOT analýza na základě rozhovoru se starostkou města, strategických dokumentů města a dalších získaných dat. SWOT analýza odhalila silné a slabé stránky města. Za silnou stránku například lze považovat dodržování valašských tradic a folklor, za slabou pak periferní polohu města u státních hranic se Slovenskou republikou se špatnou dostupností kvůli nedostatečnému napojení na rychlostní a dálniční silnice. Na druhou stranu polohu města je možné považovat za příležitost rozvoje postavené na příhraniční spolupráci. Další příležitostí je například rozvoj agroturistiky, za hrozbu pak je považován nedostatek finančních prostředků související mimo jiné i s omezováním financí poskytovaných z fondů EU.

Praktická část kromě analýzy obsahuje i projektovou část. Jejím základem je zpracování návrhu strategie rozvoje cestovního ruchu města Valašské Klobouky. Vizí této strategie je udělat z Valašských Klobouk turistickou oblast s rozvinutými službami cestovního ruchu a

místo vhodné k rekreaci s širokou nabídkou kulturních, sportovních a dalších volnočasových aktivit.

Strategie je rozdělena do 3 strategických cílů: budování a rozvoj infrastruktury CR, zlepšení spolupráce aktérů CR a jako poslední podpora venkovské turistiky, tradic a pořádání tradičních akcí.

Na každý z těchto cílů pak navazují opatření a aktivity v jejich rámci, které mají za úkol zajistit dosažení stanovených cílů strategie rozvoje.

V závěru diplomové práce pak byl zpracován konkrétní projekt z navržené strategie. Vybraným projektem se stal projekt na vytvoření turistických balíčků z druhého strategického cíle. Projekt by měl zlepšit společnou propagaci a spolupráci v rámci celého regionu a zvýšit atraktivitu města Valašské Klobouky i celého regionu Jižní Valašsko.

SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

- [1] ARES, 2017. *Ministerstvo financí* [online]. [cit. 2017-01-13]. Dostupné z: http://www.info.mfcr.cz/ares/ares_es.html.cz
- [2] *Bečva-Vlára-Váh* [online]. 2013 [cit. 2017-01-20]. Dostupné z: <http://www.bevlava.cz/>
- [3] BEJDÁKOVÁ, Blanka, Lucie PAULOVČÁKOVÁ, Petra BENEŠOVÁ, et al., 2015. *Marketing a management cestovního ruchu na národní a regionální úrovni*. Vydání I. Praha: Univerzita Jana Amose Komenského Praha, 236 s. ISBN 978-80-7452-109-6.
- [4] BERÁNEK, Jaromír, 2013. *Ekonomika cestovního ruchu*. Praha: Mag Consulting, 295 s. ISBN 978-80-86724-46-1.
- [5] BERNARD, Josef, 2011. *Samospráva venkovských obcí a místní rozvoj*. Praha: Sociologické nakladatelství (SLON), 236 s. ISBN 978-80-7419-069-8.
- [6] BOHÁČKOVÁ, Ivana a Magdalena HRABÁNKOVÁ, 2009. *Strukturální politika Evropské unie*. Praha: C.H. Beck, 188 s. ISBN 978-80-7400-111-6.
- [7] Co navštívit: Okolí, 2017. *Infocentrum Valašské Klobouky* [online]. [cit. 2017-01-20]. Dostupné z: <http://www.infocentrum-valasskeklobouky.cz/co-navstivit/okoli>
- [8] Co navštívit: Památky, 2017. *Infocentrum Valašské Klobouky* [online]. [cit. 2017-01-14]. Dostupné z: <http://www.infocentrum-valasskeklobouky.cz/co-navstivit/pamaky>
- [9] Co navštívit: Příroda a turistika, 2017. *Infocentrum Valašské Klobouky* [online]. [cit. 2017-01-13]. Dostupné z: <http://www.infocentrum-valasskeklobouky.cz/co-navstivit/priroda-turistika>
- [20] *České dráhy a.s.* [online]. 2009 [cit. 2017-01-08]. Dostupné z: <http://www.cd.cz/default.htm>
- [31] *Český statistický úřad: Cestovní ruch - 3. čtvrtletí 2016* [online]. 2016 [cit. 2016-12-11]. Dostupné z: https://www.czso.cz/csu/czso/cristovni-ruch-3-ctvrtleti-2016_
- [42] *Český statistický úřad: SO ORP Valašské Klobouky* [online]. 2016 [cit. 2017-01-13]. Dostupné z: https://www.czso.cz/csu/xz/so_orp_valasske_klobouky
- [53] GOELDNER, Charles R. a J. R. Brent RITCHIE, 2009. *Tourism: principles, practices, philosophies*. 9 ed. Hoboken, N.J.: John Wiley, 624 s. ISBN 9780470084595.

- [64] HOUŠKA, Petr, 2013. *Průmysl cestovního ruchu v Evropské unii*. Praha: Univerzita Jana Amose Komenského, 80 s. ISBN 978-80-7452-036-5.
- [75] HOUŠKA, Petr, 2014. *Environmentální aspekty potenciálu území pro cestovní ruch*. Praha: Univerzita Jana Amose Komenského, 80 s. ISBN 978-80-7452-041-9.
- [86] *Infocentrum Valašské Klobouky* [online]. 2017 [cit. 2017-01-14]. Dostupné z: <http://www.infocentrum-valasskeklobouky.cz/>
- [97] JAKUBÍKOVÁ, Dagmar, 2012. *Marketing v cestovním ruchu: jak uspět v domácí i světové konkurenci*. 2. aktualiz. a rozš. vyd. Praha: Grada, 313 s. ISBN 978-80-247-4209-0.
- [108] JARÁBKOVÁ, Jana; HAMADA, Marián, 2012. *Creativity and Rural Tourism*. Creative and Knowledge Society. vol. 2, s. 5-15. ISSN:1338-4465.
- [119] Jižní Valašsko, 2017. *Valašské Klobouky* [online]. [cit. 2017-01-25]. Dostupné z: <http://www.jiznivalassko.cz/lokalita/95/valasske-klobouky>
- [20] KOTÍKOVÁ, Halina, 2013. *Nové trendy v nabídce cestovního ruchu*. Praha: Grada, 207 s. ISBN 978-80-247-4603-6.
- [212] Mapa turistických regionů, 2016. *CzechTourism* [online]. [cit. 2016-12-11]. Dostupné z: <http://www.czechtourism.cz/nase-sluzby-pro-vas/spoluprace-s-regiony/mapa-turisticky-ch-regionu-a-oblasti,-kontakty/>
- [22] Monitor, 2017. *Státní pokladna* [online]. [cit. 2017-01-27]. Dostupné z: <http://monitor.statnipokladna.cz/2016/obce/detail/00284611#>
- [23] O jarmeku. *Jarmek* [online]. 2008 [cit. 2017-01-25]. Dostupné z: http://www.jarmek.cz/o_jarmeku.html
- [24] O jarmeku. *Jarmek* [online]. 2008 [cit. 2017-01-25]. Dostupné z: http://www.jarmek.cz/o_jarmeku.html
- [25] PALATKOVÁ, Monika a Jitka ZICHOVÁ, 2011. *Ekonomika turismu: turismus České republiky: vymezení a fungování trhu turismu, přístupy k hodnocení významu a vlivu turismu, charakteristika turismu České republiky*. Praha: Grada, 205 s. ISBN 978-80-247-3748-5.
- [26] PAVLÍK, Marek, 2014. *Jak úspěšně řídit obec a region: cíle, nástroje, trendy, zahraniční zkušenosti*. Praha: Grada 160 s. ISBN 978-80-247-5256-3.

- [27] Profil města Valašské Klobouky, 2014. *Valašské Klobouky*. [online]. [cit. 2017-01-06]. Dostupné z: http://www.valasskeklobouky.cz/assets/File.ashx?id_org=17631&id_dokumenty=445735
- [28] Programy a dotace. *Ministerstvo pro místní rozvoj* [online]. 2017 [cit. 2017-03-30]. Dostupné z: [https://www.mmr.cz/cs/Regionalni-politika-a-cestovni-ruch/Cestovni-ruch/Programy-Dotace/Narodni-program-podpory-cestovniho-ruchu-v-regionech-\(2016-2020\)](https://www.mmr.cz/cs/Regionalni-politika-a-cestovni-ruch/Cestovni-ruch/Programy-Dotace/Narodni-program-podpory-cestovniho-ruchu-v-regionech-(2016-2020))
- [29] Projekty a investiční akce, 2017. *Valašské Klobouky* [online]. [cit. 2017-01-26]. Dostupné z: <http://www.valasskeklobouky.cz/projekty/ds-20460/p1=31397>
- [30] PROVAZNÍKOVÁ, Romana, 2015. *Financování měst, obcí a regionů: teorie a praxe*. 3. aktualizované a rozšířené vydání. Praha: Grada Publishing, 280 s. ISBN 978-80-247-5608-0.
- [31] *Rejstřík škol: MŠMT* [online]. 2017 [cit. 2017-01-20]. Dostupné z: <http://rejskol.msmt.cz/>
- [32] ROBINSON, Peter, Michael LÜCK a Stephen L. J. SMITH, 2013. *Tourism*. Oxfordshire: CAB International, 525 s. ISBN 9781780642970.
- [33] RYGLOVÁ, Kateřina, Michal BURIAN a Ida VAJČNEROVÁ, 2011. *Cestovní ruch - podnikatelské principy a příležitosti v praxi*. Praha: Grada, 213 s. ISBN 978-80-247-4039-3.
- [34] Sčítání dopravy, 2017. *Ředitelství silnic a dálnic* [online]. [cit. 2017-01-08]. Dostupné z: <https://www.rsd.cz/wps/portal/web/Silnice-a-dalnice/Scitani-dopravy>
- [35] SLBD 2011: Vše o území, 2011. *Český statistický úřad* [online]. [cit. 2017-01-08]. Dostupné z: https://vdb.czso.cz/vdbvo2/faces/cs/index.jsf?page=profil-uzemi&uzemiprofil=31288&u=__VUZEMI__43__585891
- [36] Služby: Restaurace, 2017. *Infocentrum Valašské Klobouky* [online]. [cit. 2017-01-20]. Dostupné z: <http://www.infocentrum-valasskeklobouky.cz/restaurace>
- [37] Současnost města Valašské Klobouky, 2017. *Valašské Klobouky* [online]. [cit. 2017-01-13]. Dostupné z: <http://www.valasskeklobouky.cz/soucasnost-mesta/d-1332/p1=36435>

- [38] Strategický plán, 2014. *Valašské Klobouky*. [online]. [cit. 2017-01-23]. Dostupné z: http://www.valasskeklobouky.cz/assets/File.ashx?id_org=17631&id_dokumenty=454665
- [39] Strukturální fondy: Operační programy. *Ministerstvo pro místní rozvoj* [online]. 2017 [cit. 2017-03-30]. Dostupné z: [https://www.mmr.cz/cs/Regionalni-politika-a-cestovni-ruch/Cestovni-ruch/Programy-Dotace/Narodni-program-podpory-cestovniho-ruchu-v-regionech-\(2016-2020\)](https://www.mmr.cz/cs/Regionalni-politika-a-cestovni-ruch/Cestovni-ruch/Programy-Dotace/Narodni-program-podpory-cestovniho-ruchu-v-regionech-(2016-2020))
- [40] ŠIMKOVÁ, Eva, 2008. *Udržitelný Rozvoj Venkova a Role Venkovské Turistiky*. E a M: Ekonomie a Management. vol. 11, no. 1 s. 26-32. ISSN:1212-3609.
- [41] TITTELBACHOVÁ, Šárka, 2011. *Turismus a veřejná správa: průniky, dysfunkce, problémy, šance: státní politika turismu České republiky: systémový přístup k řešení problémů*. Praha: Grada, 196 s. ISBN 978-80-247-3842-0.
- [42] Ubytování – Východní Morava, 2017. *Východní Morava* [online]. [cit. 2017-01-25]. Dostupné z: http://www.vychodni-morava.cz/ubytovani?lokalita=95®ion=&obec_name=Vala%C5%A1sk%C3%A9+Klobouky&tag=&term=
- [43] *Valašské Klobouky*. 2013[online]. [cit. 2017-01-20]. Dostupné z: <http://www.kosenka.cz/index.php>
- [44] ZELENKA, Josef, 2010. *Marketing cestovního ruchu*. Praha: Univerzita Jana Amose Komenského, 240 s. ISBN 978-80-86723-95-2.
- [45] Zpravodajství. *Naše Valašsko* [online]. 2015 [cit. 2017-01-25]. Dostupné z: <http://www.nasevalassko.info/zpravodajstvi/ostatni-zpravy/item/5700-valasske-klobouky-potreti-udelily-cenu-mesta.html>

SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK

ARES	Administrativní registr ekonomických subjektů
CR	Cestovní ruch
ČR	Česká Republika
ČSAD	Československá státní automobilová doprava
ČSÚ	Český statistický úřad
EAFRD	Evropský zemědělský fond pro rozvoj venkova
EFF	Evropský námořní a rybářský fond
ERDF	Evropský fond regionálního rozvoje
ESF	Evropský sociální fond
EU	Evropská unie
FS	Fond soudržnosti
HDP	Hrubý domácí produkt
CHKO	Chráněná krajinná oblast
KD	Kulturní dům
MAS	Místní akční skupina
MK	Ministerstvo kultury
MMR	Ministerstvo pro místní rozvoj
OP	Operační program
SLBD	Sčítání lidí, bytů a domů
SR	Slovenská republika
UNWTO	Světová organizace cestovního ruchu
ZPS	Změněná pracovní schopnost

SEZNAM OBRÁZKŮ

Obrázek 1 Turistické regiony ČR	35
Obrázek 2 Znak a logo města Valašské Klobouky	40
Obrázek 3 Administrativní mapa správního obvodu Valašské Klobouky	41
Obrázek 4 Mapa cyklostezky Bečva-Vlára-Váh	49
Obrázek 5 Řešení v programu QM for windows	75
Obrázek 6 Řešení v programu QM for windows – kritická cesta	75

SEZNAM TABULEK

Tabulka 1 Vývoj demografických údajů ve Valašských Kloboukách v letech 1991-2015.....	42
Tabulka 2 Možnosti a kapacity ubytování ve Valašských Kloboukách	50
Tabulka 3 Přehled investičních projektů cestovního ruchu ve Valašských Kloboukách 2013-2016.....	52
Tabulka 4 Predikce vybraných ukazatelů pro město Valašské Klobouky	53
Tabulka 5 Strategie rozvoje cestovního ruchu.....	65
Tabulka 6 Odhadovaný finanční plán projektu Turistické balíčky.....	73
Tabulka 7 Činnosti pro realizaci projektu Turistické balíčky	74
Tabulka 8 Harmonogram projektu.....	76
Tabulka 9 Analýza rizik projektu Turistické balíčky	77

SEZNAM GRAFŮ

Graf 1 Věková struktura obyvatelstva ve Valašských Kloboukách.....	43
Graf 2 Výdaje na kulturu a CR v tis. Kč ve Valašských Kloboukách za posledních 5 let.....	51

SEZNAM PŘÍLOH

P I Přírodní a kulturní atraktivity města

P II Zajímavá místa v okolí

PŘÍLOHA P I: PŘÍRODNÍ A KULTURNÍ ATRAKTIVITY MĚSTA



Přírodní památka Dobšena a tradiční kosení luk na Dobšeně



Rozhledna Královec



Ekocentrum Kosenka



Muzeum Valašské Klobouky



Červený dům ve Valašských Kloboukách

PŘÍLOHA P II: ZAJÍMAVÁ MÍSTA V OKOLÍ



Hrad Brumov



Pivečkův lesopark ve Slavičíně



Čertovy skály v Lidečku



Envicentrum ve Vysokém Poli