

Rozvoj cestovního ruchu ve vztahu k udržitelnosti a podpoře podnikání v obci Lednice

Kateřina Kurková

Bakalářská práce
2018



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: 2017/2018

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Kateřina Kurková**
Osobní číslo: **M15085**
Studijní program: **B6202 Hospodářská politika a správa**
Studijní obor: **Veřejná správa a regionální rozvoj**
Forma studia: **prezenční**

Téma práce: **Rozvoj cestovního ruchu ve vztahu k udržitelnosti a podpoře podnikání v obci Lednice**

Zásady pro vypracování:

Úvod

Definujte cíle práce a použité metody zpracování práce.

I. Teoretická část

- Definujte pojem cestovního ruchu, druhy cestovního ruchu a související faktory.
- Vymezte význam, podmínky a dopady rozvoje cestovního ruchu.
- Popište nástroje k podpoře rozvoje cestovního ruchu.

II. Praktická část

- Analyzujte současný stav cestovního ruchu v obci Lednice včetně provedení dotazníkového šetření mezi aktéry cestovního ruchu.
- Vypracujte návrhy pro rozvoj cestovního ruchu v obci Lednice.

Závěr

Rozsah bakalářské práce: cca 40
Rozsah příloh:
Forma zpracování bakalářské práce: tištěná/elektronická

Seznam odborné literatury:

FORET, Miroslav a Věra FORETOVÁ. Jak rozvíjet místní cestovní ruch. 1. vyd. Praha: Grada, 2001, 178 s. ISBN 80-247-0207-x.
RYGLOVÁ, Kateřina. Cestovní ruch: soubor studijních materiálů. 3. vyd. Ostrava: Key Publishing, 2009, 187 s. ISBN 978-80-7418-028-6.
SHARPLEY, Richard, ed. Tourism and development. 2nd ed. Los Angeles: Sage Reference, 2015, 568 s. ISBN 978-1-4739-1241-0.
TRNKOVÁ, O. a kol. Území a cestovní ruch. 1. vyd. Praha: VŠE Praha, 1993, 95 s. ISBN 80-7079-123-3.
VAŠKO, M. Cestovní ruch a regionální rozvoj. 1. vyd. Praha: Oeconomica, 2002, 96 s. ISBN 80-245-0445-6.

Vedoucí bakalářské práce: Ing. Pavel Grebeníček, Ph.D.
Ústav regionálního rozvoje, veřejné správy a práva
Datum zadání bakalářské práce: 15. prosince 2017
Termín odevzdání bakalářské práce: 14. května 2018

Ve Zlíně dne 15. prosince 2017



doc. Ing. David Tuček, Ph.D.
děkan



RNDr. Pavel Bednář, Ph.D.
ředitel ústavu

**PROHLÁŠENÍ AUTORA
BAKALÁŘSKÉ/DIPLOMOVÉ PRÁCE**

Prohlašuji, že

- beru na vědomí, že odevzdáním diplomové/bakalářské práce souhlasím se zveřejněním své práce podle zákona č. 111/1998 Sb. o vysokých školách a o změně a doplnění dalších zákonů (zákon o vysokých školách), ve znění pozdějších právních předpisů, bez ohledu na výsledek obhajoby;
- beru na vědomí, že diplomová/bakalářská práce bude uložena v elektronické podobě v univerzitním informačním systému dostupná k prezenčnímu nahlédnutí, že jeden výtisk diplomové/bakalářské 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/bakalářské 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/bakalářské práce využít ke komerčním účelům;
- beru na vědomí, že pokud je výstupem diplomové/bakalářské 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/bakalářské práci pracoval samostatně a použitou literaturu jsem citoval. V případě publikace výsledků budu uveden jako spoluautor.
2. že odevzdaná verze diplomové/bakalářské práce a verze elektronická nahraná do IS/STAG jsou totožné.

Ve Zlíně 10.5.2018

Jméno a příjmení: Kateřina Kurková


.....
podpis diplomanta

ABSTRAKT

Tato bakalářská práce je zaměřena na rozvoj cestovního ruchu ve vztahu k udržitelnosti a podpoře podnikání v obci Lednice.

Práce se skládá ze dvou základních částí. Tou první je teoretická část, ve které je definován pojem cestovní ruch a jeho základní charakteristiky. Dále je tato část zaměřená na trvale udržitelný rozvoj cestovního ruchu a nástroje pro podporu udržitelnosti cestovního ruchu.

Druhou částí této práce je část praktická, ve které jsou uvedeny základní informace o obci Lednice a kde je analyzován současný stav cestovního ruchu v této konkrétní obci. Dále je zde provedeno dotazníkové šetření mezi obyvateli obce Lednice a semistrukturované rozhovory s podnikatelskými subjekty v obci a se starostou obce. Na závěr jsou zde navržena opatření pro další rozvoj cestovního ruchu v obci.

Klíčová slova:

cestovní ruch, Lednice, podpora podnikání, rozvoj, udržitelnost

ABSTRACT

This bachelor thesis is focused on development of tourism in relation to sustainability and enterprise support in village Lednice.

This thesis consist of two basic parts. The first in the theoretical part, which defines the concept of tourism and its basic characteristics. Also, this part is focused on the sustainable development of tourism and tools to promote tourism sustainability

The second part of this thesis is practical part, which provides basic information about Lednice village and where is analyzed present state of tourism in this particular village. I will also carried out a survey and interviews which is evaluated and serves as a basis for proposals for improving tourism in this area. In the end there is measures for the further development of tourism in this village

Keywords:

Tourism, Lednice, Business Support, Development, Sustainability

Za odborné vedení mé bakalářské práce, rady a pomoc při správném uchopení tématu rozvoje cestovního ruchu, bych ráda poděkovala panu Ing. Pavlu Grebeníčkoví Ph.D. Děkuji také všem účastníkům dotazníkového šetření a rozhovorů, kteří byli ochotni věnovat svůj čas a poskytli mi data ke zpracování práce. Dále bych chtěla poděkovat své rodině a zejména teda své mamince, která mi vnukla nápad zpracovávat téma obce Lednice, kterou máme obě tak rády. Jedno velké dík také patří mému příteli a jeho rodině, kteří mi byli také vždy oporou při cestě celým mým studiem.

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

OBSAH

ÚVOD.....	10
CÍLE A METODY ZPRACOVÁNÍ PRÁCE.....	11
TEORETICKÁ ČÁST.....	12
1 CESTOVNÍ RUCH.....	13
1.1 DEFINICE CESTOVNÍHO RUCHU A ZÁKLADNÍ POJMY.....	13
1.2 DRUHY CESTOVNÍHO RUCHU.....	14
1.2.1 DLE MOTIVU.....	14
1.2.2 DLE GEOGRAFICKÉHO HLEDISKA.....	15
1.2.3 DLE POČTU ÚČASTNÍKŮ.....	16
1.2.4 DLE ZPŮSOBU ORGANIZACE.....	16
1.2.5 DLE DÉLKY POBYTU.....	16
1.2.6 DLE ROČNÍHO OBDOBÍ.....	16
1.2.7 DLE VĚKU ÚČASTNÍKU.....	16
1.3 PODPORA ROZVOJE CESTOVNÍHO RUCHU V ČESKÉ REPUBLICE.....	17
1.3.1 CZECHTOURISM.....	17
1.3.2 MARKETINGOVÁ KONCEPCE CESTOVNÍHO RUCHU 2013-2020.....	18
1.3.3 KONCEPCE STÁTNÍ POLITIKY CESTOVNÍHO RUCHU V ČR NA OBDOBÍ 2014-2020.....	20
1.4 DESTINACE.....	21
1.5 TRENDY V CESTOVNÍM RUCHU.....	21
1.5.1 DEMOGRAFIE.....	21
1.5.2 ZDRAVÍ.....	22
1.5.3 VNÍMAVOST A VZDĚLÁNÍ.....	22
1.5.4 VOLNÝ ČAS.....	22
1.5.5 ZKUŠENOSTI S CESTOVÁNÍM.....	23
1.5.6 INFORMAČNÍ TECHNOLOGIE.....	23
1.5.7 DOPRAVA.....	23
1.5.8 EKOLOGIE.....	24
1.5.9 BEZPEČNOST.....	24
1.6 DOPADY ROZVOJE CESTOVNÍHO RUCHU.....	24
1.7 TRVALE UDRŽITELNÝ ROZVOJ CESTOVNÍHO RUCHU.....	25

1.7.1	TRVALE UDRŽITELNÝ ROZVOJ OBECNĚ.....	25
1.7.2	TRVALE UDRŽITELNÝ ROZVOJ CESTOVNÍHO RUCHU	26
1.7.3	CÍLE UDRŽITELNÉHO ROZVOJE V CESTOVNÍM RUCHU	27
1.7.4	ZÁKLADNÍ PRINCIPY UDRŽITELNÉHO ROZVOJE	27
1.7.5	NÁSTROJE PRO PODPORU TRVALE UDRŽITELNÉHO CESTOVNÍHO RUCHU.....	28
1.7.6	INDIKÁTORY TRVALE UDRŽITELNÉHO ROZVOJE CESTOVNÍHO RUCHU.....	29
1.7.7	HODNOCENÍ UDRŽITELNÉHO ROZVOJE.....	30
II.	PRAKTICKÁ ČÁST	31
2	CHARAKTERISTIKA ÚZEMÍ OBCE LEDNICE	32
2.1	LEDNICKO-VALTICKÝ AREÁL	32
2.2	LEDNICE.....	33
2.2.1	OBČANSKÁ VYBAVENOST OBCE	34
2.2.2	OBYVATELSTVO	34
2.2.3	FINANČNÍ HOSPODAŘENÍ OBCE	35
2.2.4	UBYTOVACÍ ZAŘÍZENÍ	36
2.2.5	STRAVOVACÍ ZAŘÍZENÍ.....	37
2.2.6	SPORTOVNÍ A REKREAČNÍ ZAŘÍZENÍ	38
2.2.7	TURISTICKÉ INFORMAČNÍ CENTRUM.....	38
2.2.8	PŘEHLED VÝZNAMNÝCH PAMÁTEK A ATRAKCÍ	38
2.3	DOTAZNÍKOVÉ ŠETŘENÍ – OBYVATELÉ OBCE LEDNICE	43
2.3.1	STANOVENÍ VÝZKUMNÉHO PROBLÉMU	43
2.3.2	VÝBĚR RESPONDENTŮ	43
2.3.3	OTÁZKA Č.1: JSTE OBYVATELEM OBCE LEDNICE?.....	44
2.3.4	OTÁZKA Č.2: OVLIVŇUJE VÁŠ BĚŽNÝ ŽIVOT ROZVOJ CESTOVNÍHO RUCHU VE VAŠÍ OBCI?.....	44
2.3.5	OTÁZKA Č.3: POKUD ANO, SPÍŠE POZITIVNĚ NEBO NEGATIVNĚ?.....	45
2.3.6	OTÁZKA Č.4: V JAKÝCH PŘÍPADECH OVLIVŇUJE ROZVOJ CESTOVNÍHO RUCHU NEGATIVNĚ VÁŠ BĚŽNÝ ŽIVOT?	46
2.3.7	OTÁZKA Č.5: V JAKÝCH PŘÍPADECH OVLIVŇUJE ROZVOJ CESTOVNÍHO RUCHU POZITIVNĚ VÁŠ BĚŽNÝ ŽIVOT?	47
2.3.8	OTÁZKA Č.6: HODNOCENÍ SPOKOJENOSTI	49
2.3.9	ZHODNOCENÍ DOTAZNÍKOVÉHO ŠETŘENÍ.....	51
2.4	POHLED PODNIKATELSKÝ SUBJEKTŮ	51
2.4.1	VÝBĚR RESPONDENTŮ	52
2.4.2	VYHODNOCENÍ VÝZKUMU	52
2.4.3	CELKOVÉ SHRNTUÍ VÝZKUMU	54
2.5	POHLED OBCE.....	55
2.5.1	ROZHOVOR SE STAROSTOU OBCE.....	55
2.5.2	CELKOVÉ SHRNTUÍ ROZHOVORU	57
2.6	CELKOVÉ SHRNTUÍ ANALYTICKÉ ČÁSTI	57
2.7	NÁVRHY PRO ROZVOJ CESTOVNÍHO RUCHU V OBCI LEDNICE	58

2.7.1	OPATŘENÍ Č. 1 – DOPRAVA	58
2.7.2	OPATŘENÍ Č. 2 – ŽIVOTNÍ PROSTŘEDÍ	60
2.7.3	OPATŘENÍ Č. 3 – DOTAČNÍ PROGRAMY	61
2.7.4	OPATŘENÍ Č. 4 – KOUPALIŠTĚ	62
2.7.5	OPATŘENÍ Č. 5 – ROZŠÍŘENÍ NABÍDKY SLUŽEB V OBCI	63
	ZÁVĚR	65
	SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY.....	66
	SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK.....	68
	SEZNAM OBRÁZKŮ	69
	SEZNAM TABULEK.....	70
	SEZNAM PŘÍLOH.....	71

ÚVOD

Tématem mé bakalářské práce je Rozvoj cestovního ruchu ve vztahu k udržitelnosti a podpoře podnikání v Lednici. Toto téma jsem si vybrala díky blízkému vztahu v touto obci, jelikož pocházím z vedlejší asi 8 kilometrů vzdálené obce Podivín. Lednice je moje srdcová záležitost a možnost procházky v Lednickém parku nikdy nevynechám. Lednice toho má spoustu co nabídnout, nejen turistům ale i svým obyvatelům. Tato obec je plná historických i přírodních památek, dobrého vína, milých lidí a skvělé atmosféry. Lednice má obrovský potenciál a je třeba toho využít.

O cestování a cestovní ruch jako takový jsem se vždy zajímala a mám k němu velmi kladný vztah. Cestovní ruch je součástí našich životů a myslím si, že je důležité se o něj zajímat. Všichni totiž chceme poznávat nové a neobjevené, ať už jsou to destinace u moře, hlavní města států nebo lesy, hory a krajiny. Cestování není jenom o tom, poznat místo ale nadechnout se atmosféry a poznat danou destinaci i z pohledu kultury, místních obyvatel, zvyků a tradic či mentality obyvatelstva. V dnešní uspěchané moderní době, je třeba někdy odložit techniku a vnímat svět okolo pouze svými smysly. Cestovní ruch je specifické odvětví průmyslu, které je pro ekonomiku naší země velmi důležité. Cestovní ruch můžeme členit na spoustu druhů, na které bych se chtěla zaměřit v teoretické části mé práce.

Má práce je také zaměřena na udržitelný rozvoj, protože jsem se chtěla hlouběji ponořit do tématu, jestli obrovské využití potenciálu obce je možno trvale udržet, bez toho, aniž by ji to změnilo. Lednice chce být pro návštěvníky i obyvatele atraktivní destinací ale za jakou cenu? Je podle mě velmi důležité zachovat ráz této obce se vším, co nabízí, i pro další generace.

V samotném dotazníkovém šetření plánuji oslovit 80-100 respondentů a zjistit od nich nejen odpovědi na moje otázky ale jejich vlastní názor na tuto problematiku. Chtěla bych se ptát místních obyvatel, jak oni vnímají to, že se jim obec před očima rozvíjí po stránce cestovního ruchu a jak významně to může ovlivnit jejich životy. Chtěla bych zjistit, pomocí semistrukturovaných rozhovorů pohled podnikatelských subjektů na problematiku rozvoje cestovního ruchu v obci, kde působí. Ráda bych, aby mi třetí úhel pohledu na tuto záležitost poskytla i obec.

Pokud budu mít komplexní pohled na věc s více úhlů, budu se snažit vymyslet na základě zjištěných informací, návrhová opatření na zlepšení a další rozvoj cestovního ruchu v obci Lednice.

CÍLE A METODY ZPRACOVÁNÍ PRÁCE

Nejdůležitějším cílem této bakalářské práce je zanalyzovat současný stav rozvoje cestovního ruchu v obci Lednice a na základě zjištěných poznatků navrhnout opatření pro zlepšení současného stavu. Důležitou součástí této práce je zmapovat obec Lednice z co nejvíce úhlů, abychom získali co nejkomplexnější pohled na danou problematiku. Dále provést výzkum mezi místními obyvateli o tom, jak oni vnímají rozvoj cestovního ruchu v jejich obci a zeptat se na názory přímo z nitra obce. Pro větší přehled a komplexnost informací se budu ptát na otázky zástupců podnikatelských subjektů a obce pomocí semistrukturovaných rozhovorů. Na základě takto zjištěných poznatků poté navrhnu opatření, která by obci pomohla se dále rozvinout po stránce cestovního ruchu.

Tato bakalářská práce je rozdělena na dvě části, a to část teoretickou a část praktickou. V teoretické části je využito zejména literární rešerše ale také aktuální informace z webových stránek Ministerstva pro místní rozvoj, kde nalezneme strategické dokumenty k tématu rozvoje cestovního ruchu, udržitelnosti cestovního ruchu i podpoře podnikání. Internetové zdroje byly pak hlavně využity v praktické části, kdy bylo potřeba zjistit aktuální statistické informace o obci nebo turistické informace o památkách a atrakcích v Lednici. V samotné praktické části byla nejprve provedena analýza obce po stránce potenciálu cestovního ruchu zde a dále dotazníkové šetření, kterého se zúčastnilo 84 respondentů. Dále je zde uveden rozbor každé otázky a citace místních obyvatel, kteří se vyjádřili k dané problematice. Dalším krokem jsou rozhovory se zástupci podnikatelských subjektů v obci a také starostou obce. Návrhová opatření, které jsou na konci mé práce, byla konzultována s členem rady a zastupitelem obce Richardem Vavříkem.

Konkrétní metody, které byly použity v mé bakalářské práci, jsou:

- Nastudování odborné literatury
- Studium sekundárních internetových zdrojů
- Analýza obce s pohledu cestovního ruchu
- Dotazníkové šetření s použitím primárních (interních zdrojů)
- Semistrukturované rozhovory

I. TEORETICKÁ ČÁST

1 CESTOVNÍ RUCH

Cestovní ruch je velmi široký pojem, který se stal významnou součástí ekonomických a sociálních jevů v dnešní době. My všichni jsme součástí nějakého cestovního ruchu a ať chceme nebo ne, je to součást našeho života. Na celém světě se lidé stále přemísťují z místa na místo, ať už za účelem cesty do práce či školy nebo třeba jedou poznat svět a užít si dovolenou. Cestovní ruch je skloňován ve spoustě možných souvislostech, i když se dle mého názoru celkem těžko vysvětluje a definuje.

Tento pojem je odvozen od slova cestování, avšak oba tyto pojmy jsou odlišné. Cestování můžeme brát jako cesty spojené s přechodným pobytem na jiném místě, než je naše trvalé bydliště, zatímco cestovní ruch je možno obecně brát jako hromadný jev cestování spojený s poskytováním služeb jako je například ubytování nebo stravování a tyto specifické služby jsou poskytovány specializovanými organizacemi. Cestovní ruch můžeme tedy chápat spíše jako spotřební oblast, která uspokojuje lidské potřeby a přání a zároveň tvoří i významnou součást národní ekonomiky, a to právě díky tomu, že tyto lidské potřeby a přání uspokojují specifické organizace a ty jsou součástí určitých podnikatelských aktivit. (Kotíková a Schwartzhoffová, 2017, s. 9; Drobná a Morávková, 2010, s. 9; Ryglová, 2009, s. 9)

1.1 Definice cestovního ruchu a základní pojmy

V dnešní době už můžeme najít spousty definic cestovního ruchu, avšak jednu z prvních definic vytvořili dva švýcarští vědci a zní:

„Cestovní ruch představuje soubor vztahů a jevů, které vyplývají z pobytu na cizím místě, přičemž cílem pobytu není trvalé usídlení nebo výkon výdělečné činnosti.“ (Hunziker a Krapf, 1942)

Tato definice se stala klíčovou při počátcích formování cestovního ruchu jako teoretické disciplíny. (Kotíková a Schwartzhoffová, 2017, s. 9)

Definice, která byla přijata jako oficiální v roce 1993, se stala definicí z konference Světové organizace cestovního ruchu v Ottawě.

„Cestovní ruch představuje činnost lidí spočívající v cestování a pobytu v místě mimo jejich obvyklého pobytu po dobu kratší jednoho roku za účelem využití volného času, obchodu a jinými účely“ (Kotíková a Schwartzhoffová, 2017, s. 10)

Dle mého názoru mi tato definice pro účely mé bakalářské práce poslouží dostatečně.

Konference Světové organizace cestovního ruchu v Ottawě v roce 1991 byla důležitá nejen proto, že se na ní ustanovila definice cestovního ruchu, ale také proto, že se zde vymezily další velmi důležité pojmy, které budou pro účely této bakalářské práce klíčové.

Subjekty neboli účastníky cestovního ruchu dělíme na následující:

- turista (tourist) – je osoba, která přenocuje alespoň 1 noc v navštíveném místě. Turisté se dále člení dle délky pobytu, a to na turisty na dovolené (holiday maker) a krátkodobě pobývajících turisty (short-term tourist).
- výletník (same-day visitor) – je osoba, která stráví na konkrétním místě méně než 24 hodin a v navštíveném místě nepřenocuje.
- návštěvník (visitor) – je osoba, která cestuje v rámci své země (v rámci země, ve které má trvalé bydliště) a to na dobu, která je zpravidla kratší než 6 měsíců.
- stálý obyvatel (rezident) – je osoba, která stráví na daném místě více než 6 měsíců ať už je to cizinec či občan státu. (Trnková, 1993, s. 16)

Objekt cestovního ruchu je nositel nabídky. Objekt je to, kvůli čemu na dané místo jedeme, například příroda, kultura, podniky nebo událost. V návaznosti na objekt cestovního ruchu si můžeme dále rozdělit dvě nabídky a to:

- primární nabídka – tvoří přirozený potenciál cestovního ruchu v konkrétním místě.
- sekundární nabídka – prostředek k dalšímu uspokojení potřeb cestovního ruchu. (Vaško, 2002, s. 33)

Jako příklad pro lepší pochopení primární a sekundární nabídky si zde můžeme uvést krásný přírodní park a stánek s občerstvením v bezprostřední blízkosti tohoto parku. Přírodní park je primární nabídka, je to přirozený potenciál cestovního ruchu v konkrétní oblasti, na druhou stranu stánek s občerstvením je další prostředek k podpoře uspokojování potřeb cestovního ruchu. (Hesková, 2011, s. 11-13)

1.2 Druhy cestovního ruchu

Cestovní druh si můžeme rozdělit dle nejrůznějších hledisek. Zde si uvedeme ty nejdůležitější z nich pro správné uchopení tohoto tématu pro potřeby této bakalářské práce.

1.2.1 Dle motivu

První hledisko, které si zde uvedeme je motiv. Motiv účasti na cestovním ruchu je to, proč chceme na konkrétní místo vycestovat. Dle těchto motivů dělíme cestovní ruch na:

- rekreační cestovní ruch – cílem tohoto cestovního ruchu je rekreace neboli fyzická a psychická regenerace. Nejtypičtějším příkladem tohoto cestovního ruchu je lázeňský cestovní ruch, kdy subjekty cestovního ruchu lákají na konkrétní místo léčebné faktory této destinace.
- přírodní cestovní ruch – hlavním účelem toho cestovního ruchu je poznat přírody a navštívit hlavně nedotčená místa jako jsou národní parky, přírodní rezervace, pralesy či pouště.
- venkovský cestovní ruch – typickými příklady tohoto cestovního ruchu jsou agroturistika, kdy jsou účastníci zahrnuti do života na venkově na farmě či vinici, a ekoagroturismus, kdy účastníci tráví svůj pobyt na farmě s alternativním způsobem zemědělství.
- kulturně poznávací cestovní ruch – cílem tohoto cestovního ruchu je poznání jiných kultur, tradic a života jiných lidí či návštěva památek.
- společenský cestovní ruch – cílem toho cestovního ruchu je integrace účastníků cestovního ruchu či obyčejná návštěva příbuzných.
- sportovní cestovní ruch – cílem tohoto cestovního ruchu je činnost spojená s aktivním či pasivním sportovním vyžitím.
- ekonomický cestovní ruch – tento cestovní ruch je spojen zejména s výstavami a veletrhy, obchodními či služebními cestami.
- politický cestovní ruch – tento cestovní ruch využívají zejména polici a diplomaté při svých cestách. (Kotíková a Schwartzhoffová, 2017, s. 15-16; Foret a Foretová, 2001, s. 32)

1.2.2 Dle geografického hlediska

Další celkem jednoduché ale velmi důležité je rozdělení cestovního ruchu na:

- domácí cestovní ruch (domestic tourism)
- zahraniční cestovní ruch (international tourism) – který si dále můžeme ještě rozdělit na příjezdový cestovní ruch (inbound tourism) a výjezdový cestovní ruch (outbound tourism). (Kotíková a Schwartzhoffová, 2017, s. 13)

1.2.3 Dle počtu účastníků

Podle hlediska počtu účastníků dělíme cestovní ruch také na cestovní ruch skupinový (group travel) a cestovní ruch individuální (individual travel). (Kotíková a Schwartzhoffová, 2017, s. 17)

1.2.4 Dle způsobu organizace

Toto rozdělení spočívá v tom, zda si necháme dovolenou zařídit cestovní kanceláři, v tomto případě se jedná o organizovaný cestovní ruch, nebo zda zařizujeme dovolenou sami, v tomto případě hovoříme o neorganizovaném cestovním ruchu. (Kotíková a Schwartzhoffová, 2017, s. 17)

1.2.5 Dle délky pobytu

Dle délky pobytu rozdělujeme cestovní ruch na dva základní druhy a to:

- krátkodobý cestovní ruchu – kdy délka pobytu nepřesáhne 3 dny a 2 noci strávené v dané destinaci,
- dlouhodobý cestovní ruch – kdy délka pobytu je naopak delší než 3 dny a 2 noci. (Kotíková a Schwartzhoffová, 2017, s. 17)

1.2.6 Dle ročního období

Cestovní dluh můžeme dále dělit podle doby, kdy se cesta uskuteční. Toto rozlišení se používá hlavně v oblastech mírného podnebného pásu, jelikož rozlišujeme:

- sezónní cestovní ruch – který můžeme dále dělit na letní či podzimní,
- mimosezónní cestovní ruch
- celoroční cestovní ruch.

V České republice je hlavní letní sezóna v období letních prázdnin (červenec a srpen) a zimní hlavní sezóna na horách začíná v období Vánoc a končí až v termínu jarních prázdnin, který se liší v každém kraji. (Kotíková a Schwartzhoffová, 2017, s. 18)

1.2.7 Dle věku účastníku

Dle věků účastníků (dle doporučení Světové organizace cestovního ruchu) dělíme cestovní ruch na 4 skupiny. Je to cestovní ruch dětí (children tourism), kde je věkové rozmezí stanoveno na 0-14 let, dále cestovní ruch mládeže (youth tourism), kdy se věk účastníků cestovního ruchu pohybuje mezi 15-24 lety. Třetí druh cestovního ruchu, je cestovní ruch do-

spělých (adult travel), kde je věkové rozmezí 25-64 let, a poslední druh je cestovní ruch seniorů (senior travel či elderly travel), kdy se věk účastníků pohybuje nad hranicí 65 let. Do tohoto dělení bychom mohli také zařadit cestovní ruch rodin s dětmi či prarodičů s dětmi. (Sharpley, 2015, s. 126)

Další hlediska, které můžeme brát v potaz při dělení cestovního ruchu jsou například délka pobytu účastníků, financování, věk účastníků či roční období. Tyto dělení si zde však nebudeme dále rozebírat, jelikož nejsou klíčové pro uchopení tématu této bakalářské práce. (Kotíková a Schwartzhoffová, 2017, s. 12-19; Němčanský, 1999, s. 18-23)

1.3 Podpora rozvoje cestovního ruchu v České republice

V České republice se cestovní ruch rozvíjí i pod záštitou ministerstva pro místní rozvoj, které je metodickým a koordinačním prvkem pro všechny subjekty cestovního ruchu. Největší nástroj pro působení ministerstva v oblasti cestovního ruchu je strategický střednědobý dokument Koncepce státní politiky cestovního ruchu na období 2014-2020, který se zaměřuje hlavně na možnosti rozvoje cestovního ruchu v České republice. Ministerstvo si klade za největší cíl využít legislativu k vytvoření vhodných podmínek pro rozvoj cestovního ruchu a zároveň stanovit jasná pravidla, která ochrání spotřebitele a dají jasný rámec cestovním agenturám a kancelářím. Prostřednictvím strukturálních fondů Evropské Unie ministerstvo realizuje spoustu projektů, které pomáhají rozvíjet cestovní ruch v České Republice. Ministerstvo pro místní rozvoj si zřídilo také příspěvkovou organizaci CzechTourism, která je českou centrálou pro cestovní ruch a prezentuje Českou republiku v zahraničí i v tuzemsku. (Ministerstvo pro místní rozvoj, © 2016)

1.3.1 CzechTourism

Agentura CzechTourism byla zřízena v 1. dubna 1993 rozhodnutím ministra hospodářství. Oficiálním zřizovatelem je Ministerstvo pro místní rozvoj a ve zřizovací listině této agentury se můžeme dočíst, že má za úkol činnost spojenou s prezentací České republiky jako destinací cestovního ruchu, přispívat k rozvoji cestovního ruchu a také být odbornou podporou pro ministerstvo v této oblasti. CzechTourism by měla propagovat aktivity jak státních institucí, tak podnikatelských subjektů v oblasti cestovního ruchu a snažit se dosáhnout vzájemné spolupráce těchto subjektů. Na nadnárodní úrovni působí agentura v Evropské komisi cestovního ruchu, kde spolupracuje s ostatními členskými zeměmi na marketingových činnostech na trzích mimo Evropu. (Ministerstvo pro místní rozvoj)

V čele této agentury stojí ředitel, kterého jmenuje a odvolává ministr pro místní rozvoj, který se však řídí výsledky výběrového řízení, které je provedeno zřizovatelem. Každý ředitel má za úkol pracovat na marketingu cestovního ruchu v České republice v souladu se současným dokumentem Koncepce státní politiky cestovního ruchu. (Ministerstvo pro místní rovoj)

Agentura CzechTourism ve spolupráci s Ministerstvem pro místní rozvoj si stanovila 6 základních oblastní cílů, které by chtěla momentálně plnit.

1. Koordinace činností v oblasti cestovního ruchu – kde si klade za cíl podporovat všestranný rozvoj, spolupracovat s orgány státní správy a samosprávy, zahraničními institucemi atd.
2. Destinační marketing – kde hlavním úkolem je podpora marketingových činností na domácím i zahraničním trhu, podpora vytváření produktů cestovního ruchu, které budou zároveň šetrné k životnímu prostředí.
3. Mediální prezentace České republiky – znamená zabezpečování spolupráce s novináři a médii v zahraničí i v tuzemsku.
4. Informační podpora cestovního ruchu – kde by agentura chtěla poskytovat informační servis pro cestovní ruch v podobě odborných zpráv o marketingu a regionálních informacích.
5. Výzkumné a vzdělávací činnosti – kde se jedná především o edukaci subjektů cestovního ruchu o zajištění a konkurenceschopnosti na trzích, jak domácích, tak zahraničních.
6. Ekonomické a administrativní zajištění chodu agentury – kde jde pouze o jediný úkol, a to je zajištění provozních činností agentury a zajištění ekonomické a administrativní podpory pro subjekty cestovního ruchu. (Marketingová koncepce cestovního ruchu 2013-2010, 2012, str. 6)

1.3.2 Marketingová koncepce cestovního ruchu 2013-2020

Marketingová koncepce cestovního ruchu 2013-2020 slouží hlavně agentuře CzechTourism stanovit si a dosáhnout cíle, které si spolu s Ministerstvem pro místní rozvoj určí. Tato koncepce byla zpracována současně s Koncepcí státní politiky cestovního ruchu, kde rozvíjí hlavně Destinační marketing, což je priorita číslo 3. Základem této koncepce je také vize, která zní: *„Česká republika jako novodobá tvář komunikační křižovatky moderní atraktivní evropské destinace, jež vítá přívětivě návštěvníky (turisty) i ty, co se sem rádi*

vracejí v bezpečné, přátelské a jedinečné části Evropy. Je to země, která dala světu mnoho významných osobností, obohatila literaturu, vědu i sport. Hrdě navazuje na silnou pozici Československa v meziválečném období srovnatelnou se Švýcarskem a je si vědoma výjimečného renomé hlavního města Prahy ve světě. Chce ukázat dosud nevyužitý potenciál neobjevených míst v regionech, které rozšiřují nabídku destinace a napomáhají k prodloužení pobytu v České republice. Destinace Česká republika je přátelská, pohostinná, bezpečná, radostná, srdečná, zábavná, poklidná, útulná a sympatická destinace, jež nabízí mimořádné zážitky spojené s odhalováním příběhů.“. K této vizi se pojí 6 atributů destinace Česká republika. (Marketingová koncepce cestovního ruchu 2013-2010, 2012, str. 9)

1. Safe and „soft“ destination – tento atribut představuje hlavně bezpečnost země a její celkovou tolerantnost k náboženství či názorům jako takovým.
2. Reachable destination – má v širším významu znamenat dostupnost destinace, která leží v srdci Evropy a je tak snadno dopravně dosažitelná ale i třeba cenově.
3. Quality destination – určuje, jak velký potenciál Česká republika má, co se týče kvality služeb a poměru cena/kvalita (value for money).
4. Cultural destination – tento atribut dává najevo, jak velké je bohatství České republiky z pohledu historie, kultury a tradic.
5. The most connected country in Europe (connectivity) – atribut, který dává jasně najevo, že Česká republika je místo pro interkulturální dialog, který má spojovat turismus s ostatními sektory i těmi zahraničními.
6. Knowledgeable and smart people – tento atribut se vztahuje k tomu, jak jsou lidé v České republice nadaní a výjimeční, co se týče vědy, techniky, sportu a spousty dalších oborů. (Marketingová koncepce cestovního ruchu 2013-2010, 2012, str. 10)

V tomto dokumentu si dále agentura stanovila dvě poslání, z nichž to první má i název, který je „Zvedáme lidi ze židlí“ a zní: „*Naší ambicí je kvalitní a efektivní destinační marketing, který „zvedá ze židlí“ a vede k příjezdu návštěvníka ze zdrojové země do naší destinace.*“. Druhou rozšířenou verzí toho poslání je znění: „*Bourání stereotypů chápeme v pozitivním významu. Víme o negativech, která chceme změnit. Chceme a jsme připraveni nalézt nová řešení a novou cestu. Vytvářením pozitivních nových stereotypů navazujících na současné trendy (never ending) přispíváme k naplnění vize destinace Česká republika. Snažíme se i o bourání stereotypů spojených s vnímáním České republiky jako destinace.* (Marketingová koncepce cestovního ruchu 2013-2020, 2012, str. 11)

Velmi důležitou částí této koncepce jsou také kvantitativní, kvalitativní a ekonomické cíle, které si tato koncepce stanovila. U kvantitativních cílů je to hlavně nárůst o 2% ročně ukazatelů poptávky a soustředit se na opakovanost návštěv destinace Česká republika. Co se týče kvalitativních cílů, jde hlavně o změnu vnímání České republiky, zvýšení hodnoty značky jako destinace Česká republika a také to, aby se zvyšovala spokojenost návštěvníků. Ekonomické cíle agentury CzechTourism jsou hlavně zefektivnit realizované komunikační kampaně a posílit obchodní zaměření agentury. (Marketingová koncepce cestovního ruchu 2013-2020, 2012, str. 19)

1.3.3 Koncepce státní politiky cestovního ruchu v ČR na období 2014-2020

Koncepce státní politiky cestovního ruchu v ČR na období 2014-2020 je další dokument zabývající se podporou cestovního ruchu v České republice. Tento strategický střednědobý dokument byl schválen vládou České republiky 27. března 2013 a jeho hlavním cílem je „*zvyšovat konkurenceschopnost celého odvětví cestovního ruchu na národní i regionální úrovni, udržení jeho ekonomické výkonnosti i jeho pozitivních dopadů na socio-kulturní a environmentální rozvoj České republiky*“. (Ministerstvo pro místní rozvoj © 2016) Mezi důležité body v této koncepci patří lepší definování postavení Ministerstva pro místní rozvoj, agentury CzechTourism a dalších subjektů cestovního ruchu, jako jsou například kraje. Tímto dokumentem chce Ministerstvo pro místní rozvoj také stabilizovat a podporovat spolupráci mezi veřejnými, privátními a neziskovými sektory hlavně pomocí destinačního managementu. Největší změnou oproti předešlým dokumentům je hlavně změna v uplatňování dotační politiky, která se nově orientuje na využívání integrovaných přístupů a využívání nových finančních nástrojů jako jsou například zvýhodněné úvěry. Tato koncepce je úzce propojená s národním marketingem pomocí Marketingové koncepce cestovního ruchu 2013-2020, kdy byly oba tyto dokumenty připravovány současně ve vzájemné interakci.

1.3.3.1 Priority

Koncepce státní politiky cestovního ruchu v ČR na období 2014-2020 si stanovuje 4 hlavní priority, které by chtěla do roku 2020 dosáhnout a těmi jsou:

- zkvalitnění nabídky cestovního ruchu – záměrem této priority je zkvalitnit podmínky podnikatelského prostředí, doprovodné služby cestovního ruchu, infrastrukturu a nabídku přírodního a kulturně-historického potenciálu cestovního ruchu ČR,

- management cestovního ruchu – cílem této priority je vybudovat systematické uspořádání cestovního ruchu v ČR, kterou se budou moct opřít všichni aktéři cestovního ruchu, podpořit rozvoj cestovního ruchu s ohledem na udržitelnost a také podpořit využívání efektivních nástrojů a inovací v oblasti cestovního ruchu,
- destinační marketing – úkolem této priority je zlepšit image ČR, podpořit vytváření konkurenceschopných nabídek na světovém trhu a shromažďovat, analyzovat a vyhodnocovat informace o domácím i zahraničním cestovním ruchu,
- politika cestovního ruchu a ekonomický rozvoj – touto prioritou si Ministerstvo pro místní rozvoj klade za cíl zlepšit koordinaci a spolupráci v cestovním ruchu na regionální a nadnárodní úrovni a zkvalitnit statistiku a výzkum v této oblasti.

1.4 Destinace

Destinace je v cestovním ruchu velmi důležitý pojem, který představuje svazek služeb spojených s cestovním ruchem, které jsou koncentrovány v dané oblasti. Důležitou podstatou destinace je to, zda je atraktivní neboli motivace návštěvníků tuto destinaci navštívit. V dnešní době jsou destinace standartní jednotky, které si navzájem konkurují a jejich společný cíl, je uspokojování potřeb pomocí služeb. Nejčastější a také nejmenší destinační jednotkou je resort. (Palátková, 2006, s. 46)

1.5 Trendy v cestovním ruchu

Díky tomu, že se cestování stalo součástí našeho životního stylu, tak jakákoliv změna ve společnosti či ekonomice ovlivňuje i cestovní ruch. Cestovní ruch se tak snaží stále se přizpůsobovat těmto změnám. Konkurence mezi subjekty cestovního ruchu tak roste a nabídka služeb se neustále vyvíjí. (Destinační management a vytváření produktů v cestovním ruchu, 2006, str. 6)

1.5.1 Demografie

V dnešní době se lidé dožívají stále vyššího a vyššího věku, a hlavně ve vyspělých zemích mají důchodci spoustu času, a hlavně finančních prostředků na to, aby využívali služeb cestovního ruchu. Příkladem tohoto trendu je například náš soused – Německo. Avšak změny spojené se zvyšováním věku odchodu do důchodu by mohli rozvoj cestovního ruchu z dlouhodobého hlediska zpomalit. Dalším aspektem toho trendu jsou i mladí lidé, kteří mají více finančních prostředků než dříve a cestování se pro ně stalo neodmyslitelnou

součástí života. (Destinační management a vytváření produktů v cestovním ruchu, 2006, str. 6-7)

Důsledky tohoto trendu je zvyšující se poptávka po kvalitních službách přinášející velké pohodlí a bezpečnost, růst poptávky po jednoduchých způsobech dopravy a po relaxaci v podobě aktivit jako je například golf. Dále roste poptávky po zájezdech i mimo hlavní sezóny a po destinacích, které jsou vzdálené a dříve byly hůře dostupné. (Destinační management a vytváření produktů v cestovním ruchu, 2006, str. 6-7)

1.5.2 Zdraví

Lidé si čím dál více uvědomují, jak moc je zdraví důležité, a to ovlivňuje jejich rozhodování v tom, do jaké destinace pojedou a co v dané destinaci budou chtít zažít. V důsledku tohoto trendu se budou chtít turisté čím dál více vyhnout takovým destinacím, které jsou všeobecně brány jako méně zdravé. Z dlouhodobého hlediska tohoto trendu bude postupně klesat zájem o pouze letní dovolené, a naopak bude růst zájem o aktivní dovolené a po pobytech spojených s wellness. (Destinační management a vytváření produktů v cestovním ruchu, 2006, str. 7)

1.5.3 Vnímavost a vzdělání

Průměrná úroveň dosaženého stupně vzdělání s postupem času roste, a tak bude hrát ve volbě dovolené velkou roli umění, kultur a historie. Tento trend bude mít za následek růst poptávky po speciálních dovolených, a to i v nových destinacích ve střední a východní Evropě. Poroste zájem o kreativnější a kvalitnější poskytování informací a dané destinaci a cestovní kanceláře budou zahrnovat do svých nabídek prvky právě umění, historie či kultury. (Destinační management a vytváření produktů v cestovním ruchu, 2006, str. 7)

1.5.4 Volný čas

Dnes se společnost snaží klást větší tlak na obyčejný život jednotlivce, a proto ovlivňuje zájem po odpočinku a relaxaci. Z tohoto trendu ale také vyplývá to, že lidé mají více finančních prostředků, a to i díky tomu, že roste počet dnů placené dovolené. Důsledkem toho je tam zvýšená poptávka po dovolených s cílem relaxace a náhrada jedné dlouhé dovolené ročně za více krátkodobých. (Destinační management a vytváření produktů v cestovním ruchu, 2006, str. 7-8)

1.5.5 Zkušenosti s cestováním

Tím, že se zvyšuje počet dovolených ročně, a tak lidé objevují více a více destinací, mají tak více zkušeností a získávají touhu si své cesty i sami plánovat dle svých představ a potřeb a zajímaje také více poměr ceny a kvality. Tento trend přinese smíšené chování spotřebitelů, které se projeví například v tom, že jeden rok si spotřebitel vybere například levnější variantu dovolené a další rok bude chtít jet na luxusní a kvalitní dovolenou. Bude oslaben minulý trend v navštěvování stejné destinace několik let pro sobě. Poroste zájem o služby typu půjčování aut či motocyklů. Destinace, které nebudou nabízet vysokou kvalitu služeb, budou upadat v oblíbenosti návštěvníků. (Destinační management a vytváření produktů v cestovním ruchu, 2006, str. 8)

1.5.6 Informační technologie

Bez telefonu v ruce dnes málokdo vyjde ráno z domu a technologie nás ovlivňují každý den a staly se naší součástí. V cestovním ruchu tak roste význam vizuální propagace na internetu, zejména na sociálních sítích. Cestovní kanceláře tak kladou velký důraz na vizuální stránku svých webových stránek a jejich aktualizaci, budou nabízet čím dál větší množství informací právě na internetu a význam kamenných prodejen cestovních agentur poklesne. Lidé budou více a více nakupovat zájezdy přes internet, anebo nebudou volit variantu cestování s cestovní kanceláří, ale budou si své dovolené plánovat sami prostřednictvím přímých rezervací přes internet. (Destinační management a vytváření produktů v cestovním ruchu, 2006, str. 8-9)

1.5.7 Doprava

Silniční doprava trpí problémem přesycení, a tak se k cestování začíná více používat doprava nízko-nákladová letecká či vysokorychlostní vlaková. Do výhody se tak dostávají destinace s jednoduchou dopravní dostupností, a to i díky tomu, že je pro návštěvníky jednoduché se dopravit do takové destinace třeba jen na prodloužený víkend. Vzroste zájem o železniční, leteckou a třeba i lodní dopravu, která bude využita například k okružním plavbám. Jak už jsem zmínila výše, vzroste poptávka po službách typu půjčení aut, protože se návštěvníci do destinace dopraví třeba vlakem, ale pro mobilitu v destinaci si auto půjčí. (Destinační management a vytváření produktů v cestovním ruchu, 2006, str. 9)

1.5.8 Ekologie

Lidé si čím dál více uvědomují význam životního prostředí a udržitelného rozvoje, a to způsobuje zvýšení poptávky po takových destinacích, kde hraje významnou roli populace. Přitažlivost pozitivně ovlivňuje přírodní krásy, a naopak negativně například znečištění ovzduší. Návštěvníci mají zájem o podporu místní populace. Pro subjekty cestovního ruchu se zvýší náklady na údržbu přírodních zdrojů, jako jsou pláže či jezera. (Destinační management a vytváření produktů v cestovním ruchu, 2006, str. 10-11)

1.5.9 Bezpečnost

Velmi aktuální trend, který v posledních letech opravdu významně ovlivňuje cestovní ruch je výskyt teroristických útoků, imigrace a regionálních válek. Pro člověka je přirozené, že má strach, a tak turisté vybírají ke svým cestám opravdu bezpečné destinace a jsou ochotni za cenu bezpečnosti investovat do své cesty i více peněžních prostředků. (Destinační management a vytváření produktů v cestovním ruchu, 2006, str. 11)

1.6 Dopady rozvoje cestovního ruchu

Dopady cestovního ruchu jsou v poslední době velmi často zmiňovány v ekonomické oblasti jak už v pozitivním, tak i v negativním smyslu. Tyto dopady lze rozdělit do tří hlavních skupin, a to jsou ekonomické, kulturně společenské a environmentální dopady rozvoje cestovního ruchu.

Tou největší skupinou jsou ekonomické dopady rozvoje cestovního ruchu. Do této skupiny řadíme zejména podíl cestovního ruchu na tvorbě hrubého domácího produktu, kdy u některých států procentuální podíl cestovního ruchu na HDP dosahuje až 20%. To jsou však státy, které se opravdu výrazně cestovnímu ruchu věnují, v České republice se tento procentuální podíl pohybuje okolo 3%. Další velmi důležitý dopad je vznik pracovních míst a tím snižování nezaměstnanosti v daném státu. V tomto ohledu si můžeme například uvést to, že se každoročně snižuje nezaměstnanost v období letních prázdnin, protože cestovní ruch pracuje na plné obrátky a rozvíjí se podnikatelské aktivity. Což nás přivádí k dalšímu dopadu, a to je právě rozvoj podnikatelských aktivit, kdy jsou produkty a služby nabízeny účastníkům cestovního ruchu. Dále si zde můžeme uvést další ekonomické dopady rozvoje cestovního ruchu, jako jsou například rozvoj infrastruktury, růst devizových příjmů a dopady na platební bilanci. Výše zmiňované ekonomické dopady byly spíše pozitivní, avšak je potřeba si uvést i ty negativní a tím je zejména efekt turistické pasti. Efekt turistické

pasti je nekontrolovatelné negativní působení cestovního ruchu, kdy mohou například být poškozeny kulturní a přírodní hodnoty destinace. (Kotíková a Schwartzhoffová, 2017, s. 31-38)

Další skupinou dopadů rozvoje cestovního ruchu je kulturně společenská skupina dopadů kulturně společenských. Sem bychom řadili zejména prvky jako je akulturace, což je jev, kdy obyvatelé destinace postupně přijímají prvky z kultury návštěvníků a jejich vlastní kultura je pomalu vytěsňována. Dalšími jevy mohou být například poškozování kulturních hodnot či sociálně patologické jevy, kam řadíme prostituci, krádeže či drogy. (Kotíková a Schwartzhoffová, 2017, s. 38-39)

Poslední skupinou dopadů rozvoje cestovního ruchu jsou ty environmentální. Zde si můžeme uvést jev eroze, problémy s větším množstvím emisí v dané oblasti a různá působení na ekosystémy. V tomto ohledu dále rozlišujeme to, jestli je poškozování přírodního prostředí úmyslné či ne. Tak či tak to má často fatální dopad na životní prostředí v dané destinaci. (Kotíková a Schwartzhoffová, 2017, s. 40-43)

1.7 Trvale udržitelný rozvoj cestovního ruchu

Důvodem, proč se vůbec politikové a ekonomové zabývají problematikou trvale udržitelného rozvoje, je hlavně populační a hospodářský růst. Tyto růsty mají za následek zvýšení poptávky po energiích a zdrojích, růst světového objemu obchodu a dopravy, a tak dochází k velkému čerpání přírodních zdrojů. Přírodní prostředí nám tak dává určité limity. (Moldan, 1996, s. 22)

1.7.1 Trvale udržitelný rozvoj obecně

Trvale udržitelný rozvoj je snaha o zajištění a uspokojení potřeb současnosti, aniž bychom omezovali zajištění a uspokojení těchto potřeb v budoucnosti. Jedná se o celý proces změny lidského chování, jak k sobě samým, tak i k přírodě. Je to snaha najít bod rovnováhy mezi svobodami a právy každého člověka a odpovědností vůči ostatním lidem a životnímu prostředí. (Ministerstvo pro místní rozvoj, 2007, str. 10)

Celková vyváženost rozvoje lze zajišťovat jak nápravným způsobem, což znamená odstraňovat škody již způsobené ekonomickým rozvojem, tak proaktivním způsobem, který spočívá ve vzájemné integraci a koordinaci cílů a tím se dá škodám předcházet. (Ministerstvo pro místní rozvoj, 2007, str. 20)

1.7.2 Trvale udržitelný rozvoj cestovního ruchu

Jedná se o „*uspokojování potřeb současných turistů a hostitelských regionů s ohledem na ochranu a zhodnocení příležitostí pro budoucnost*“. (Ministerstvo pro místní rozvoj, 2007, str. 11) Pásková a Zelenka ho zase popisují jako: „*cestovní ruch, který dlouhodobě nenarušuje přírodní, kulturní a sociální prostředí*.“ (Pásková a Zelenka, 2012, str. 590) Pokud se bavíme konkrétně o trvale udržitelném rozvoji cestovního ruchu, jde vlastně o jednoduché používání základních principů udržitelného rozvoje na cestovní ruch. Světová organizace cestovního ruchu vymezuje udržitelnost cestovního ruchu ve třech základních bodech, kterými jsou:

- environmentální hledisko – zahrnuje rozvoj a plánování cestovního ruchu s cílem chránit a zachovávat životní prostředí a zároveň brát ohled na životní styl obyvatel destinace.
- holistické hledisko – toto hledisko bere v potaz to, že samotné aktivity návštěvníků mohou ovlivnit životní prostředí a místní komunitu.
- ekonomické hledisko – zohledňuje snahu konkurovat ostatním destinacím a udržet si návštěvníky v rovnováze se životním prostředím. (Pásková a Zelenka, 2002, s. 304)

Někteří autoři uvádí tyto tři body také jako pilíře, avšak všichni se shodnou, že nejdůležitější je vzájemná rovnováha mezi nimi. Jedná se o ekologický, sociální a ekonomický pilíř.

U ekologického pilíře je nejdůležitější splňovat 3 základní podmínky. První podmínkou je využívat jenom takové množství obnovitelných zdrojů, které je možno za stejný čas zregenerovat, druhá podmínka spočívá ve využívání jenom takového množství neobnovitelných zdrojů, které jsme schopni nahradit trvale udržitelnými a obnovitelnými zdroji a poslední podmínkou je znečišťování životního prostředí pouze v takové míře, v jaké je příroda schopná se s tímto znečištěním sama vypořádat. Momentálně nejsme schopni tyto podmínky splňovat, jelikož společnost spotřebovává obrovské množství neobnovitelných zejména energetických zdrojů. Řada legislativních opatření se snaží pomoci k plnění těchto podmínek, ale stále to nestačí. (Ministerstvo životního prostředí, 2010, str. 47)

Podstatou sociálního pilíře je hlavně sociální soudržnost, kterou sleduje například OSN podle indexu lidského rozvoje. Tento index se skládá z indikátorů předpokládané délky života, vzdělávání a hrubém domácím produktu na obyvatele dané země. (Ministerstvo životního prostředí, 2010, str. 48)

Ekonomický pilíř je úzce propojen se sociálním pilířem. Hlavní podstatou udržitelné ekonomiky je hlavně to, aby společnost nikdy neměla potřebu spotřebovat více než je schopna sama vyprodukovat. (Ministerstvo životního prostředí, 2010, str. 48) Palatková popisuje ekonomický pilíř jako rozvoj turismu, který je zejména efektivní a takový, aby mohl i nadále zůstat efektivní pro další generace. (Palatková, 2011, str. 55)

1.7.3 Cíle udržitelného rozvoje v cestovním ruchu

Na základě bodů výše jsou stanoveny 3 základní cíle pro udržitelný rozvoj cestovního ruchu.

- 1) optimální využití environmentálních zdrojů
- 2) respekt vůči sociálně-kulturní autentičnosti hostitelských společenství
- 3) zabezpečení sociálně-ekonomických přínosů pro všechny účastníky cestovního ruchu

Snaha dosáhnout trvale udržitelného cestovního ruchu není otázka pár let ale nekonečný proces plný nejrůznějších ochranných a nápravných opatření, a hlavně kontroly vývoje cestovního ruchu. Je velmi důležité, aby se na tomto procesu podíleli všichni společně, není v moci jedince, aby zajistil takové cíle. Pokud chceme dosáhnout nebo se alespoň přiblížit k dosažení těchto cílů musíme zajistit uspokojení turistů na vysoké úrovni a zároveň je edukovat o trvale udržitelném rozvoji.

1.7.4 Základní principy udržitelného rozvoje

Nejdůležitější princip udržitelného rozvoje je princip úcty k lidskému životu, přírodě a kulturním hodnotám. Tento princip je velmi jednoduchý a základní ale také nejvýznamnější. Příklady dalších významných principů jsou:

- Princip generační odpovědnosti, díky kterému bychom měli zachovat a předat základní přírodní, kulturní a civilizační hodnoty dalším generacím.
- Princip sociální solidarity, který spočívá v názoru, že je společnost povinna adekvátním způsobem zabezpečit občany v obtížné situaci.
- Díky principu sociální soudržnosti by měla společnost účelově snižovat počet sociálně vyloučených jednotlivců a skupin.
- Podle principu rovných příležitostí je třeba zajistit stejné podmínky, jak jednotlivcům, tak i skupinám všude, kde je to zapotřebí.

- Na základě principu pozitivní ekonomické situace má ekonomické prostředí navádět subjekty cestovního ruchu k aktivitám, které vedou k udržitelnému rozvoji.
- Díky principu přiměřenosti nákladů by náklady použité na opatření měly mít přiměřeně velký účinek.
- Dle principu integrace musí činnosti přihlížet na dopady do všech ostatních pilířů a nejenom do pilíře, do kterého daná aktivita spadá. Tento princip má za cíl vyrovnat případné disparity mezi pilíři.
- Princip předběžné opatrnosti zahrnuje taková rozhodnutí, které vedou k zachování bezpečnosti i pokud není jisté, zda k nechtěnému jevu dojde.
- Princip prevence je zaveden díky zkušenostem, že dodržovat preventivní opatření je jednodušší a méně finančně náročné než napravovat případné problémy.
- Dle principu synergického účinku by měla v rozhodování z různých variant vždy vyhrát ta, která bude mít pozitivní efekty ve všech aspektech strategického rozvoje. (Destinační management a vytváření produktů v cestovním ruchu, 2006, str. 35-36, McCool, 2016 str. 41)

Principů trvale udržitelného rozvoje je mnohem více avšak pro účely této bakalářské práce není nutno uvádět všechny, a proto jsem vybrala pouze deset.

1.7.5 Nástroje pro podporu trvale udržitelného cestovního ruchu

Každá vláda státu má k dispozici určitou sadu nástrojů, kterými může ovlivnit udržitelnost cestovního ruchu. Tyto nástroje se vzájemně doplňují a tvoří tak komplexní celek.

Nástroje se dělí dle UNEP takto:

- příkazové a řídicí nástroje – dovolují dané vládě kontrolovat určitý aspekt rozvoje,
- nástroje měření – slouží k zjištění intenzity turistického ruchu,
- ekonomické nástroje – pomocí těchto nástrojů dokáže vláda ovlivnit chování subjektů cestovního ruchu skrze finanční prostředky a trh,
- dobrovolné nástroje – používají se k podpoře používání ověřených postupů, které slouží k udržitelnosti
- podpůrné nástroje – díky nim lze přímo či nepřímo podporovat podnikání a turisty ke zvýšení udržitelnosti jejich aktivit. (UNITED NATIONS ENVIRONMENT PROGRAMME, 2005)

Některé z těchto nástrojů si blíže přiblížíme níže.

1.7.5.1 Příkazové a kontrolní nástroje

Do těchto nástrojů spadá zejména legislativa, regulace a licence. Tyto nástroje jsou povinné a vynutitelné a při nesplnění může dojít k sankcím. Příkazové a kontrolní nástroje slouží k ochraně přírody, zajištění spravedlivých práv a podmínek pro zaměstnance a zaměstnavatele, fungování obchodu, zajištění bezpečnosti turistu a podobně. (UNITED NATIONS ENVIRONMENT PROGRAMME, 2005)

1.7.5.2 Ekonomické nástroje

Do ekonomických nástrojů spadají daně a poplatky, jako jsou například všeobecné živnostenské daně, daně cestovního ruchu nebo poplatky za využití veřejných zařízení a infrastruktury. Další skupinou ekonomických nástrojů jsou finanční pobídky a smlouvy, které ve své podstatě představují finanční pomoc od státu za daných podmínek. (UNITED NATIONS ENVIRONMENT PROGRAMME, 2005)

1.7.5.3 Dobrovolné nástroje

Dobrovolné nástroje jsou pravidla chování, které jsou očekávány od účastníků cestovního ruchu. Výhodou těchto nástrojů je to, že jsou velmi jednoduché a bez velkých nákladů, ovšem nevýhodou se může stát princip dobrovolnosti, kdy nefunguje proces přímé kontroly těchto pravidel. Do této skupiny zahrnujeme také zpravodajství, které dává možnost podnikatelům informovat o svých činnostech. Dobrovolné příspěvky jsou další forma dobrovolných nástrojů, která spočívá ve finanční či jiné pomoci. (UNITED NATIONS ENVIRONMENT PROGRAMME, 2005)

1.7.5.4 Podpůrné nástroje

Tyto nástroje spočívají hlavně v zajištění infrastruktury, jak v podobě dopravy, veřejných podniků a služeb či bezpečnosti, jako jsou například záchranné složky státu. V těchto aspektech by měl hrát hlavní roli stát. (UNITED NATIONS ENVIRONMENT PROGRAMME, 2005)

1.7.6 Indikátory trvale udržitelného rozvoje cestovního ruchu

Abychom byli schopni nějakým způsobem zhodnotit a porovnávat udržitelnost cestovního ruchu, musíme si stanovit indikátory, kterými se budeme řídit. Díky nim jsme schopni identifikovat potřeby dané destinace a zahrnout je do plánování a rozvoje oblasti. Tyto

indikátory se zaměřují na tři důležité aspekty: ekologie, environmentální a sociální udržitelnost.

Zde si uvedeme pár klíčových indikátorů podle Páskové (2009, str.121). Je to například ochrana území, kterou hodnotíme podle kategorie ochrany území podle indexu IUCN, což je seznam ohrožených živočichů a rostlin. Indikátor stresu vyhodnocujeme jako počet turistů navštěvující místo za určitý časový úsek. Další indikátor je například intenzita užívání, kterou lze snadno vypočítat jako počet osob k poměru k rozloze v hlavní sezóně. Poměrem počtu turistů a místních obyvatel lze také získat indikátor sociálních dopadů a podílem počtu vzácných k ohroženým biologickým druhům si můžeme zjistit indikátor kritických ekosystémů. Těchto indikátorů je opravdu celkem dost a každý si volí indikátory podle konkrétního řešeného problému. Některé z těchto indikátorů, jako je například spokojenost spotřebitelů či místních obyvatel, se zjišťují dotazníkovým šetřením. V druhé části mé bakalářské práce se tak právě díky dotazníkovému šetření zaměříme na spokojenost místních obyvatel. (Pásková, 2009, s. 121)

1.7.7 Hodnocení udržitelného rozvoje

„Hodnocení vlivu na životní prostředí představuje proces posuzující vlivy připravovaných staveb, jejich změn, činností, technologií i výrobků na životní prostředí.“ (Cestovní ruch a udržitelný rozvoj, 2007, str. 26)

Postup hodnocení dopadu na životní prostředí je v České republice formálně ustanoveno zákonem, který je schválen od roku 2001 a jedná se o zákon č. 100/2001 Sb., o posuzování vlivů na životní prostředí. V tomto hodnocení řešíme aspekty jako je obyvatelstvo, rostliny, živočichy, půdu, ekosystémy, vodu, ovzduší, klima a tak dále. Na regionální úrovni, která se týká této bakalářské práce, hodnotíme tyto ukazatele: nezaměstnanost, růst populace, saldo migrace, hustota obyvatel, HDP na osobu, podíl městské populace, výdaje domácností rozdělených do jednotlivých kategorií, podíl spotřeby obnovitelných zdrojů a mnoho dalších. (Cestovní ruch a udržitelný rozvoj, 2007, str. 26-27)

II. PRAKTICKÁ ČÁST

2 CHARAKTERISTIKA ÚZEMÍ OBCE LEDNICE

V této kapitole bude popsáno území Lednicko-valtického areálu s hlavním zaměřením na obec Lednice. Obec Lednice zde bude charakterizována hlavně z pohledu cestovního ruchu.

2.1 Lednicko-valtický areál

Lednicko-valtický areál se nachází v nejnižším cípu Jihomoravského kraje a od roku 1996 je zapsán na seznamu světového a kulturního dědictví UNESCO. Tento mikroregion se rozkládá na rozloze 283,09 km² a jeho součástí jsou obce Lednice a její místní část Nejdk, Valtice a Hlohovec. Někdy jsou do Lednicko-valtického areálu zahrnovány i obce Podivín, Velké Bílovice, Rakvice, Přítluky, Bulhary, Ladná a Břeclav. Hlavní dominantou jsou zde, jak už z názvu areálu vyplývá, hlavně obce Lednice a Valtice, které jsou srdcem celého území. Řeka Dyje ohraničuje toto území na severní a východní straně, na jižní straně končí toto území hranicemi s Rakouskem a na západu sousedí Lednicko-valtický areál s chráněnou krajinnou oblastí Pálava.

V tabulce můžeme vidět, že obec s největším počtem obyvatel jsou Velké Bílovice a s obcí s nejnižším počtem obyvatel jsou Bulhary. Celkový počet obyvatel v Lednicko-valtickém areálu je tak 17 793. Obec s nejvyšším průměrným věkem je obec Valtice a s nejnižším Hlohovec.

Tabulka 1 – *Obyvatelstvo Lednicko-valtického areálu*

Název obce	Celkový počet obyvatel	Muži	Ženy	Průměrný věk
Bulhary	781	391	390	41,8
Hlohovec	1335	662	673	41,2
Lednice	2304	1133	1171	43
Podivín	2944	1464	1480	43,3
Přítluky	807	399	408	42,8
Rakvice	2181	1104	1077	42,1
Valtice	3538	1736	1802	43,5
Velké Bílovice	3903	1892	2011	41,7
celkem	17793	8781	9012	42,425

Pokud bychom pátrali v historii, dozvěděli bychom se, že za největším rozvojem Lednicko-valtického areálu stojí rod Lichtenštejnů. Konkrétně 1. února roku 1395 se celé panství dostalo do vlastnictví toho rodu a od té doby tento areál jenom rozkvétal. Lichtenštejnové nechali postavit školy, kostel, obelisk, Minaret, romantická zřícenina hradu Janův hrad,

kolonáda atd. Zjednodušeně lze říci, že za vším, co je v Lednicko-valtickém areálu vybudováno, stojí tento rod. Konkrétně obec Lednici navštívil i třeba T.G. Masaryk, Dr. Edvard Beneš a Václav Havel. (České dědictví UNESCO, © 2018)

Lednicko-valtický areál je velmi významná destinace cestovního ruchu a konkrétně zámek v Lednici se každoročně vyšplhá mezi hlavní příčky žebříčku nejnavštěvovanějších míst v České republice, který sestavuje agentura CzechTourism. Turisty zde čeká nespočet možností, co zažít a vidět, jelikož po celém areálu se nachází velké množství památek, restaurací, atrakcí a koná se zde také velké množství různých kulturních akcí, které lákají turisty zejména nádechem jihomoravských tradic, jako jsou například tradiční kroje a hody. Cyklisté si v této oblasti také přijdou na své, a to hlavně díky cyklostezkám, kterými je celý areál propletený. Cyklostezky jsou tematicky pojmenovány jako Lichtenštejnské a jsou dlouhé zhruba 90 km. (Lichtenštejnské stezky, © 2016)

Celý Lednicko-valtický areál je zdoben mnoha hektary vinic, v každé obci toho areálu nalezneme spousty sklepů, a právě ty jsou velké lákadlo pro turisty. Ve Valticích také sídlí od roku 1873 nejstarší střední vinařská škola v České republice, která spolu s Lednickou zahradnickou fakultou zemědělské univerzity produkuje odborníky na pěstování a zpracovávání hroznů. Kromě Bulhar, Lednice a Podivína se v každé obci Lednicko-valtického areálu koná vinařská kulturní událost hlavně pro turisty – Ze sklepa do sklepa. Událost spočívá v tom, že návštěvník přijede do konkrétní obce, kde dostane možnost ochutnat to nejlepší z místních vín a také poznat místní kulturu. K dobrému vínu jsou podávána typická místní jídla a hrají lidové písně od cimbálu. Jako doprovodný program zde můžou návštěvníci vidět třeba tradiční lidové kroje a řemesla. Ve Valticích najdeme také třeba Salon vín České republiky, který shromažďuje to nejlepší z celé republiky a Národní vinařské muzeum.

2.2 Lednice

První zmínka o této obci byla nalezena v písemných pramenech k roku 1222. Za jejím největším rozvojem stojí stejně tak jako za celým rozvojem Lednicko-valtického areálu Lichtenštejnové. Tento rod měl hlavní sídlo na zámku v Lednici, a tak za dob, kdy zde Lichtenštejnové pobývali, investovali do Lednice spoustu peněz. K obci patří od roku 1996 také její místní část Nejdek.

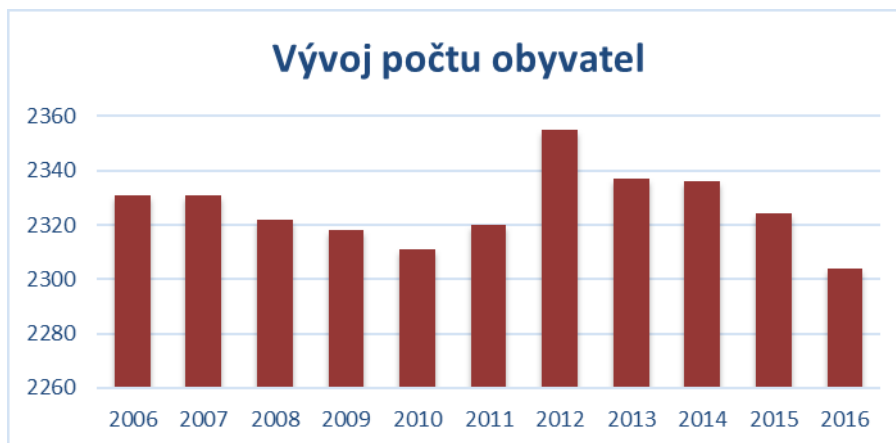
Obec Lednice má zhruba 2300 obyvatel, z čehož asi 2100 žije v Lednici a 200 v Nejdku. Katastrální výměra obce je 3127 km² a díky rozdělení na 2 části je také rozdělena na 2 katastrální území. Lednice je považována za vinařskou obec a patří pod Mikulovskou vinařskou podoblast. 6. října 2004 byly uděleny tehdejšímu předsedou poslanecké sněmovny Lubomírem Zaorálkem obci prapor a znak. Obec si současně zřizuje 4 organizační složky obce – KINO Lednice, Penzion pro důchodce, Turistické informační centrum a Penzion Obce Lednice. Starostou obce je momentálně RNDr. Libor Kabát a místostarostou Mgr. Stanislav Straškrába. Zastupitelstvo obce se skládá z 15 členů a rada obce 5 členů. Obec má také svůj finanční a kontrolní výbor a každý z nich se skládá z 3 členů. V obci působí také obecní policie, která se skládá se 3 strážníků.

2.2.1 Občanská vybavenost obce

Osobně si myslím, že občanská vybavenost obce Lednice je velmi dobrá k poměru počtu obyvatel, a to dle mého názoru i díky cestovnímu ruchu v obci. Lednice má jak mateřskou a základní školu, tak i zástupce vysoké školy a tím je Zahradnická fakulta Mendelovi univerzity v Brně. Do další vybavenosti obce z pohledu vzdělávání můžeme zařadit i Místní knihovnu Lednice. V obci nechybí ani pošta, lékárna, lékař, zubař ani sociální služby, které zastupuje Remedia Plus o.p.s., což je denní stacionář, pečovatelská služba, osobní asistence apod. a také zde působí Oblastní charita Břeclav. V Lednici také najdeme obchody s potravinami a drogerií, trafikou, restaurace, bary, cukrárny, kavárny atd. Co se týče dopravní obslužnosti, hraje zde velkou roli autobusová doprava, která zajišťuje dopravu jak do okolních obcí, tak i třeba návaznost na vlakovou dopravu do Břeclavi a Podivína. Z Lednice se také dá celkem lehce napojit na dálnici D2 směrem buď na Brno, nebo na Slovensko.

2.2.2 Obyvatelstvo

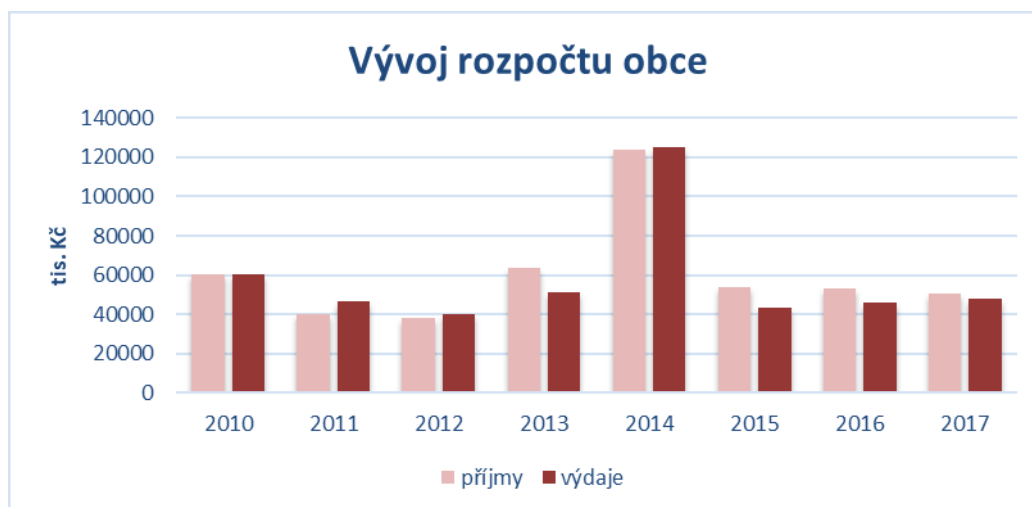
V Lednici bylo k 31. prosinci 2016 přihlášeno k trvalému pobytu 2304 obyvatel, z toho 1133 mužů a 1171 žen. Počet obyvatel je zde celkem stabilní vzhledem k tomu, že obyvatelé s postupem let přibývají a ubývají, ale celkový počet obyvatel je víceméně stále stejný. Ve věku 0-14 let zde žije 324 obyvatel, ve věku 15-64 let 1533 obyvatel a ve věku nad 64 let 444 obyvatel. Průměrný věk v obci Lednice je tak 43 let. Průměrný věk v Lednici postupně roste, což znamená, že obyvatelstvo obce celkově stárne. V roce 2016 zaznamenal Český statistický úřad úbytek obyvatel o 20 obyvatel a z to 15 obyvatel ubylo příčinou stěhování a 5 obyvatel přirozeným způsobem.



Obrázek 1 – Vývoj počtu obyvatel v Lednici
(ČSÚ, vlastní zpracování)

2.2.3 Finanční hospodaření obce

Obec Lednice hospodaří v celkovém měřítku spíše vyrovnaně a na grafu můžeme vidět, že přebytky či schodky v rozpočtu obce nejsou velké vzhledem k celkové částce. S nejvíce penězi obec hospodařila v roce 2014, kdy obce konečně dosáhla na dotaci z Evropské unie na rekonstrukci zámeckých jízdáren v celkové částce 409 mil. Kč a ze státního rozpočtu dostala obec na stejný účel dalších 72 mil. Kč. V roce 2017 činily běžné výdaje obce 35 906 tis. Kč a kapitálové výdaje 12 239 tis. Kč. Do běžných výdajů obce spadají výdaje na neinvestiční nákupy, neinvestiční půjčené prostředky, neinvestiční transfery obyvatelstvu, neinvestiční transfery soukromoprávním subjektům, platy a s tím související výdaje. Do kapitálových výdajů obce patří hlavně výdaje, jako jsou investiční nákupy, investiční transfery a nákup akcií a majetkových podílů. Příjmy obce v roce 2017 činily 50 519 tis. Kč, kdy 36 828 tis. Kč činily příjmy daňové, 264 tis. Kč příjmy kapitálové, 9 934 tis. Kč příjmy nedaňové a přijaté transfery v částce 3 494 tis. Kč. (Monitor – Státní pokladna © 2018)



Obrázek 2 – Vývoj rozpočtu obce Lednice (Monitor- Státní pokladna, vlastní zpracování)

2.2.4 Ubytovací zařízení

V Lednici můžeme celkem najít 19 ubytovacích zařízení na škále od luxusních hotelových apartmánů tak po skromnější za to třeba i cenově dostupnější ubytování. Z celkových 19 zařízení je 6 z nich označeno 4 hvězdičkami a můžeme je tedy považovat, za to nejlepší, co nám Lednice v oblasti ubytování může nabídnout. Zbylých 13 zařízení je označeno 3 hvězdičkami a jsou to tedy skromnější ubytovací zařízení za to však více cenově dostupné. Vypracovala jsem tabulku těchto ubytovacích zařízení a u každého zařízení jsem vyhledala celkovou kapacitu čili počet lůžek a průměrnou cenu ubytování za 1 osobu na 1 noc. Celková kapacita ubytovacích zařízení v obci Lednice je 804 lůžek a průměrná cena pro 1 osobu na 1 noc je 764 Kč.

Tabulka 2 – Ubytovací zařízení v Lednici (vlastní zpracování)

Ubytovací zařízení - Lednice	počet lůžek	průměrná cena za 1 lůžko
Apartmán Lednice	12	750 Kč
Apartmány U Jakuba	14	600 Kč
Gardni Hotel 1. Plavební	20	750 Kč
Hotel Galant Lednice	96	1 000 Kč
Hotel Mario	48	1 100 Kč
Hotel Princess	34	925 Kč
Hotelová apartmá Černý jezdec	32	600 Kč
Penzion Farma	37	500 Kč
Pension Jordán	56	450 Kč
Penzion ONYX	72	600 Kč
Penzion u Zámku Lednice	30	620 Kč
Penzion U Bohuša	22	700 Kč
Penzion Večerka	19	500 Kč
Relax Hotel Štork	52	850 Kč
Restaurace a penzion U Fábů	48	750 Kč
Spa Resort Lednice	106	1 200 Kč
Ubytování U Maminky	16	530 Kč
Vila Lednice	32	1 000 Kč
Zámecký Hotel Lednice	58	1 100 Kč

2.2.5 Stravovací zařízení

V Lednici najdeme celkem 22 stravovacích zařízení, z nichž 6 je otevřeno pouze na letní sezónu. V široké nabídce si tak turisté mohou vybrat italskou kuchyni (např. Pizzerie Na Knihovně), českou kuchyni, americkou kuchyni (např. Burgr's Club) nebo také typickou lokální kuchyni, kterou zastupuje Hospůdka U Korunky. Na škále těchto stravovacích zařízení si dále turista může vybrat mezi rychlým občerstvením, které je cenově dostupné, až po luxusní restauraci, kterou ocenil i známý český kuchař Zdeněk Pohlreich.

V Lednici se nachází tato stravovací zařízení: Burgr's Club, Restaurace Hippoclub, Penzion a restaurace u Fábů, Hospůdka U Volhy, Restaurace Hotel Galant, Občerstvení u Lukášků, Restaurace ONYX, Restaurace U Tlustých, Restaurace Včelařský dvůr, Hospůdka U Korunky, Pizzerie Na Knihovně, Restaurace Obecní dům, Restaurace Mario Hotel, Restaurace Lázně Lednice, Zámecká cukrárna, Občerstvení U Minaretu, Restaurace 1. Plavební, Občerstvení Maurská vodárna, Grand Moravia Restaurant, Restaurace Myslivna, Oáza, Penzion a restaurace Usedlost pod vinohrady atd.

2.2.6 Sportovní a rekreační zařízení

Lednice je vybavena dvěma fotbalovými hřišti, posilovnou, tenisovými kurty a do budoucna se zde plánuje vybudovat i třeba golfové hřiště. O trasy na procházky a cyklostezky v Lednici nouze také není. Návštěvníci mohou využít naučnou stezku Lednické rybníky, stezku do Valtic a spousty cyklostezek, které vedou napříč celým Lednicko-valtickým areálem, na Pálavu nebo třeba až do Brna. Pokud mají návštěvníci zájem, mohou si zde také zahrát bowling, kuželky, kulečnick či šipky.

2.2.7 Turistické informační centrum

Důležité středisko a zdroj informací pro turisty a někdy i obyvatele obce je bezpochyby Turistické informační centrum. Toto centrum je schopno poskytnout návštěvníkům informace o kulturních akcích v obce, o možnostech ubytování a dopravy, dále zde můžete dostat nebo si zakoupit mapy, propagační materiály, turistické známky, knihy a průvodce. Po předchozí domluvě si zde mohou zájemci i něco třeba vytisknout nebo svázat. Turistické informační centrum má během hlavní letní sezóny otevřeno každý den a pracovníci jsou vždy ochotní turistům pomoci i pomocí telefonické linky. Toto infocentrum také velmi dobře spolupracuje i s turistickým informačním centrem ve Valticích a společně poskytují komplexní informace o Lednicko-valtickém areálu.

2.2.8 Přehled významných památek a atrakcí

V této části budou uvedeny nejvýznamnější památky a atrakce, kvůli kterým do obce Lednice přijíždí nejvíce turistů.

2.2.8.1 Zámek Lednice

Zámek Lednice je bezpochyby nejvýznamnější památkou obce a ročně ho navštíví až 430 tisíc návštěvníků a tím se stává jedním z nejnavštěvovanějších památek v celé České republice. Zámek se nese v duchu anglické gotiky a za jeho největším rozkvětem stojí, stejně tak jako za rozvojem celého Lednicko-valtického areálu, Lichtenštejnové. Od roku 1945 je vlastníkem tohoto zámku stát a stará se o něj Ministerstvo kultury ČR ve spolupráci s obcí. Návštěvníci se mohou do zámku podívat prostřednictvím 4 prohlídkových okruhů, jak s průvodcem, tak i bez. Zámek lze také pronajmout ke komerčním účelům nebo zde může probíhat i svatební obřad. Záběry, jak ze zámku, tak i z celé zámecké zahrady se objevují velmi často i v českých pohádkách a filmech.



Obrázek 3 – Zámek Lednice (vlastní archiv)

2.2.8.2 Zámecký skleník

K Zámku Lednice je připojen i Zámecký skleník, který zde byl vystavěn v roce 1842 rodem Lichtenštejnů. Lichtenštejnové se příliš o přírodu nezajímali, a tak si na tento objekt pozvali odborníky, kteří jim ho postavili za tehdejších 160 tisíc zlatých. Celý skleník je dlouhý 92 metrů, široký 13 metrů a vysoký 7,5 metru. Skleník je plný tropické a subtropické vegetace a návštěvníci sem mají přístup celý rok kromě ledna. Na prohlídku skleníku mohou návštěvníci využít i možnost průvodce.



Obrázek 4 – Zámecký skleník (vlastní archiv)

2.2.8.3 Zámecký park a zahrada

Okolo zámku můžeme najít překrásnou zámeckou zahradu, o kterou se stará během celého roku Zahradnická fakulta Mendelovi univerzity v Lednici. Celý tento areál je někdy nazýván také jako zahrada Evropy a procházka těmito zahradami je krásná a pokaždé tak trochu jiná, jelikož každou chvíli zde kvete něco jiného a roční období zahradu mění neustále. Zámecká zahrada volně navazuje na zámecký park, který je rozlehlý na 170 hektarech. Součástí zámeckého parku je i zámecký rybník, Maurská vodárna, Minaret či Janohrad.

2.2.8.4 Minaret

Minaret je Turecká věž a v Evropě patří se svou výškou 60 metrů k těm nejvyšším. Je to vlastně rozhledna nebo vyhlídková věž v romantickém stylu, ze které si návštěvníci mohou prohlédnout celý Lednicko-valtický areál a pokochat se nádherným výhledem. Celá stavba je zdobena arabskými citáty z koránu. Spodní část Minaretu se skládá z osmi místností, které jsou plné, jak už na stropech, zdích nebo podlahách, orientálními motivy. Samotná věž má celkem 3 vyhlídkové ochozy, a aby se návštěvníci dostali až do toho nejvyššího, musí zdolat 302 schodů. K Minaretu se dá dostat jedině pěšky, a to krásnou procházkou dlouhou 1,5 km od Zámku Lednice.

2.2.8.5 Janův hrad

Tato romantická zřícenina, které se někdy říká také Janohrad, patří sice pod katastrální území Podivína, avšak paradoxně je blíže k Lednici, a tak jsem se rozhodla ji sem zařadit

také. Hlavně i proto, že bývá cílem zejména turistů, kteří se rozhodnou navštívit Lednici. Lichtenštejnové si tuto zříceninu vybudovali hlavně pro lovecké účely. Janův hrad byl v postaven v blízkosti lovecké obory, Lichtenštejnové a další se zde scházeli vždy před honem a po honu zde hodovali své kořisti. Dnes mohou návštěvníci tuto stavbu navštívit prostřednictvím jednoho prohlídkového okruhu a dostanou se sem buď na kole cyklostezkou, procházkou nebo lodičkou z Lednického parku.

2.2.8.6 Lednická kolonáda

Kolonáda v Lednici, která spojuje areál Lázní Lednice s obcí, byla vybudována v roce 2014 díky dotaci z Evropské unie. Před vybudováním kolonády byl lázeňský areál od obce odříznut, jelikož do obce nevedl chodník a lázeňští hosté se mohli do obce dostat pouze po kraji hlavní silnice s velkým provozem. Evropská unie přispěla na tento projekt téměř 100 milionů korun a tím pokryla téměř 90% celkových nákladů. Zbytek nákladů doplatila obec ze svého rozpočtu. 365 metrů dlouhá kolonáda slouží lázeňským hostům, návštěvníkům celého areálu i místní obyvatelům k procházkám a konají se zde i kulturní akce, jelikož součástí kolonády je i amfiteátr. Nechybí zde ani zastřešené posezení a vodní prvky, které mají v noci i světelné efekty.

2.2.8.7 Muzeum hraček

Muzeum hraček je v Lednici teprve pár let ale za tu dobu se mu dostalo velké oblibě. Výhodná poloha v centru obce a výhodné vstupné láká téměř každého návštěvníka Lednice. Návštěvníci si zde mohou prohlédnout hračky z období 1860-1990 a to třeba plyšové medvídky, úplně první panenky Barbie, hračky u Toy Story nebo také sbírku Angličáků. Všechny hračky patří do sbírky rodiny Žůrkových, kteří jsou také vlastníky tohoto muzea.

2.2.8.8 Sochy z písku

Poslední 3 roky vždy v létě v Lednici vyrostou sochy z písku. Sochař Michal Olšiak se svým týmem zde tvoří z několika stovek tun mořského písku sochy na nejrůznější témata, jako jsou například Afrika, draci či Egypt.

2.2.8.9 Zayferus a Sayferus

Zayferus a Sayferus jsou dvě konkurenční firmy, které v Lednici nabízí prohlídku dravců a ptactva. Firma Zayferus tyto prohlídky a ukázky nabízí přímo v Zámecké zahradě a firma Sayferus poblíž centra města u parkoviště a Hotelu Galant. Návštěvníci mohou na vlastní

oči poznat a třeba si i pohladit Orla stepního, mládě Orla bělohlavého, sovy a spoustu dalších. V přestávkách mezi představeními chodí pracovníci obou skupin po Lednici, zvou návštěvníky na jejich představení a ti se mohou s dravci i vyfotit.

2.2.8.10 Vyhlídkové plavby

Pokud se návštěvníkům nechce procházet Lednický park pěšky, mohou využít vyhlídkové plavby lodičkou po řece Dyji. 1. Plavební nabízí možnost volby mezi 2 trasami, z čehož první vede od turbíny v Lednickém parku k Minaretu a druhá vede od Minaretu k Janohradu. Obě trasy se dají využít v obou směrech a nabídnou návštěvníkům pohled na Lichtenštejnské panství z vodní hladiny. Plavba je klidná a příjemná projížďka a pan kapitán vždy návštěvníkům řekne i nějaké zajímavé informace

2.2.8.11 Kino Lednice

Od roku 2014 vlastní obec Lednice také kino, které slouží jak pro veřejné, tak pro soukromé projekce. Kinosál má kapacitu 150 míst a je vybaven klimatizací i světelnými efekty. Veřejné projekce zde probíhají každý čtvrtek a v hlavní letní sezóně díky přílivu turistů i třikrát týdně.

2.2.8.12 Kulturní akce

V Lednici se opravdu koná hlavně v letních měsících spousta kulturních akcí, a to zejména proto, že vlivem přílivu turistů je vždy zajištěna velká návštěvnost a pořadatele tak mají motivaci zde nějakou akci uspořádat. Některé z akcí, které jsou dle mého názoru a zkušenost nejoblíbenější a nejdůležitější, jsem vybrala a dala do tabulky i s datem konání akce.

Tabulka 3 – *Kulturní akce v Lednici*
(webové stránky obce; vlastní zpracování)

Název akce	Datum konání
Dostihy chrtů	01.05.2018
Májová slavnost	05.05.2018
XI. Výstava vín LVA	18.05.2018
Dětský den	02.06.2018
Muzikál - Noc na Karlštejně	10.06.2018
Hudba na kole 2018	16.06.2018
Hudba hradní stráže a Policie ČR 2018	24.06.2018
Noční prohlídky na Zámku	20.07.2018
Lednické krojované hody	21.07.2018
Prázdninový lázeňský koncert	18.08.2018
Gulášfest 2018	15.09.2018

2.3 Dotazníkové šetření – obyvatelé obce Lednice

Jedním z podkladů pro mou bakalářskou práci bylo dotazníkové šetření, které jsem uskutečnila v průběhu měsíce března 2018. Jedná se o výzkum, kdy jsem se snažila sesbírat, co nejvíce informací ale ve svém dotazníku jsem nechala také prostor pro vyjádření. Dotazníky jsem vyplňovala s respondenty osobně, pro případ že by něčemu nerozuměli.

2.3.1 Stanovení výzkumného problému

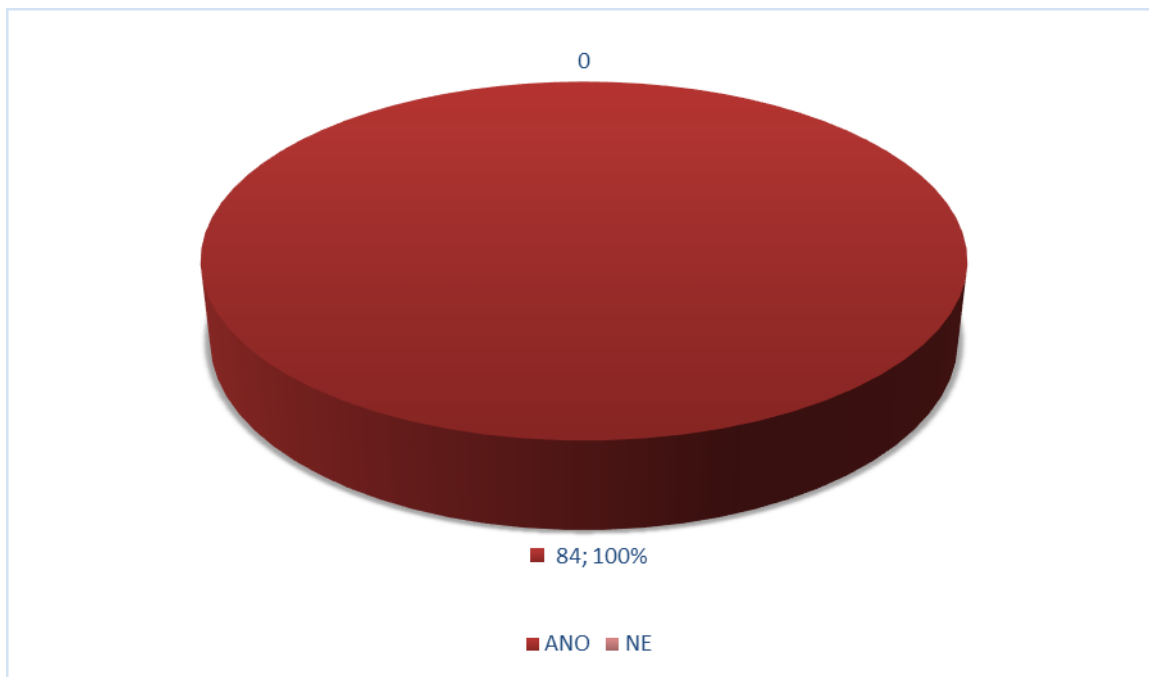
Podstatou tohoto výzkumu je zjistit názor místních obyvatel na rozvoj cestovního ruchu v jejich obci ve vztahu k udržitelnosti a podpoře podnikání. Cílem je zjistit, co místní obyvatelé vidí jako negativa a pozitiva a získat tak podklady pro vytvoření návrhů na zlepšení rozvoje cestovního ruchu v obci.

2.3.2 Výběr respondentů

Ptala jsem se celkem 84 místních obyvatel na celkem 6 otázek týkající se rozvoje cestovního ruchu v jejich obci. Respondenty jsem vybírala zcela náhodně z řad kolemjdoucích na ulici nebo i mých známých, kteří v Lednici žijí. Z 84 respondentů bylo 48 žen a 36 mužů ve věku mezi 17-67 lety. Téměř u každé otázky jsem nechala kolonku pro vlastní názor a myšlenky daného respondenta, a právě z těchto volných odpovědí jsem hodně čerpala a snažila se tak si udělat kompletní přehled o daném tématu v obci Lednice.

2.3.3 Otázka č.1: Jste obyvatelem obce Lednice?

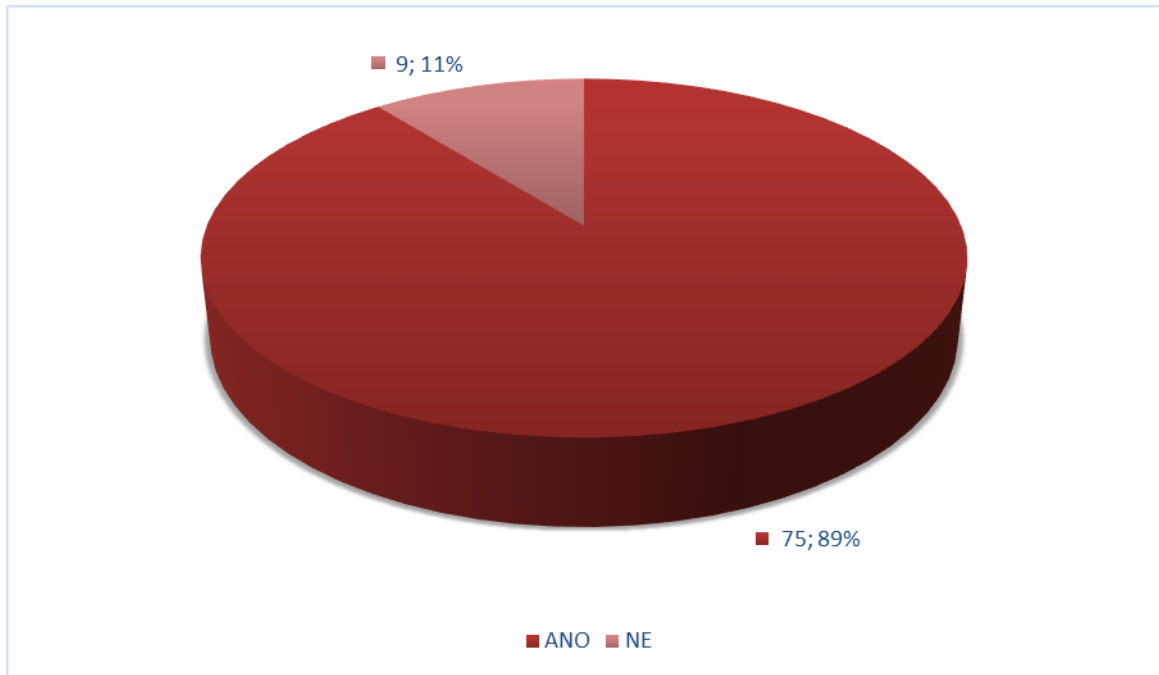
Na tuto otázku mi odpovědělo 100% dotázaných respondentů, že ano. Tato otázka byla pouze kontrolní, abych se ujistila, že poskytnuté informace jsou opravdu od místních obyvatel.



Obrázek 5 – Graf k otázce č.1

2.3.4 Otázka č.2: Ovlivňuje Váš běžný život rozvoj cestovního ruchu ve Vaší obci?

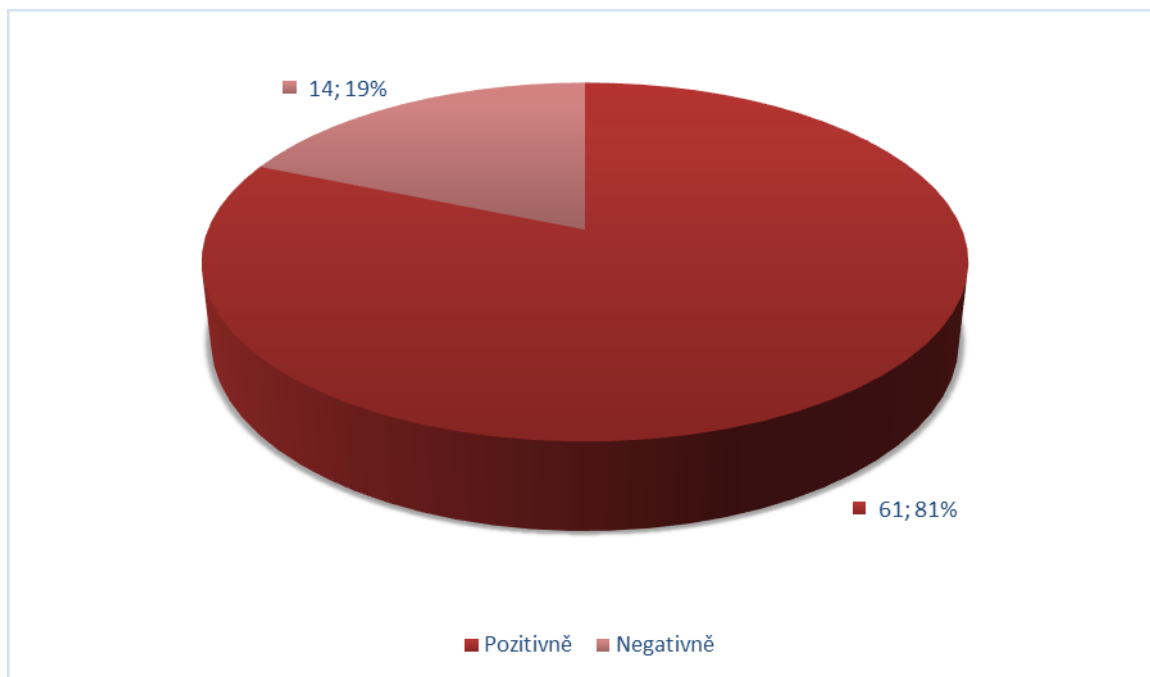
Na otázku, zda ovlivňuje rozvoj cestovního ruchu v obci Lednice její obyvatele, mi odpovědělo 75 respondentů čili 89%, že ano a 9 respondentů čili 11%, že ne. Z této otázky tak můžeme usoudit, že rozvoj cestovního ruchu v obci Lednice má velký vliv na běžný život místních obyvatel. S respondenty, kteří odpověděli, že rozvoj cestovního ruchu nijak neovlivňuje jejich běžné životy, jsem přeskočila rovnou k otázce č.6.



Obrázek 6 – Graf k otázce č. 2

2.3.5 Otázka č.3: Pokud ano, spíše pozitivně nebo negativně?

Pokud účastníci odpověděli v předchozí otázce, že rozvoj cestovního ruchu ovlivňuje jejich běžný život, zajímala jsem dále, zda je to spíše pozitivním způsobem či negativním. Na tuto otázku už mi tedy odpovídalo pouze 75 respondentů, z nichž 61 odpovědělo, že to jejich život ovlivňuje spíše kladně než negativně a 14 respondentů odpovědělo opačně. Z tohoto dokážeme teda usoudit, že rozvoj cestovního ruchu ovlivňuje místní obyvatele spíše pozitivně než negativně.



Obrázek 7 – Graf k otázce č. 3

2.3.6 Otázka č.4: V jakých případech ovlivňuje rozvoj cestovního ruchu negativně Váš běžný život?

V následující otázce jsem dala respondentům možnost zvolit až 3 případy, kdy rozvoj cestovního ruchu v jejich obci negativně ovlivňuje jejich běžný život. Prvních 5 bodů jsem do dotazníku zařadila sama, dle mých znalostí problematiky v obci a poslední bod jsem nechala otevřený, aby mohli respondenti sami doplnit nějaké negativum.

Z výsledné tabulky níže můžeme určit, že jako největší negativum můžeme brát nedostatečnou kapacitu parkovacích míst v obci. To si myslí celkem 62 respondentů, což je 83% dotázaných. *„Když dojdou parkovací místa na parkovišti, turisté hledají po celé obci a kolikrát parkují i v mém vjezdu do garáže.“*

Další velké negativum vidí místní občané (konkrétně 59 respondentů, čili 79%) v rušení klidu na obci. *„Bydlím v blízkosti náměstí a v létě si nemohu ani otevřít okno, protože na náměstí je neustále velký hluk od přijíždějících a odjíždějících turistů“* *„Turisté zde hlavně v hlavní letní sezónu oslavují v hospodách, a když se vrací nad ránem na hotely, dělají velký hluk.“*

Na třetím místě s 44% se umístila kolonka „Jiné“, kde místní občané doplňovali další negativa, jako například: *„Park už dávno není klidné místo, kde by se dalo rybařit. Návaly turistů zde dělají hluk, a dokonce jezdí v parku na kole, i když je to zakázáno.“* *„Dopravní*

situace v období hlavní letní sezóny je velmi špatná. Přes takhle malou obec jedu i třeba 20 minut.“ „Někdy se v během léta stává, že jdu ráno do obchodu a už není například pečivo, protože ho turisté vykouplili a vedoucí prodejny s takovým odbytem nepočítal.“

Jako další negativum rozvoje cestovního ruchu v obci Lednice se ukázalo, že přestože je zde celkem dost podniků, jsou často přeplněné. To si myslí 41% respondentů což je 31 dotázaných. „Když si chceme jednou za čas zajít s přítelem někam do restaurace, čekací doba na jídlo je až hodinu a půl. To se mi zdá celkem dost, a tak nás to kolikrát i odradí.“

Na předposledním místě této tabulky se umístil názor, že turisté znečišťují obec a její okolí. Toto negativum si myslí celkem 27 dotázaných, což je 36%. „Ne všichni turisté si váží krásné přírody, kterou mohou v Lednici nalézt. Turisté v parku často odhazují odpadky, nedopalky cigaret a neuklízí se po svých psech.“

A jako nejmenší problém z naší tabulky se ukázala vysoká cena nemovitostí, ale i to si myslí 13 respondentů čili 17% a také to není zanedbatelné číslo. Někteří se vyjádřili následovně: „Je obtížné si v tak oblíbené obci najít vlastní bydlení. S přítelkyní sháníme menší byt za rozumnou cenu už rok a půl a zatím nic.“

Tabulka 4 – Negativa rozvoje cestovního ruchu

Negativum	Počet odpovědí	Procento odpovědí
Nemám, kde zaparkovat.	62	83%
Podniky v obci jsou přeplněné.	31	41%
Ceny nemovitostí v obci jsou příliš vysoké.	13	17%
Turisté ruší můj klid.	59	79%
Turisté znečišťují obec a její okolí.	27	36%
Jiné	33	44%

2.3.7 Otázka č.5: V jakých případech ovlivňuje rozvoj cestovního ruchu pozitivně Váš běžný život?

Stejně jako v předchozí otázce respondenti opět vybírali 3 případy, kdy ovlivňuje rozvoj cestovního ruchu v jejich obci jejich běžný život, v tomto případě však vybírali pozitivní případy.

Jako největší pozitivum vnímá celkem 72 dotázaných, což je 96%, vidí místní občané zvětšené příjmy obce díky velkému množství turistů. „Velké množství turistů do obce láká stále více a více firem, které obci zvyšují daňové příjmy.“

Celkem 77% dotázaných si stojí za názorem, že obec má díky přívalu turistů větší snahu se zvelebovat. Někteří to odůvodňují takto: „*Za poslední roky se toho zde vybudovala opravdu mnoho a myslím si, že je to i tím, že se obec snaží nabídnout turistům to nejlepší ze sebe. Máme i místního zahradníka, který se stará o travnaté pásy před domy, a to nejen tím, že je seká, ale vysazuje zde i květiny a podobně.*“

Na třetím místě této tabulky se umístil názor, že se obci děje více kulturních akcí. Tuto odpověď označilo 45 dotazovaných neboli 60%. „*V Lednici se neustále něco děje a místní si toho váží tím, že na tyto akce chodí. Není to asi jenom o turistech ale i tím, že místní mají také velký zájem. Ale ano, je to i tím, že účast je vždy zajištěna díky turistům a pořadatelé jsou si toho vědomi.*“

Jako další pozitivum vidí (22 respondentů – 29%) místní obyvatelé to, že mají možnost si v oboru cestovní ruch přivydělat, nebo se tím dokonce živit. „*Už můj dědeček začal v Lednici podnikat tím, že založil restauraci, postupně se vše rozrůstalo a dnes to živí mě i celou moji rodinu. Máme po Lednici restaurace, hospodu a stánky s občerstvením po celém parku. Jsem za to vděčný.*“ „*Každé léto můžu chodit na brigádu do místní cukrárny. V Lednici není o brigády nikdy nouze hlavně v restauracích a ubytovacích zařízeních, protože turisté jezdí pořád. Jsem ráda, protože moji vrstevníci musí na brigády dojíždět do jiných měst, ale já ji mám před domem.*“

Na předposledním místě této tabulky se s 25% umístilo pozitivum, že mají místní občané možnost poznat nové lidi z řad turistů a návštěvníků. „*Pracuji jako servírka v místním baru už 12 let a za tu dobu jsem zde poznala spoustu nových lidí z řad turistů. Někteří sem přijíždějí každý rok a stali se z nás dobří přátelé.*“

Do poslední kolonky „Jiné“ se na posledním místě dostali odpovědi jako například: „*V obci je pořád rušno a člověk se tu nikdy nenudí*“ „*Díky turistům mají místní restaurace stále motivaci se zlepšovat, a to mi vyhovuje. Rád si zajdu na dobré jídlo, a to by se v obyčejné obci, kde žije 2100 obyvatel, jen tak nepovedlo.*“

Tabulka 5 – Pozitiva rozvoje cestovního ruchu

Pozitivum	Počet odpovědí	Procento odpovědí
Obec má díky turistům větší příjmy.	72	96%
V obci se děje více kulturních akcí.	45	60%
Mám možnost se živit nebo si přivydělat cestovním ruchem.	22	29%
Mám možnost poznat nové lidi.	19	25%
Obec má snahu se více zvelebovat díky cestovnímu ruchu.	58	77%
Jiné	9	12%

2.3.8 Otázka č.6: Hodnocení spokojenosti

Do otázky č.6 jsem zařadila 5 stupňové hodnocení spokojenosti v 8 vybraných kategoriích od velmi spokojen po velmi nespokojen. Plata jsem se na oblasti:

- mezilidské vztahy v obci,
- stav životního prostředí v obci a jejím blízkém okolí,
- kulturní a sportovní vyžití v obci,
- péče a starost obce o zájmy občanů,
- nabídka služeb a jejich dostupnost,
- veřejná doprava v obci – počet spojů atd.,
- doprava – stav komunikací, počet parkovacích míst atd.,
- stav místních památek.

Kategorie jsem vybírala na základě mé osobní zkušenosti s danou problematikou a na základě získaných zkušeností během mého studia a informací získaných o problémech při rozvoji cestovního ruchu.

Dle tabulek níže můžeme vidět, že v kategorii mezilidských vztahů v obci je většina respondentů čili 62% spíše spokojena s aktuální situací v obci. *„Mám pocit, že se zde mají obecně všichni navzájem rádi a nevznikají zde žádné větší konflikty. Obec má velmi vesnický charakter v tom smyslu, že se zde zná opravdu skoro každý s každým. V Lednici se máme dobře.“*

Kategorie životního prostředí v obci a jeho blízkém okolí není příliš jednoznačná. 46% místních obyvatel je s touto kategorií spíše spokojeno, 31% spíše nespokojeno, avšak 12% je až velmi spokojeno. Zde přikládám komentáře dvou opačných názorů v tomto tématu: *„Čím větší množství lidí přijíždí k nám do obce, tím víc se zvyšuje počet aut v obci a zhoršuje se tím ovzduší. Turisté také často znečišťují park i veřejné prostranství v obci.“* *„Máme tu překrásnou přírodu, kterou nám kdejaká jiná obec může jen závidět. Není nic lepšího než ranní běh parkem, kdy můžu dýchat čerstvý vzduch.“*

Nejvíce se shodli místní obyvatelé v odpovědi na kategorii kulturní a sportovní vyžití. V této kategorii jsem zaznamenala až 73% odpovědí v hodnocení spíše spokojen. Z tohoto můžeme určit, že o kulturní a sportovní vyžití v obci nouze opravdu není. Odpovídá tomu také poznatky výše o kulturních akcích v Lednici a podobně. *„Kdo má zájem o kulturu nebo sport, ten si v této obci opravdu přijde na své. Od té doby, co máme postaveno multi-*

funkční centrum v zámeckých jízdárnách, se tam snad každý víkend pořádá nějaká akce. Co se týče sportu, dá se zde hrát fotbal, tenis, stolní tenis, tancovat country nebo chodit do posilovny.“

V kategorii péče a starost obce o zájmy občanů byly odpovědi rozmanité. Spíše spokojeno je v této kategorii 39% občanů a spíše nespokojeno 38% občanů, čili tyto odpovědi se celkem dost vyrovnávají. *„Místní starosta, zastupitelstvo i rada podle mě ví, co dělají a jsou to lidi na správném místě. Kdykoli jsem měl nějaký problém, tak se bez většího protahování vyřešil a na obecním úřadě mi vyšli vždy vstříc.“* *„Někdy mám pocit, že se obec stále zajímá pouze o zájmy turistů a ne nás, obyčejných občanů. Chápu potenciál cestovního ruchu v obci, ale někdy se mi to zdá příliš. Vadí mi třeba větší vstupné na některé události, které pořádá město. Turisté jsou ochotni vyšší částku zaplatit, ale někteří místní obyvatelé na to prostě nemají.“*

Ve čtvrté kategorii – nabídka služeb a jejich dostupnost převládala velká spokojenost. V této kategorii jsou místní občané spíše spokojeni nebo velmi spokojeni dohromady 88% a to svědčí o dobré vybavenosti obci. *„Nemám pocit, že by mi to něco chybělo. Je tu kadeřník, kosmetika, doktoři, lékárna, masáže a mnoho dalšího. Dokonce tu máme i psiho holiče.“*

Co se týče dopravy, snažila jsem se odlišit dopravu, jako dopravní situaci v obci, stav komunikací a dopravu veřejnou, kdy mě hlavně zajímalo, zda jsou občané spokojeni s autobusy, na které jsou odkázáni, pokud nemají auto. Co se týče dopravní situace všeobecně je to procento u hodnocení spíše spokojen a spíše nespokojen úplně stejné - 35%, avšak u hodnocení velmi spokojen projevilo spokojenost 19% dotázaných. Z těchto jevů můžeme usoudit, že převládá větší spokojenost než nespokojenost, avšak není to tak jednoznačné. *„Doprava je zlá z pohledu nedostatku parkovacích míst a přílišné dopravní zátěže obce v letních měsících, jinak stav komunikací špatný není.“* *„Situace v obci si velmi pomohla vystavěním nového kruhového objezdu, plynulost jízdy v obci se tím velmi zlepšila.“* U veřejné dopravy jsem zaznamenala největší nespokojenost z celé tabulky. Až 25% dotazovaných je velmi nespokojeno se situací veřejné dopravy a 25% je spíše nespokojenost. Tyto procenta jsou dost vysoká z mého pohledu a zaměřím se na tuto problematiku v návrhových opatření na zlepšení. *„Autobusová spojení nejsou dostačující, autobusy bývají hlavně v letních měsících přeplněné turisty. Autobusy mívají také často velké zpoždění a pak mi ujede vlak.“*

V poslední kategorii mě zajímalo, jak jsou místní obyvatelé spokojeni se stavem památek v obci a zde byla projevována opravdu velká spokojenost. 70% dotazovaných je se stavem památek velmi spokojeno a 24% respondentů spíše spokojeno. „Stav památek v obci je skvělý, stále se něco opravuje či rekonstruuje. Je to radost chodit do práce kolem nádherného zámku.“

Tabulka 6 – Hodnocení spokojenosti – počet respondentů

Kategorie	velmi spokojen	spíše spokojen	je mi to lhostejné	spíše nespokojen	velmi nespokojen
mezilidské vztahy v obci	3	52	11	5	2
stav ŽP v obci a blízkém okolí	12	39	2	26	5
kulturní a sportovní vyžití	4	61	8	1	0
peče a starost obce o zájmy občanů	9	33	7	32	3
nabídka služeb a jejich dostupnost	21	53	1	9	0
veřejná doprava	2	22	14	25	21
doprava	16	29	6	29	4
stav památek v obci	59	20	2	3	0

Tabulka 7 – Hodnocení spokojenosti - procenta

Kategorie	velmi spokojen	spíše spokojen	je mi to lhostejné	spíše nespokojen	velmi nespokojen
mezilidské vztahy v obci	4%	62%	13%	6%	2%
stav ŽP v obci a blízkém okolí	14%	46%	2%	31%	6%
kulturní a sportovní vyžití	5%	73%	10%	1%	0%
peče a starost obce o zájmy občanů	11%	39%	8%	38%	4%
nabídka služeb a jejich dostupnost	25%	63%	1%	11%	0%
veřejná doprava	1%	26%	17%	30%	25%
doprava	19%	35%	7%	35%	5%
stav památek v obci	70%	24%	2%	4%	0%

2.3.9 Zhodnocení dotazníkového šetření

Z informací získaných z dotazníkového šetření vyplynulo, že až 89% respondentů má pocit, že je rozvoj cestovního ruchu v obci ovlivňuje. Až 81% respondentů označilo ovlivňování jako pozitivní. Jako nejvíce negativní aspekt rozvoje cestovního ruchu berou místní obyvatelé situaci s nedostatkem parkovacích míst a rušení klidu v obci. Naopak jako nejvíce pozitivní věci na rozvoji cestovního ruchu v obci berou místní obyvatelé větší tok peněz do obecního rozpočtu a motivaci směrem zvelebovat obec. V hodnocení spokojenosti obyvatel dopadla nejlépe kategorie – stav památek v obci, která se těšila nejvyšší spokojenosti. Většina památek v obci je ve vlastnictví státu pod Ministerstvem kultury, které však velmi úzce spolupracuje i s obcí. Nejhůře v hodnocení spokojenosti obyvatel dopadla veřejná doprava, kdy občanům nestačí četnost a kapacita spojů.

2.4 Pohled podnikatelský subjektů

Abychom si mohli udělat kompletní obrázek o problematice rozvoje cestovního ruchu v obci Lednice, je třeba zhodnotit ji, i z pohledu podnikatelských subjektů. Pro tento vý-

zkum jsem zvolila metodu semistrukturovaného rozvoru, která je z mého pohledu vhodná pro tento typ výzkumu tím, že je zde osobní kontakt s respondentem a měla jsem také možnost se doptat na doplňující otázky.

2.4.1 Výběr respondentů

Respondenti byli osloveni náhodně z řad majitelů restaurací či provozovatelů ubytovacích zařízení a atrakcí. Celkem jsem oslovila 8 podnikatelských subjektů, z nichž mi bylo ochotno poskytnout informace pouze 5. S těmito 5 podnikatelskými subjekty jsem si domluvila osobní schůzku většinou v místě jejich podnikání a položila každému z nich stejné otázky.

2.4.2 Vyhodnocení výzkumu

Všechny odpovědi na otázky byli zaznamenány a v této kapitole budou shrnuty a celkově zhodnoceny. U každé otázky budou i některé subjekty doslovně citovány pro lepší autentičnost celého výzkumu. Ze všech rozhovorů jsem pro účely této bakalářské práce vybrala 5 otázek, o kterých si myslím, že byly klíčové k tomuto tématu. Otázky se týkaly vlivu rozvoje cestovního ruchu na podnikatelské subjekty, podpory podnikání ze strany obce, spokojenosti s návštěvností, konkurenčním prostředím v obci a návrhů pro další rozvoj cestovního ruchu v obci.

2.4.2.1 Otázka č. 1 – Vliv rozvoje cestovního ruchu na podnikatelské subjekty

Téměř všechny podnikatelské subjekty jsou toho názoru, že se za poslední roky cestovní ruch v obci Lednice velmi rozvinul. Subjekty také uvedly to, že se tomuto trendu musí často přizpůsobovat např. rozšířením své restaurace či penzionu, přidáním odpadkových košů v bezprostřední blízkosti jejich podnikání nebo také najmout více zaměstnanců či brigádníků v hlavní letní sezóně. Na doplňující otázku týkající se zisku z jejich podnikání si žádný respondent nestěžoval na nedostatek. „*Je logické, že čím více turistů sem přijíždí, tím je to pro nás větší možnost se rozvinout a mít větší zisky. Stojí to ale spoustu úsilí se neustále přizpůsobovat.*“ „*Rozvoj cestovního ruchu vnímám pozitivně hlavně proto, že díky tomu se mohl náš podnik rozšířit. Místo jednoho malého stánku dnes máme obrovskou restauraci s cukrárnou a večer otvíráme bar s hernou.*“

2.4.2.2 Otázka č. 2 – Podpora podnikání ze strany obce

Cílem této otázky bylo zjistit, zda spolu obec a podnikatelské subjekty spolupracují a v jaké míře. Nikdo z dotazovaných neuvedl, že by měl někdy s obcí problém v rámci svého podnikání. Dle respondentů je obec vždy ochotna vyjít vstříc a případné problémy řeší rychle. V tomto tématu padla u zmínka o tom, že starosta je ochoten vždy přijít a zahájit společenské akce. *„Nedávno jsme kupovali kousek obecního pozemku kvůli rozšiřování naší cukrárny a nebyl s tím sebemenší problém. Proces to byl dlouhý, to ano, ale to nebylo vinnou obce ale spíše byrokracie v ČR.“* *„Když jsem poprvé přišel za starostou s nápadem zavést v Lednici naše Sochy z písku, byl nadšený. Dlouho jsem hledal místo, kde tuto atrakci umístit, a nakonec mi pomohl člen místní rady najít prostory.“*

2.4.2.3 Otázka č. 3 – Možnosti rozvoje cestovního ruchu v obci Lednice

Cílem této otázky bylo zjistit, v jakých oblastech a konkrétních případech vidí podnikatelské subjekty další možnosti rozvoje cestovního ruchu. Odpovědi v tomto směru byly celkem různorodé, avšak na některých bodech se většina respondentů shodla.

Dle respondentů chybí v Lednici místo, kde by si turisté i místní obyvatelé mohli dát dobrou kávu a zákusek. *„V Lednici sice cukrárny jsou asi 3, ale žádná z nich nenabízí klasické zákusky a dobrou kávu ale spíše sladkosti a zmrzlinu.“* *„Je pravda, že v Lednici klasický větrník nekoupíte, já osobně provozuji cukrárnu, ale nabízíme v ní spíše zmrzlinu, ledovou tříšť a mléčné koktejly. Ráda bych tuto službu turistům nabídla, ale skladování zákusků není jednoduché, je k tomu potřeba mít dobré zázemí.“*

Jako další směr rozvoje cestovního ruchu vidí podnikatelské subjekty dopravu. Dle nich by bylo v Lednici dobré vybudovat parkoviště, avšak nikdo nemá představu, kde by mohlo nové parkoviště být, když nikde není volný takový velký pozemek. *„Parkování je v Lednici věčný problém. Nejhorší je, když má přijet zásobování, ale příjezdová cesta do skladu je zablokována auty turistů.“* V tomto směru padl i jeden návrh na možnosti taxi služby v Lednici. *„Myslím si, že by se v Lednici uživila taxi služba. Ne všichni návštěvníci Lednici jsou v Lednici také ubytovaní. Spousta z nich je ubytovaná třeba ve Valticích, Mikulově nebo Podivíně, ale pokud zde zůstanou do pozdních večerních hodin, nemají možnost, jak se dostat zpět. Nejčastější volbou pro ně tedy je, zavolat si taxi službu z Břeclavi, ale to je teda podle mě hodně nevýhodné.“*

Z pohledu dotazovaných chybí v obci Lednice také půjčovna a opravna jízdních kol, která tu dříve byla, ale v současnosti již nefunguje. Z předchozí analýzy obce také víme, že Lednicí prochází spousta cyklostezek, a tak není pochyb, že by zde opravna a půjčovna byla potřeba.

Poslední návrh na rozvoj cestovního ruchu v obci Lednice, na kterém se shodlo více z respondentů, se týkal koupaliště. V Lednici není žádné veřejné koupaliště či bazén a podnikatelské subjekty to v této obci považují za důležité. *„Bazén zde má pouze Hotel Galant nebo lázně a jinak nic, návštěvníci tak musí za koupáním v létě jezdit do jiných obcí, anebo využít řeku Dyje. Řeka však není pro koupání dle mého názoru vhodná, v některých místech jsou zde velmi silné proudy, a to může být zvláště pro děti velmi nebezpečné.“*

2.4.2.4 Otázka č. 4 – Konkurence

Účelem této otázky bylo zjistit, co si podnikatelské subjekty myslí o konkurenci v obci Lednice a jaké vládnou vztahy mezi jednotlivými podnikateli. Z celkových názorů vyplynulo to, že i přes velkou konkurenci v obci, mají mezi sebou podnikatelské subjekty dobré vztahy a pomáhají si a spolupracují. Spolupráce zde probíhá zejména při pořádání kulturních akcí apod. *„Vzhledem k tomu, že turistů je zde velmi mnoho nemáme potřebu mezi sebou dělat rozbroje. I když jsme třeba dvě restaurace vedle sebe, jsme schopni spolu dobře vycházet. Každý z nás nabízí trochu něco jiného pro jinou cílovou skupinu. Moje restaurace je cílena spíše na rodiny s dětmi, studenty nebo třeba důchodce, jelikož je více cenově dostupná oproti konkurenční restauraci hned vedle.“*

2.4.2.5 Otázka č. 5 – Návštěvnost

Touto otázkou jsem chtěla zjistit, jak jsou podnikatelské subjekty spokojeny s návštěvností svých podniků, a jaký mají názor na návštěvnost kulturních akcí v obci a Lednice celkově. Nikdo z dotazovaných nepochybuje o tom, že v Lednici je návštěvníků opravdu dostatek a někdy až nad míru. Všichni se shodli, že návštěvnost je opravdu jedna z věcí, na kterou si nemohou stěžovat a odráží se to právě i na návštěvnosti kulturních akcí v obci a obce celkově. *„Lednice je jedno z nejnavštěvovanějších míst v celé České republice. V naší restauraci je pořád plno a v létě najímám až dvakrát tolik zaměstnanců než přes zimu.“*

2.4.3 Celkové shrnutí výzkumu

Z rozhovorů se zástupci podnikatelských subjektů vyplývá, že podnikatelské prostředí v obci je na velmi dobré úrovni. Podnikatelé zde mají mezi sebou dobré vztahy, stejně tak

mají dobré vztahy s obcí, která je ochotna s nimi spolupracovat a o návštěvníky zde taky není nouze. Možnosti rozvoje cestovního ruchu v obci z pohledu podnikatelských subjektů určitě zahrnu do návrhové části mé práce.

2.5 Pohled obce

Třetí úhel pohledu na problematiku rozvoje cestovního ruchu v obci Lednice, poskytl pro účel této bakalářské práce zástupce místní samosprávy – starosta obce RNDr. Libor Kabát. Pan starosta poskytl informace také v podobě semistrukturovaného rozhovoru, stejně tak jako i podnikatelských subjektů. Dle mého názoru je výběr právě tohoto respondenta na místě, jelikož Lednice je malá obec a největší přehled o ní ze všech hledisek má právě starosta obce.

2.5.1 Rozhovor se starostou obce

2.5.1.1 Otázka č. 1 – Vliv rozvoje cestovního ruchu na obec

Pan starosta uvedl, že kvůli rozvoji cestovnímu ruchu v obci si obec zřídila komisi rady obce pro kulturu a organizaci. Kulturní a organizační rada komise se skládá z 8 členů. *„Kulturní a organizační rada komise slouží k organizaci kulturních akcí v obci, k projednávání záležitostí v oblasti podnikání a cestovního ruchu a je poradním orgánem obce při tématech rozvoje obce a zájmové činnosti.“* Dále pan starosta uvedl, že i cestovní ruch v obci byl jeden z důvodů, proč v obci zřídit obecní policii. *„Obecní policii jsme si zřídili na popud občanů, kteří často řeší menší spory s turisty. Obecní policie je pro obec důležitá taky z toho důvodu, že různé podniky a jejich kasy lákají ke krádežím. Často jsou to drobné krádeže a na ty nám stačí právě obecní policie. Využití obecní policie je také v hlavní letní sezónu v nočních hodinách, kdy turisté ale i místní obyvatelé často dělají přílišný hluk na ulici.“* Respondent také poskytl informaci o tom, že cestovní ruch a jeho rozvoj jsou častým tématem na schůzích zastupitelstva či rady obce.

2.5.1.2 Otázka č. 2 – Vztah obce a podnikatelských subjektů

Dle pana starosty je vztah obce a podnikatelských subjektů na dobré úrovni a snaží se se všemi vždy jednat o jakémkoli problému. Zmínil také, že je i v zájmu obce mít zde spoustu různorodých podnikatelských subjektů, které uspokojí potřeby přijíždějících turistů ale i místních obyvatel. *„Většina podnikatelů v Lednici jsou místní obyvatelé. Mám radost, že*

cestovní ruch v obci pomáhá snížit její nezaměstnanost a lidé zde mají příležitost si tímto způsobem vydělat.“

2.5.1.3 Otázka č. 3 – Příliv finančních prostředků do obce díky cestovnímu ruchu

Cílem této otázky bylo zjistit, jak moc ovlivňuje specifické odvětví jako je cestovní ruch rozpočet obce. Pan RNDr. Libor Kabát na toto téma uvedl, že cestovní ruch je pro obec velký přínos hlavně díky daňovým příjmům obce. Dále pan starosta zmínil možnost čerpání dotací z EU. *„Snažíme se hlídat různé dotační programy a využívat je. V naší obci je potřeba investovat spoustu peněz, jak do nových investic, tak do oprav a údržby. Upřímně nejsem na toto téma odborník a problematika dotací je velmi složitá ale s klidným svědomím můžu říct, že se snažíme.*“

2.5.1.4 Otázka č. 4 – Vztah obce a místních obyvatel

Účelem této otázky bylo zjistit, jak moc záleží obci na spokojenosti obyvatel ve vztahu k rozvoji cestovního ruchu. Respondent uvedl, že obec se snaží najít rovnováhu mezi potřebou turistů a místních obyvatel. Dále zmínil, že nemá pocit, že by místním obyvatelům vadil cestovní ruch. *„Myslím si, že místní obyvatelé jsou rádi za to, že obec je populární. Většina je dle mého názoru ráda, že je zde tolik podnikatelských subjektů, které sem právě rozvíjející se cestovní ruch přilákal. V obyčejné stejně velké obci jako je Lednice není samozřejmostí mít tolik restaurací, lázně, bowling apod. Jako příklad bych zde třeba uvedl to, že místní neplatí poplatky za popelnice. Obec je platí za ně, jelikož si to může dovolit a z části se na tom podílí právě příjmy, které obec má díky cestovnímu ruchu.*“

2.5.1.5 Otázka č. 5 – Udržitelný rozvoj

V této otázce bylo cílem zjistit, zda obec myslí i na stránku udržitelného rozvoje. Pan starosta řekl, že obec se v této oblasti velmi snaží, a to hlavně po stránce ekologie a ochrany území. *„Záleží nám na zachování obce v dobrém stavu pro další generace. Spoustu věcí z hlediska udržitelného rozvoje řeší Ministerstvo kultury, ale snažíme se ho v tom podporovat a dávat mu podněty. V poslední době se třeba na náš návrh zneprístupnila cesta k Janohradu pro automobily. Dříve se dalo skoro až přímo k romantické zřícenině dostat autem ale dnes už pouze pěšky či na kole. Je to hlavně kvůli přírodě kolem této památky, která je nádherná a nechceme si ji přece zničit. Snažíme se i takovými kroky, jako je například nakoupení kompostérů pro místní obyvatele. Není to sice obrovský projekt, ale my věříme, že to ocení příroda tak i místní obyvatelé.*“

2.5.2 Celkové shrnutí rozhovoru

Z tohoto rozhovoru je zřetelné, že obec v čele s panem starostou Kabátem má dobré vztahy jak s místními obyvateli, tak i podnikatelskými subjekty v obci. Pan starosta také opět potvrzuje to, jak moc ovlivňuje cestovní ruchu obci, a to i po finanční stránce. Dále se ukázalo, že obec myslí i na stránku udržitelného rozvoje, a to hlavně po stránce ekologie a ochrany území.

2.6 Celkové shrnutí analytické části

V této kapitole budou shrnuty závěry zjištěné z analytické části této práce čili z dotazníkového šetření a semistrukturovaných rozhovorů. Tyto závěry budou rozděleny v bodech do 2 skupin – pozitiva a negativa. Pozitiva a negativa v ohledu rozvoje cestovního ruchu v obci Lednice.

Do skupiny pozitiv patří:

- obyvatelé vnímají vliv rozvoje cestovního ruchu spíše jako pozitivní vliv – větší příjmy pro obec, pracovní příležitosti, zvelebování obce
- kulturní a sportovní vyžití v obci
- stav památek v obci
- občanská vybavenost obce
- nabídka služeb a jejich dostupnost
- dobré vztahy mezi obcí a obyvateli
- dobré vztahy mezi obcí a podnikatelskými subjekty
- velká návštěvnost obce
- obec se stará o životní prostředí a udržitelný rozvoj

Do skupiny negativ patří:

- nedostatečný počet parkovacích míst
- nedostatečná kapacita a počet dopravních spojení
- velká dopravní zatíženost obce
- přeplněnost podniků v obci
- rušení klidu v obci
- vyšší ceny nemovitostí v obci
- vyšší znečišťování životního prostředí

Dle bodů a celkové analytické části výše můžeme říci, že rozvoj cestovního ruchu v obci Lednice má větší počet pozitiv než negativ. Jako největší negativum z výzkumu vyšla doprava a je to největší podnět ke zlepšení rozvoje cestovního ruchu v obci.

2.7 Návrhy pro rozvoj cestovního ruchu v obci Lednice

V této části vypracuji návrhy pro rozvoj cestovního ruchu v Lednici, kdy budu vycházet z poznatků a informací, které jsem získala v průběhu zpracování teoretické části, dotazníkového šetření a semistrukturovaných rozhovorů.

2.7.1 Opatření č. 1 – Doprava

2.7.1.1 Popis stavu a problému opatření

Jak v dotazníkovém šetření, tak i v semistrukturovaných rozhovorech se ukázala doprava jako velký problém. Problémem jsou současné nedostačující spoje hlavně v letních měsících, kdy do obce přijíždí nejvíce turistů, nedostatek parkovacích míst a celková dopravní zatíženost obce, které zhoršuje průjezdnost obce. Jako problém se také ukázala chybějící taxi služba, která by mohla v létě vozit zejména turisty ale i místní obyvatele do vedlejších obcí.

2.7.1.2 Cíle opatření

- Zvýšení počtu dopravních spojení
- Zvýšení počtu parkovacích míst
- Snížení dopravní zatíženosti obce
- Zajištění taxi služby v hlavní letní sezóně

Pro rozvoj cestovního ruchu v obci je velmi důležité aby obec vyjednala s dopravci zvýšení četnosti dopravních spojení a jejich posílení zejména v letních měsících. Vzhledem k tomu, že Lednice spadá pod Integrovaný dopravní systém Jihomoravského kraje, nemělo by to být příliš složité vyjednávání. Dále by obec měla zkusit najít ve svých pozemcích volný prostor pro vybudování parkoviště, vzhledem ke zmínce o nedostatečném prostoru bych navrhovala vícepatrový parkovací dům, který by nějaké místo určitě ušetřil. Dopravní zatíženost obce by se mohla snížit díky vytvoření společné mobilní aplikaci pro využití sdílených jízd hlavně pro místní obyvatele ale také pro turisty. Například 4 místní obyvatele, kteří dojíždí ráno k vlaku do Podivína, by mohli jet pouze 1 autem a ne 4. Dále navrhuji, aby obec vydala investiční pobídku na taxi službu.

2.7.1.3 Cílové skupiny opatření

- Turisté a návštěvníci obce Lednice
- Místní obyvatelé
- Podnikatelské subjekty v obci Lednice
- Obec Lednice

2.7.1.4 Financování opatření

Možné zdroje financování použité v tomto opatření:

- soukromé
- veřejné
 - obecní
 - krajské
 - evropské – např. IROP

Finanční náročnost tohoto opatření odhaduji na 15 mil. Kč v případě klasického parkoviště. Pokud by se obec rozhodla postavit vícepatrový parkovací dům, odhadovala bych náročnost tohoto opatření až na 30 mil. Kč.

2.7.1.5 Časová náročnost

Toho opatření je časově velmi náročné, zvláště pokud by se obec rozhodla čerpat dotaci na vybudování parkoviště. Vyjednávání s dopravcem o zvýšení počtu spojení a jejich posílení také může trvat dle mého odhadu až půl roku. Co se týče vývoje mobilní aplikace, myslím si, že zde by časová náročnost mohla být menší než u předešlých cílů. Myslím si, že mobilní aplikaci by měla být velmi jednoduchá, aby ji zvládali ovládat všichni. Jako nejméně časově náročný cíl je zde taxi služba, kde se může jednat pouze o nějakou ústní domluvu. Celkovou časovou náročnost toho opatření tedy odhaduji na 2 roky.

2.7.1.6 Rizika opatření

- Dopravce nebude mít zájem zvýšit počet spojení a posílit spoje
- Obec nenajde žádné volné prostory pro vybudování parkoviště
- Obec nesežene dostatečné finanční prostředky pro vybudování parkoviště
- Obyvatelé nebudou mobilní aplikaci pro spolujízdu dostatečně využívat

2.7.2 Opatření č. 2 – Životní prostředí

2.7.2.1 Popis stavu a problému opatření

Z dotazníkového šetření vyplynulo, že si někteří místní obyvatelé myslí, že turisté znečišťují životní prostředí obce a jejího blízkého okolí. Z rozhovoru s panem starostou bylo patrné, že obec se velmi snaží ve směru ekologie. Proto se nabízí nápad udělat společnou akci, jejíž cílem bude úklid obce a okolí, kterou uspořádá obec.

2.7.2.2 Cíle opatření

- Úklid obce a jejího okolí
- Sblížení účastníků

Hlavním cílem této akce je za pomoci dobrovolníků posbírat odpadky v obci, parku a dalších místech. Do této akce se mohou zapojit místní obyvatelé, turisté, návštěvníci i třeba zástupci podnikatelských subjektů v obci, a proto je vedlejším cílem této akce i sblížení účastníků.

2.7.2.3 Cílové skupiny opatření

- Obyvatelé obce Lednice
- Obec Lednice
- Turisté a návštěvníci obce Lednice
- Podnikatelské subjekty v obci Lednice

2.7.2.4 Financování opatření

- obecní

Toto opatření je finančně nenáročné, odhaduji tak 2000 Kč, protože je potřeba zajistit pouze potřeby k úklidu (rukavice, pytle na odpadky atd.) a propagaci akce (vytisknout plakáty, letáčky, nechat informace o akci vyhlásit v rozhlase atd.).

2.7.2.5 Časová náročnost

Časovou náročnost tohoto opatření odhaduji na 1 měsíc, jelikož celá organizace spočívá pouze v tom vymyslet, jak se bude akce propagovat a do jakých míst budou dobrovolníci směřováni s úklidem.

2.7.2.6 Rizika opatření

- Na akci se nepřihlásí žádní dobrovolníci

2.7.3 Opatření č. 3 – Dotační programy

2.7.3.1 Popis stavu a problému opatření

V dnešní době mají obce možnost využívat nejrůznějších dotačních programů jak státní tak i třeba z Evropské Unie a jak uvedl pan starosta v semistrukturovaném rozhovoru, na obecním úřadě není žádný odborník na problematiku dotačních programů. Žádost o dotace je složitý proces, který vyžaduje spoustu času a znalostí dané problematiky, proto jsem do své práce zařadila i návrh s 2 možnostmi. Tou první je možnost zaměstnat na obecním úřadě člověka, který bude mít tuto problematiku na starost. Druhou možností je začít dlouhodobě spolupracovat se soukromou firmou, která se na problematiku dotačních programů zaměřuje.

2.7.3.2 Cíle opatření

- Využití všech možností dotačních programů

2.7.3.3 Cílové skupiny opatření

- Obec Lednice

2.7.3.4 Financování opatření

- Obecní

Finanční náročnost tohoto opatření je dle mého názoru v případě zaměstnání odborníka na dotace kolem 360 tis. ročně. V případě spolupráce se soukromou firmou, odhaduji finanční náročnost na 150-200 tis. ročně.

2.7.3.5 Časová náročnost

Toho opatření je časově náročné hlavně z důvodu, že se musí udělat kvalitní výběrové řízení, jak na nového zaměstnance nebo na soukromou firmu, s kterou bude obec dlouhodobě spolupracovat. Celkovou časovou náročnost tak odhaduji na půl roku.

2.7.3.6 Rizika opatření

- Obec nebude mít dostatečné finance na plat zaměstnance nebo na zaplacení služeb soukromé firmy

2.7.4 Opatření č. 4 – Koupaliště

2.7.4.1 Popis stavu a problému opatření

Další věc, která vyplynula z výzkumu, je ta, že v Lednici není žádná možnost bezpečného koupání pro širokou veřejnost. Vybudování koupaliště alespoň teda venkovního bazénu pro letní měsíce vidím jako velkou příležitost pro další rozvoj cestovního ruchu v obci Lednice.

2.7.4.2 Cíle opatření

- Vybudování koupaliště

Hlavní a jediný cíl tohoto opatření je, aby v obci Lednice bylo vybudováno koupaliště pro širokou veřejnost. Koupaliště zde může postavit buď obec sama, nebo může vytvořit vhodné podmínky pro nějaký podnikatelský subjekt, který by měl zájem zde veřejné koupaliště vybudovat.

2.7.4.3 Cílové skupiny opatření

- Obec Lednice
- Podnikatelské subjekty v obci Lednice
- Obyvatelé obce Lednice
- Turisté a návštěvníci obce Lednice

2.7.4.4 Financování opatření

- obecní – obec postaví koupaliště ze svých peněz
- soukromé – podnikatelský subjekt postaví veřejné koupaliště v obci
- evropské – obec využije dotačního programu např. IROP

Finanční náročnost u tohoto opatření odhaduji na 15-20 mil. Kč.

2.7.4.5 Časová náročnost

Vybudování koupaliště je běh na dlouhou trať, odhaduji tak na 2 roky, avšak dle mého názoru bude domluva na samotném vybudování, shánění peněz apod. delší než samotná výstavba. V dnešní době je technika na vysoké úrovni a proto není problém nechat postavit koupaliště poměrně rychle.

2.7.4.6 Rizika opatření

- Obec nebude mít dostatečné finanční prostředky na stavbu koupaliště nebo nebude moct využít žádné vhodné nabídky na dotační program
- Žádný podnikatelský subjekt nebude mít zájem postavit v obci veřejné koupaliště
- Obec nebude mít dostatečné finanční prostředky na údržbu a provoz koupaliště
- O veřejné koupaliště nebude v obci zájem

2.7.5 Opatření č. 5 – Rozšíření nabídky služeb v obci

2.7.5.1 Popis stavu a problému opatření

Posledním mým navrhovaným opatření je rozšíření nabídky služeb v obci Lednice. Z výzkumu vyplynulo, že v obci chybí klasická cukrárna s kvalitní kávou a zákusky a opravna a půjčovna jízdních kol. Proto doporučují, aby si obec buď promluvila se současnými podnikatelskými subjekty, které na území obce působí o zavedení dalších služeb nebo vytvořila vhodné podmínky pro nové podnikatelské subjekty, které by mohly tyto služby nabídnout.

2.7.5.2 Cíle opatření

- Rozšířit nabídku služeb v obci

2.7.5.3 Cílové skupiny opatření

- Obec Lednice
- Podnikatelské subjekty
- Obyvatelé obce
- Turisté a návštěvníci obce

2.7.5.4 Financování opatření

- Soukromé

Finanční náročnost tohoto opatření se odhaduje opravdu velmi těžko. Záleží na to, jak se obec domluví se soukromými podnikatelskými subjekty v obci. Teoreticky by toto opatření nemělo být pro obec vůbec finančně náročné.

2.7.5.5 Časová náročnost

Opatření ohledně rozšíření služeb v obci Lednice je časově náročné, co se týče dlouhodobého vyjednávání s podnikatelskými subjekty. Celkovou časovou náročnost tak odhaduji na 3 roky.

2.7.5.6 Rizika opatření

- Současné podnikatelské subjekty působící v obci nebudou mít zájem rozšířit své služby – nebude to pro ně dostatečně výhodné
- Obci se nepodaří vytvořit vhodné podnikatelské prostředí, aby přilákala nové podnikatelské subjekty
- Nově příchozí podnikatelské subjekty nebudou mít zájem provozovat chybějící služby v obci

ZÁVĚR

Cílem této práce bylo zanalyzovat aktuální stav obce Lednice po stránce cestovního ruchu a provést výzkum v této obci. Výzkum byl pojat formou dotazníkového šetření a semistrukturovaných rozhovorů. Aby byl výzkum objektivní, bylo potřeba do něj zapojit místní obyvatele, podnikatelské subjekty, a i samotné vedení obce Lednice.

V první části byly vymezeny důležité pojmy jako např. cestovní ruch, druhy cestovního ruchu, trendy a dopady cestovního ruchu, udržitelný rozvoj apod. Tato část sloužila k nastudování teoretických znalostí, které sloužily jako podklad k praktické části a pomohla ke správnému uchopení celého tématu této práce.

Druhá část této bakalářské práce se skládala z analýzy, dotazníkového šetření, rozhovorů a návrhových opatření. Nejprve je zde provedena analýza obce, kde jsou uvedeny základní informace o obci a celém Lednicko-valtickém areálu, informace o občanské vybavenosti obce, stravovacích a ubytovacích zařízeních atd. Jsou zde také bližší informace o místních památkách a atrakcích, které jsou největším důvodem toho, proč do obce Lednice každoročně přijíždí tisíce turistů. Mezi místními obyvateli bylo provedeno dotazníkové šetření, které objektivně ukázalo hlavně negativa a pozitiva rozvoje cestovního ruchu v obci na místní obyvatele. Pomocí rozhovorů je zde ukázán pohled podnikatelských subjektů, které poskytly skvělé informace pro tvorbu návrhových opatření. Dále v této části také proveden rozhovor se starostou obce Lednice – RNDr. Liborem Kabátem. Pan starosta poskytl cenné informace pro tuto práci, co se týče vztahu obce s místními obyvateli a podnikatelskými subjekty, informace o tom, jak moc ovlivňuje cestovní ruch obec a jestli je si obec vědoma důležitosti udržitelného rozvoje. Celková analytická část byla shrnuta v několika bodech pozitiv a negativ rozvoje cestovního ruchu v obci Lednice

Nakonec zde bylo uvedeno 5 návrhových opatření, které byly zhodnoceny z různých hledisek, jako jsou čas a peníze. Tyto návrhy byly konzultovány s členem zastupitelstva obce Lednice a mohly by posloužit obci k vytvoření plánu rozvoje cestovního ruchu.

SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

Bibliografie:

DROBNÁ, Daniela a Eva MORÁVKOVÁ, 2010. *Cestovní ruch: pro střední školy a pro veřejnost*. 2., upr. vyd. Praha: Fortuna, 200 s. ISBN 978-80-7373-079-6.

FORET, Miroslav a Věra FORETOVÁ, 2001. *Jak rozvíjet místní cestovní ruch*. 1. vyd. Praha: Granada Publishing, 178 s. ISBN 80-247-0207-X.

HESKOVÁ, Marie, 2011. *Cestovní ruch: pro vyšší odborné školy a vysoké školy*. 2. vyd. Praha: Fortuna, 216 s. ISBN 978-80-7373-107-6.

KOTÍKOVÁ, Halina a Eva SCHWARTZHOFFOVÁ. 2017. *Cestovní ruch*. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 154 s. ISBN 978-80-244-5189-3.

MCCOOL, Stephen F. a Keith BOSAK. 2016. *Reframing sustainable tourism*, Dordrecht: Springer, 250 s. ISBN 978-94-017-7208-2.

MINISTERSTVO ŽIVOTNÍHO PROSTŘEDÍ. 2010. *Strategický rámec udržitelného rozvoje České republiky*. 1. vyd. Praha: Ministerstvo životního prostředí, 105 s. ISBN 978-80-7212-536-4

MOLDAN, B., 1996. *Indikátory trvale udržitelného rozvoje. Svazek II*. 1. vyd. Ostrava: Vysoká škola báňská - Technická univerzita Ostrava, 87 s. ISBN 80-7078-380-X.

NĚMČANSKÝ, M. 1999. *Odvětví cestovního ruchu: vybrané kapitoly I. díl*. 1. vyd. Karviná: Slezská univerzita v Opavě, Obchodně podnikatelská fakulta, 278 s. ISBN 80-7248-034-0.

PALATKOVÁ, Monika. 2006. *Marketingová strategie destinace cestovního ruchu: Jak získat více příjmů z cestovního ruchu*. Praha: Grada Publishing, a.s., 187 s. ISBN 80-247-1014-5.

PALATKOVÁ, M. 2011. *Mezinárodní cestovní ruch*. 1. vyd. Praha: GradaPublishing, 224 s. ISBN 978-80-247-3750-8.

PÁSKOVÁ, M., 2009. *Udržitelnost rozvoje cestovního ruchu*. 2.vyd. Hradec Králové: Gaudeamus, 298s. ISBN 978-80-7435-006-1.

PÁSKOVÁ, Martina a Josef ZELENKA, 2002. *Výkladový slovník cestovního ruchu*. 1 vyd. Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj České republiky, 448 s. ISBN 80-239-0152-4.

RYGLOVÁ, Kateřina, 2009. *Cestovní ruch – soubor studijních materiálů*. 3. vyd. Ostrava: KEY Publishing, 187 s. ISBN: 978-80-7418-28-6.

SHARPLEY, Richard, 2015 *Tourism and development*. 2nd ed. Los Angeles: Sage Reference, 568 s. ISBN 978-1-47391241-0.

TRNKOVÁ, O. a kol. 1993 *Území a cestovní ruch*. 1. vyd. Praha: VŠE Praha, 95 s. ISBN 80-7079-123-3.

UNITED NATIONS ENVIRONMENT PROGRAMME, 2005. *Making tourism more sustainable: a guide for policy makers*. Paris: United Nations Environment Programme, 208 s. ISBN 92-807-2507-6

VAŠKO, M. 2002 *Cestovní ruch a regionální rozvoj*. 1. vyd. Praha: Oeconomica, 96 s. ISBN 80-245-0445-6.

ZELENKA, Josef a Martina PÁSKOVÁ, 2012. *Výkladový slovník cestovního ruchu*. 2. vyd. Praha: Linde Praha. 768 s. ISBN 978-80-7201-880-2.

Internetové zdroje:

CZECHTOURISM, ©2005-2017b. Základní informace. In: *Czechtourism.cz* [online]. [cit. 2018-01-29]. Dostupné z: <https://www.czechtourism.cz/o-czechtourism/zakladni-informace/>

ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD, © 2018. Veřejná databáze. In: *Vdb.czso.cz* [online]. [cit. 2018-03-16]. Dostupné z: <https://vdb.czso.cz/vdbvo2/>

LEDNICKO-VALTICKÝ AREÁL, © 2018. Základní informace. In: *lednicko-valticky-areal.cz* [online]. [cit. 2018-04-22]. Dostupné z: <http://www.lednicko-valticky-areal.cz/>

MINISTERSTVO PRO MÍSTNÍ ROZVOJ, © 2012b. Koncepce státní politiky cestovního ruchu v ČR na období 2014 – 2020. In: *Mmr.cz* [online]. [cit. 2018-01-25]. Dostupné z: [http://www.mmr.cz/cs/Regionalni-politika-a-cestovni-ruch/Cestovni-ruch/Koncepce-Strategie/Koncepce-statni-politiky-cestovniho-ruchu-v-CR-\(1\)](http://www.mmr.cz/cs/Regionalni-politika-a-cestovni-ruch/Cestovni-ruch/Koncepce-Strategie/Koncepce-statni-politiky-cestovniho-ruchu-v-CR-(1))

MONITOR-STÁTNÍ POKLADNA, © 2018. Lednice . In: *monitor.statnipokladna.cz* [online]. [cit. 2018-01-25]. Dostupné z: <https://monitor.statnipokladna.cz/2017/obce/detail/00283339#prehled>

OBEC LEDNICE, © 2007-2016. Organizační struktura. In: *lednice.cz* [online]. [cit. 2018-02-22]. Dostupné z: <http://www.lednice.cz/cs/organizacni-struktura/>

SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK

%	Procento
Apod.	A podobně
Atd.	A tak dále
Č.	číslo
ČR	Česká republika
ČSÚ	Český statistický úřad
EU	Evropská unie
IROP	Integrovaný regionální operační program
Kč	Koruna česká
MKČR	Ministerstvo kultury České republiky
MMR	Ministerstvo pro místní rozvoj
Např.	Například
UNESCO	Organizace spojených národů pro výchovu, vědu a kulturu

SEZNAM OBRÁZKŮ

Obrázek 1 – <i>Vývoj počtu obyvatel v Lednici</i>	35
Obrázek 2 – <i>Vývoj rozpočtu obce Lednice (Monitor- Státní pokladna)</i>	36
Obrázek 3 – <i>Zámek Lednice (vlastní archiv)</i>	39
Obrázek 4 – <i>Zámecký skleník (vlastní archiv)</i>	40
Obrázek 5 – <i>Graf k otázce č. 1</i>	44
Obrázek 6 – <i>Graf k otázce č. 2</i>	45
Obrázek 7 – <i>Graf k otázce č. 3</i>	46

SEZNAM TABULEK

Tabulka 1 – <i>Obyvatelstvo Lednicko-valtického areálu</i>	32
Tabulka 2 – <i>Ubytovací zařízení v Lednici (vlastní zpracování)</i>	37
Tabulka 3 – <i>Kulturní akce v Lednici</i>	43
Tabulka 4 – <i>Negativa rozvoje cestovního ruchu</i>	47
Tabulka 5 – <i>Pozitiva rozvoje cestovního ruchu</i>	48
Tabulka 6 – <i>Hodnocení spokojenosti – počet respondentů</i>	51
Tabulka 7 – <i>Hodnocení spokojenosti - procenta</i>	51

SEZNAM PŘÍLOH

P I Dotazník pro místní obyvatele

PŘÍLOHA P I: DOTAZNÍK PRO MÍSTNÍ OBYVATELE

Dobrý den,

věnuje mi prosím pár minut Vašeho času.

Jmenuji se Kateřina Kurková a jsem studentka Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně. Můj obor je Veřejná správa a regionální rozvoj a momentálně pracuji na své bakalářské práci na téma Rozvoj cestovního ruchu ve vztahu k udržitelnosti a podpoře podnikání v obci Lednice. Tímto Vás prosím o vyplnění krátkého dotazníku, jehož výsledky budou použity výhradně k účelům pro mou bakalářskou práci. Tento dotazník je určen pro obyvatele obce Lednice. Pokud si nepřejete být v mé bakalářské práci citován/citována, vyplňte prosím na místo pro jméno a příjmení – ANONYM.

Děkuji za Váš čas.

Kateřina Kurková

Jméno a příjmení:

V následujících odpovědích vyberte prosím jednu z možností.

1. **Jste obyvatelem obce Lednice?** Ano / Ne
2. **Ovlivňuje nějak Váš běžný život rozvoj cestovního ruchu?** Ano / Ne
3. **Pokud ano spíše:** Kladně / Negativně

V následujících 2 otázkách zakroužkujte až 3 možnosti.

4. Rozvoj cestovního ruchu ovlivňuje negativně můj běžný život v těchto případech:

- Nemám kde zaparkovat
- Podniky v obci jsou přeplněné
- Ceny nemovitostí jsou vysoké
- Turisté ruší můj klid
- Turisté znečišťují obec a její okolí
- Jiné: _____

5. Rozvoj cestovního ruchu ovlivňuje kladně můj běžný život v těchto případech:

- Obec má díky turistům větší příjmy
- V obci se děje více kulturních akcí
- Mám možnost si přivydělat/ žít se cestovním ruchem
- Mám možnost poznávat nové lidi
- Obec má snahu se zvelebovat kvůli takové přílivu turistů
- Jiné: _____

V následujících otázkách vyberte jednu odpověď prosím.

6. **Máte pocit, že se Lednice právě díky přílivu turistů může rozvíjet?** Ano / Ne
Pokud ano, napište prosím proč.

7. Vyberte prosím jednu z možností míry Vaší spokojenosti v následujících bodech.

- mezilidské vztahy v obci
velmi spokojen spíše spokojen je mi to lhostejné spíše nespokojen velmi nespokojen
- stav životního prostředí v obci a blízkém okolí

velmi spokojen	spíše spokojen	je mi to lhostejné	spíše nespokojen	velmi nespokojen
<ul style="list-style-type: none"> • kulturní a společenské vyžití v obci 				
velmi spokojen	spíše spokojen	je mi to lhostejné	spíše nespokojen	velmi nespokojen
<ul style="list-style-type: none"> • péče a starost obce o zájmy občanů 				
velmi spokojen	spíše spokojen	je mi to lhostejné	spíše nespokojen	velmi nespokojen
<ul style="list-style-type: none"> • nabídka služeb a jejich dostupnost 				
velmi spokojen	spíše spokojen	je mi to lhostejné	spíše nespokojen	velmi nespokojen
<ul style="list-style-type: none"> • doprava – stav komunikací, parkovací místa atd. 				
velmi spokojen	spíše spokojen	je mi to lhostejné	spíše nespokojen	velmi nespokojen
<ul style="list-style-type: none"> • veřejná doprava – četnost spojení 				
velmi spokojen	spíše spokojen	je mi to lhostejné	spíše nespokojen	velmi nespokojen
<ul style="list-style-type: none"> • stav památek ve vaší obci 				
velmi spokojen	spíše spokojen	je mi to lhostejné	spíše nespokojen	velmi nespokojen

Zde je místo pro vaše další vyjádření k tomuto tématu: