Návrh projektu pro rozvoj cestovního ruchu v mikroregionu Buchlov

Bc. Viola Jahodíková

Diplomová práce
2022

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: 2021/2022

ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

(projektu, uměleckého díla, uměleckého výkonu)

Jméno a příjmení:	**Viola Jahodíková**
Osobní číslo:	**M20441**
Studijní program:	**N0413A050031 Management a marketing**
Specializace:	**Management veřejné správy a regionálního rozvoje**
Forma studia:	**Prezenční**
Téma práce:	**Návrh projektu pro rozvoj cestovního ruchu v mikroregionu Buchlov**

Zásady pro vypracování

Úvod
Definujte cíle práce a použité metody zpracování práce.
I. Teoretická část

- Představte teoretické koncepty rozvoje cestovního ruchu v rurálních oblastech.
- Podejte přehled strategických dokumentů a nástrojů podpory cestovního ruchu v ČR.

II. Praktická část

- Zpracujte předpoklady pro rozvoj cestovního ruchu na území mikroregionu Buchlov.
- Na základě rozhovorů s vybranými aktéry a stakeholdery na území mikroregionu Buchlov stanovte klíčové rozvojové problémy cestovního ruchu.
- Navrhněte projekt rozvoje cestovního ruchu v mikroregionu Buchlov a podejte jeho finanční, časovou a rizikovou analýzu.

Závěr

Rozsah diplomové práce: **cca 70 stran**
Forma zpracování diplomové práce: **tištěná/elektronická**

Seznam doporučené literatury:

CAPONE, Francesco, ed. *Tourist Clusters, Destinations and Competitiveness: Theoretical Issues and Empirical Evidences*. 1st ed. London: Routledge, 2016, 187 s. ISBN 978-113-8891-692.

HOLEŠINSKÁ, Andrea a Jitka ZICHOVÁ. *Destinační management jako nástroj regionální politiky cestovního ruchu: turismus České republiky*. 2. aktualiz. a rozš. vyd. Brno: Masarykova univerzita, Ekonomicko-správní fakulta, 2012, 151 s. ISBN 978-802-1058-477.

MATIAS, Álvaro, Peter NIJKAMP a Manuela SARMENTO, ed. *Tourism Economics: Impact Analysis*. 1st ed. Berlin: Physica-Verlag, 2011, 293 s. ISBN 978-379-0827-248.

PALATKOVÁ, Monika a Jitka ZICHOVÁ. *Ekonomika turismu: turismus České republiky*. 2. aktualiz. a rozš. vyd. Praha: Grada, 2014, 262 s. ISBN 978-802-4736-433.

PLZÁKOVÁ, Lucie a Petr STUDNIČKA. *Řízení cestovního ruchu v České republice –minulost, současnost, budoucnost*. 1. vyd. Praha: Wolters Kluwer, 2014, 204 s. ISBN 978-807-4785-931.

Vedoucí diplomové práce: **RNDr. Pavel Bednář, Ph.D.**
Ústav regionálního rozvoje, veřejné správy a práva

Datum zadání diplomové práce: **11. února 2022**
Termín odevzdání diplomové práce: **20. dubna 2022**

L.S.

prof. Ing. David Tuček, Ph.D.
děkan

doc. Ing. Michal Pilík, Ph.D.
garant studijního programu

Ve Zlíně dne 11. února 2022

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 připouští-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

Jméno a příjmení: …….

…….
podpis diplomanta

ABSTRAKT

Diplomová práce pojednává o problematice cestovního ruchu a konceptu destinačního managementu na území mikroregionu Buchlov. Hlavním cílem práce je stanovit klíčové problémy rozvoje cestovního ruchu v daném území a následně navrhnout projekt pro rozvoj cestovního ruchu v mikroregionu Buchlov. Teoretická část práce podává literární rešerši, která se věnuje teoretickému konceptu cestovního ruchu a destinačnímu managementu. V praktické části byly stanoveny předpoklady cestovního ruchu a byla provedena analýza a hodnocení konceptu destinačního managementu v daném území. Analýza byla provedena na základě semistrukturovaných rozhovorů s vybranými aktéry a stakeholdery cestovního ruchu v mikroregionu Buchlov a následně byla vytvořena SWOT analýza. Na základě získaných dat byl navržen projekt pro rozvoj cestovního ruchu v mikroregionu Buchlov, který může napomoct ke zvýšení atraktivity mikroregionu jak pro jeho obyvatele, tak i pro návštěvníky sportovního turismu.

Klíčová slova: cestovní ruch, destinační management, mikroregion Buchlov, rozvoj, aktéři cestovního ruchu

ABSTRACT

The diploma thesis deals with the issue of tourism and the concept of destination management in the Buchlov microregion. The main objective of the thesis is to determine the key problems of tourism development in the area and then to propose a project for the development of tourism in the Buchlov microregion. The theoretical part of the thesis provides a literature search, which is devoted to the theoretical concept of tourism and destination management. In the practical part, the assumptions of tourism were determined and the analysis and evaluation of the concept of destination management in the area was carried out. The analysis was carried out on the basis of semi-structured interviews with selected actors and stakeholders of tourism in the Buchlov micro-region and subsequently a SWOT analysis was developed. On the basis of the data obtained, a project for the development of tourism in the Buchlov micro-region was proposed, which can help to increase the attractiveness of the micro-region for its inhabitants as well as for sports tourism visitors.

Keywords: tourism, destination management, Buchlov microregion, development, tourism actors

Ráda bych poděkovala vedoucímu mé diplomové práce, RNDr. Pavlu Bednářovi, Ph.D., za jeho odborné vedení práce, rady a čas, který mi věnoval. Rovněž tímto děkuju všem zástupcům cestovního ruchu v mikroregionu Buchlov, kteří mi věnovali svůj čas a poskytli mi informace, které mi napomohli k dokončení práce. V neposlední řadě děkuji své rodině a partnerovi, kteří mě v průběhu studia podporovali.

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

OBSAH

ÚVOD **9**
CÍLE A METODY ZPRACOVÁNÍ PRÁCE **10**
I TEORETICKÁ ČÁST **11**
1 TERMINOLOGIE A TEORETICKÉ KONCEPTY CESTOVNÍHO RUCHU **12**
1.1 TYPOLOGIE CESTOVNÍHO RUCHU 15
1.1.1 Druhy cestovního ruchu 16
1.1.2 Formy cestovního ruchu 19
1.2 VENKOVSKÝ CESTOVNÍ RUCH A JEHO FORMY 21
1.2.1 Agroturismus 21
1.2.2 Ekoturismus 22
1.2.3 Ekoagroturismus 22
1.3 TVORBA PRODUKTU CESTOVNÍHO RUCHU 22
2 POLITIKA CESTOVNÍHO RUCHU **25**
2.1 NOSITELÉ POLITIKY CESTOVNÍHO RUCHU 26
2.2 CÍLE POLITIKY CESTOVNÍHO RUCHU 27
2.3 NÁSTROJE CESTOVNÍHO RUCHU 27
2.4 POLITIKA CESTOVNÍHO RUCHU V ČESKÉ REPUBLICE 29
2.5 POLITIKA CESTOVNÍHO RUCHU V EVROPSKÉ UNII 33
3 ŘÍZENÍ CESTOVNÍHO RUCHU **37**
3.1 DEFINICE DESTINAČNÍHO MANAGEMENTU 38
3.2 FUNKCE DESTINAČNÍHO MANAGEMENTU 40
4 CESTOVNÍ RUCH V ČESKÉ REPUBLICE A VE VYBRANÝCH EVROPSKÝCH ZEMÍCH **45**
4.1 CESTOVNÍ RUCH V ČESKÉ REPUBLICE 45
4.1.1 Mezinárodní postavení České republiky v oblasti cestovního ruchu 46
4.1.2 Řízení cestovního ruchu v České republice 47
4.1.3 Strategické dokumenty 49
4.2 CESTOVNÍ RUCH VE VYBRANÝCH EVROPSKÝCH ZEMÍCH 52
4.2.1 Republika Rakousko 53
4.2.2 Švýcarská konfederace 53
4.2.3 Slovenská republika 54
II PRAKTICKÁ ČÁST **55**
5 CHARAKTERISTIKA MIKROREGIONU BUCHLOV **56**
5.1 OBCE MIKROREGIONU 57
5.2 OBYVATELSTVO MIKROREGIONU BUCHLOV 58

5.3 AKTÉŘI CESTOVNÍHO RUCHU V MIKROREGIONU BUCHLOV 59
5.3.2 Centrála cestovního ruchu Východní Moravy o. p. s. 60
5.3.3 Region Slovácko 61
5.4 STRATEGICKÉ DOKUMENTY 61
6 CHARAKTERISTIKA PŘÍRODNÍCH, KULTURNÍCH, SPOLEČENSKÝCH A REALIZAČNÍCH PŘEDPOKLADŮ 66
6.1 PŘÍRODNÍ PŘEDPOKLADY CESTOVNÍHO RUCHU V MIKROREGIONU BUCHLOV 66
6.2 KULTURNÍ PŘEDPOKLADY CESTOVNÍHO RUCHU V MIKROREGIONU BUCHLOV 67
6.3 SPOLEČENSKÉ PŘEDPOKLADY CESTOVNÍHO RUCHU V MIKROREGIONU BUCHLOV 70
6.4 REALIZAČNÍ PŘEDPOKLADY CESTOVNÍHO RUCHU V MIKROREGIONU BUCHLOV 72
6.4.1 Dopravní infrastruktura 72
6.4.2 Infrastruktura služeb 75
6.5 SHRNUTÍ PŘÍRODNÍCH, KULTURNÍCH, SPOLEČENSKÝCH A REALIZAČNÍCH PŘEDPOKLADŮ 82
7 ANALÝZA A HODNOCENÍ IMPLEMENTACE KONCEPTU DESTINAČNÍHO MANAGEMENTU V MIKROREGIONU BUCHLOV 83
7.1 VYHODNOCENÍ ROZHOVORŮ S VYBRANÝMI AKTÉRY CESTOVNÍHO RUCHU MIKROREGIONU BUCHLOV 83
7.2 ANALÝZA A HODNOCENÍ IMPLEMENTACE KONCEPTU DESTINAČNÍHO MANAGEMENTU V MIKROREGIONU BUCHLOV 89
8 SWOT ANALÝZA 90
8.1 SILNÉ STRÁNKY 90
8.2 SLABÉ STRÁNKY 91
8.3 PŘÍLEŽITOSTI 92
8.4 HROZBY 92
9 NÁVRH ROZVOJE CESTOVNÍHO RUCHU V MIKROREGIONU BUCHLOV 94
9.1 BUCHLOVICE RUN 94
9.1.1 Časová analýza 98
9.1.2 Nákladová analýza 99
9.1.3 Riziková analýza 101
ZÁVĚR 103
SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY 105
SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK 111
SEZNAM OBRÁZKŮ 112
SEZNAM TABULEK 113
SEZNAM PŘÍLOH 114

ÚVOD

Cestovní ruch představuje významnou část národního hospodářství a pro některé země znamená hlavní zdroj jejich příjmů. Jedná se o odvětví, které se neustálé vyvíjí a poptávka cestovního ruchu se neustále mění. Organizace cestovního ruchu musí okamžitě reagovat na měnící se potřeby svých zákazníků a pokud se chtějí udržet na trhu, musí přizpůsobit svou nabídku aktuálním trendům cestovního ruchu. V tom jim může napomoct efektivní využití destinačního managementu a vhodně zvolené marketingové nástroje.

Diplomová práce se zabývá mikroregionem Buchlov, který se nachází ve Zlínském kraji ve správním obvodu ORP Uherské Hradiště. Mikroregion se skládá z 14 členských obcí, jejichž území částečně zasahuje do vrchoviny Chřibů. Jedinečnost mikroregionu spočívá v kombinaci přírodního a kulturního dědictví. Na poměrně malém území se nachází několik historicky významných kulturních památek a přírodních atraktivit.

Hlavním cílem diplomové práce je stanovit klíčové problémy v rozvoji cestovního ruchu v mikroregionu Buchlov. Rovněž budou charakterizovány přírodní, kulturní a realizační předpoklady cestovního ruchu a následně bude provedena analýza a hodnocení konceptu destinačního managementu v dané oblasti. Na základě zjištěných poznatků bude navrhnut projekt, který napomůže v rozvoji cestovního ruchu v mikroregionu Buchlov.

Práce je rozdělena na teoretickou a praktickou část. Teoretická část pojednává o teoretických konceptech a základní terminologii cestovního ruchu, kde představuje typologii cestovního ruchu, venkovský cestovního ruch a jeho formy a popisuje tvorbu produktu cestovního ruchu. Dále představuje politiku cestovního ruchu jak v tuzemsku, tak v zahraničí. Rovněž pojednává o řízení cestovního ruchu a definuje destinační management a jeho funkce. V neposlední řadě se věnuje cestovnímu ruchu v České republice a ve vybraných evropských zemích.

V praktické částí je charakterizován mikroregion Buchlov a jsou zpracovány jeho přírodní, kulturní a realizační předpoklady pro rozvoj cestovního ruchu. Následně je provedena analýza a hodnocení implementace konceptu destinačního managementu v mikroregionu Buchlov pomocí semistrukturovaných rozhovorů s vybranými aktéry a stakeholdery cestovního ruchu v daném území. Pomocí SWOT analýzy budou definovány silné a slabé stránky, příležitosti a hrozby. Na základě získaných dat bude podán návrh projektu, který napomůže rozvoji cestovního ruchu v mikroregionu Buchlov a zvýší jeho atraktivitu jak pro nové návštěvníky, tak i pro jeho obyvatele.

CÍLE A METODY ZPRACOVÁNÍ PRÁCE

Cílem diplomové práce je zpracovat předpoklady pro rozvoj cestovního ruchu na území mikroregionu Buchlov a na základě rozhovorů s vybranými aktéry a stakeholdery stanovit klíčové rozvojové problémy cestovního ruchu a následně navrhnout projekt, který napomůže rozvoji cestovního ruchu ve vymezeném území.

Teoretickou část bude tvořit literární rešerší z odborných publikací, strategických, rozvojových a jiných dokumentů jak českých autorů, tak i zahraničních. V teoretické částí budou představeny teoretické koncepty rozvoje cestovního ruchu v rurálních oblastech a bude podán přehled strategických dokumentů a nástrojů podpory cestovního ruchu v České republice.

V praktické části budou zpracovány předpoklady pro rozvoj cestovního ruchu na území mikroregionu Buchlov a budou k tomu využity sekundární zdroje z Českého statistického úřadu, strategických dokumentů Místní akční skupiny Buchlov a také webové stránky zainteresovaných aktérů.

Následně bude provedena analýza a hodnocení konceptu destinačního managementu daného území na základě sběru primárních dat pomocí semistrukturovaných rozhovorů s vybranými aktéry a stakeholdery cestovního ruchu mikroregionu Buchlov. Respondenti budou oslovení pomocí e-mailu, kde jim bude představen záměr práce a otázky, na které budou moc odpovědět písemně, telefonickou komunikací a rovněž jim bude nabídnuta možnost osobní schůzky. Semistrukturované rozhovory budou podrobeny kvalitativní analýze a následně dojde k jejich vyhodnocení.

Na základě získaných primárních a sekundárních dat bude vytvořena SWOT analýza, která identifikuje silné a slabé stránky, příležitosti a hrozby pro rozvoj cestovního ruchu v mikroregionu Buchlov.

Dle analýzy a hodnocení konceptu destinačního managementu bude navržen návrh projektu pro rozvoj cestovního ruchu v mikroregionu Buchlov. Návrh bude obsahovat popis samotného projektu a cílové skupiny a následně bude podána jeho finanční, časová a riziková analýza.

I. TEORETICKÁ ČÁST

1 TERMINOLOGIE A TEORETICKÉ KONCEPTY CESTOVNÍHO RUCHU

V historii, která sahá do řecké mytologie se tzv. Agronauti plavili po moři v lodi Agro a hledali něco jedinečného a neobjeveného. Do posádky patřili osobnosti jako Herakles, Orfeus či Theseus a po dlouhé cestě se jim podařilo nalézt Zlaté rouno. Agronauté se nachází i v současné době, jen jsou známi pod pojmem turisté a vyznačující se především touhou objevovat neznámá místa a vyhledávat nezapomenutelné zážitky. Rozdílem mezi historii a současností je především emancipace cestovního ruchu a turistou může být každý. Turismus je jedním z nejrychleji rostoucím ekonomickým sektorem a mnoho zemí jej považuje za hlavní prostředek k dosažení prosperity a rostoucím výnosům. (Matias a Nijkamp, 2011, str. 1–2)

Cestovní ruch neboli turismus je spojován s celou řadou lidských činností, které se dějí na určitém místě a probíhají v určitém čase, jedná se tedy o komplexní socioekonomický jev, jehož různorodost vyžaduje ke studiu interdisciplinární přístup. Charakter cestovního ruchu se nachází nejen v oblasti vědy, ale je důležitou součástí ekonomické oblasti, kde má významný podíl v oblasti hospodářství, jelikož se na něm podílí několik ekonomických, ale i mimoekonomických (sociální, psychologických, ekologických, geografických) činností v oblasti společnosti. (Holešinská a Zichová, 2012, str. 17; Palatková a Zichová, 2014, str. 11)

Turismus se vyznačuje několika vlastnostmi:

- je souhrnem vztahu a jevů,
- vztahy a jevy vyplývají z pohybu lidí a pobytu v různých destinací,
- obsahuje dynamický (cesta) a statický (pobyt) prvek,
- cesta a pobyt se vyznačují dočasným charakterem,
- cesta a pobyt se nevyznačují výdělečnou činností, což znamená, že účastník turismus není odměněn navštíveným místem. (Palatková a Zichová, 2014, str. 11)

Mezinárodní organizace se zasloužili o sjednocení pojmů turismu, které do té doby byly velmi nejednotné, jelikož se definice snažily vystihnout pouze určitou sociální nebo ekonomickou stránku jevu, což záviselo na vědní disciplíně, která cestovní ruch zkoumala a definovala. Došlo tedy k přesnějšímu vymezení definice pro statistické sledování cestovního ruchu. Zasloužila se o to především Mezinárodní konference o statistice

turismu v červnu roku 1991, která byla pořádána Mezinárodní organizací turismu (WTO) a kanadskou vládou v Ottawě. Na této konferenci byla předložena sada definic, které se týkali jak domácího, tak mezinárodního turismu. V roce 1993 byly tyto návrhy představeny ke schválení Statistické komisi Organizace spojených národů spolu se Standardní mezinárodní klasifikací činností v turismu, návrhy byly ve stejném roce schválený a následující rok (1994) byly publikovány. První jednotný dokument **Doporučení ke statistice v turismu** shrnul pojmy, definice, klasifikace a ukazatele v oblasti cestovního ruchu.

Turismus byl definovaný jako: *„činnost osoby cestující na přechodnou dobu do místa mimo její běžné prostředí, a to na dobu kratší, než je stanovena, přičemž hlavní čel cesty je jiný než vykonávání výdělečné činnosti v navštíveném místě.“* Tato definice byla posléze upřesněna v novém dokumentu **Mezinárodní doporučení pro statistiku turismu** z roku 2008 a poslední část definice byla nahrazena větou *„za účelem trávení volného času, obchodu a za jinými účely nevztahujícími se k činnosti, za kterou jsou z navštíveného místa odměňování“.* (Palatková a Zichová, 2014, str. 11–12)

Mimo definici samotného turismu je také potřeba upřesnit definice týkající se samotných turistů. Je třeba rozlišovat služební cesty a profesní cestování od cestování za zábavou a odpočinkem. Jejich hlavním rozdílem je především účel cesty, to však např. hoteliéři v ubytovacích službách nejsou schopni rozlišit. Pro statistické účely termín „návštěvník“ popisuje jakéhokoli člověka, který navštěvuje jinou zemi, než ve které má obvyklé místo bydliště z jakéhokoli jiného důvodu, než je zaměstnání odměňované v rámci navštívené země. Rozlišujeme tedy:

- Turista – dočasný návštěvník, který pobývá v zemi alespoň 24 hodin a účelem jeho cesty je buď volný čas (rekreace, dovolená, zdraví, studium, náboženství, sport) nebo podnikaní, rodina, poslání, setkání, který pobývá v zemí méně než 24 hodin;
- Exkurzista – dočasný návštěvník, který v zemi pobývá méně než 24 hodin (včetně cestujících na okružních plavbách). (Vanhove, 2017, str. 2–3)

Na průmyslu cestovního ruchu podílí pět sektorů, mezi které patří *ubytování, doprava, atraktivity, organizace cestovního ruchu v destinaci a v neposlední řadě cestovní kanceláře či agentury*. Tyto sektory vytváří nabídku cestovního ruchu tzv. **produkt cestovního ruchu**, který je tvořen statky a služby soukromého i veřejného sektoru.

Mezi vlastnosti produktu cestovního ruchu patří *nehmatatelnost, neoddělitelnost, proměnlivost, různorodost a pomíjivost*. Klíčovou vlastností produktu je **pomíjivost**, jelikož jej nemůžeme skladovat, což znamená že nelze využít stávající volné kapacity či zdroje v budoucnosti.

Především malí a střední podnikatelé jsou poskytovali základních služeb produktu cestovního ruchu, což způsobuje jejich dominantní postavení na trhu. Jelikož nejsou tvůrcem ceny, musí neustále reagovat na změnu trhu, aby si udrželi svou konkurenceschopnost. Malé a střední podniky se významně podílí na multiplikačním efektu a jsou zdrojem zaměstnanosti v dané oblasti.

Multiplikační efekt neboli příjmový efekt je charakteristický jev pro cestovní ruch, obsahuje přímé, nepřímé a indukované příjmy a souvisí s přeléváním prvotních příjmů návštěvníka v dané destinaci mezi jednotlivé subjekty na trhu. Z makroekonomického hlediska v multiplikačním modelu platí, že čím vyšší je sklon ke spotřebě v destinaci tím se zvýší multiplikační efekt a současně čím nižší je dovoz tím se zvyšuje multiplikace. Z toho vyplývá, že se současně střetává trh domácností, což jsou především místní obyvatelé, veřejný sektor, soukromý sektor tvořen podnikatelskými subjekty, trh návštěvníků, do kterého spadají turisté, přátelé či příbuzní a exportní trh, jedná se o mnohovrstevný proces.

Poslední klíčovou charakteristikou cestovní ruchu je **sezónnost**, se kterou se pojí především čas a prostor, ve kterém je cestovní ruch realizován. V tomto případě se jedná o poměrně negativní charakteristiku, která může cestovnímu ruchu bránit a musíme brát ohled na řadu podmínek a počítat s možnými riziky, které s sebou sezónnost nese. (Holešinská a Zichová, 2012, str. 17–19)

Turismus se vyznačuje jak svými příležitostmi, tak i riziky a určitými omezeními. Světová organizace cestovního ruchu prezentuje cestovní ruchu jako největší a zároveň nejrychleji rostoucí průmysl na světě. Naproti tomu však kritici cestovního ruchu upozorňují na jeho negativní vlivy a prezentuje jej jako vykořisťovatelský, krátkodobý a destruktivní vůči sociálním a přírodním systémům. Příležitosti cestovního ruchu mají dvě formy, na které můžeme nahlížet z hlediska růstu a diverzifikace. Cestovní ruch může napomoct k modernímu kapitalistickému růstu v méně rozvinutých oblastech a může podpořit pokulhávající ekonomiku a nabízí tak dynamický základ pro její restrukturalizaci. Dále snižuje riziko v zemědělských či vyspělých průmyslových komunitách pomocí diverzifikace. Ze sociokulturního hlediska může napomoct k propojení míst či kultur. Pro životní prostředí se nabízí příležitosti především v oblasti zlepšení životního prostředí

využitím příjmů z cestovního ruchu a podpory biodiverzity. (Allan M Williams, 2004, str. 8–12)

Cestovní ruch představuje tři hlavní rizika, a to sice nejistotu, zejména kvůli výkyvům poptávky, závislost na jedné činnosti a větší homogenita kvůli globalizaci spotřeby. Ekonomická rizika jsou spojená především s nedostatečnou předvídatelností poptávky a jejím dlouhodobým výkyvům, což se odráží na počtu návštěvníků a na výdajích. Sociokulturní rizika jsou spojeny s nedostatkem místní kontroly nad otevřenými systémy místních hotelů, které stlačují mzdy v reakci na úroveň mobility. Rizika pro životní prostředí plynou jak z neregulovaného CR, tak i z vytváření tzv. topografické uniformity čímž se rozumí např. dovoz písku nebo vysoušení močálů, což zajistí prostředí vhodné pro určité formy cestovního ruchu. (Allan M Williams, 2004, str. 8–12)

Omezení mohou nastat ve třech typech, a to sice aktiva, vnitřní vztahy a vzájemné vztahy mezi turismem a ostatními sektory. Hlavním problémem ekonomických aktiv je, že mnoho turistických atrakcí, jako jsou výhledy na moře, čerstvý vzduch nebo čistá voda, jsou zdarma. Je obtížné k nim získat vlastnická práva, a proto je obtížné je udržovat. Dalším omezením může být nedostatek důvěry mezi podnikateli což vede k vytváření soukromých koalic a má to negativní důsledky na spolupráci a rozvoj cestovního ruchu v destinaci. V sociokulturním prostředí je důležitá ochrana folklórních zvyků, které mohou být také turistickou atrakcí a je tak třeba aby místní systém byl více vnímavý k turistům. U životního prostředí je třeba dbát na zachování místního ekosystému, který může být ohrožen ze strany turistů. (Allan M Williams, 2004, str. 8–12)

1.1 Typologie cestovního ruchu

Cestovní ruch byl definován jako komplexní socioekonomický jev, který se prolíná do oblasti ekonomické, psychologické, environmentální a sociokulturní a vyskytuje se v několika konkrétních formách. Turismus lze členit podle jeho druhů a forem. Dle Palatkové a Zichové jsou autoři v typologii nejednotní a rozlišují jej proto do několika „typů“. Kritéria, podle kterých se cestovní ruch člení, jsou velmi proměnlivá a mění se v čase v souvislosti s životním stylem, potřebami, motivací atd. Jednotlivé typy se mezi sebou prolínají a jsou označovány pro potřeby statistického sledování, nebo se jedná o pracovní označení v oblasti marketingu a jeho aktivit. Turismus lze členit podle těchto kritérií:

- *místo realizace,*

- *vztah k platební bilanci státu,*
- *plátce nákladů,*
- *způsob zabezpečení cesty a pobytu,*
- *věk účastníků,*
- *délka pobytu,*
- *převažující prostředí,*
- *převažující motivace.* (Palatková a Zichová, 2014, str. 19)

1.1.1 Druhy cestovního ruchu

Druhy cestovního ruchu rozlišujeme:

1. **Dle místa realizace**
    - **a.** *Domácí turismus* – turismus rezidentů sledované země bez překročení hranice daného státu. Jedná se o aktivity rezidentních návštěvníků na území daného státu jako součást cesty v rámci domácího turismu nebo v rámci výjezdového turismu.
    - **b.** *Zahraniční turismus* – turismus u kterého jsou překročeny hranice státu, což je hodnoceno dle vztahu k dané zemi a může se vyznačovat dvojím charakterem (výjezdový a příjezdový turismus).
    - **c.** *Výjezdový turismus* – turismus u kterého rezidentní občané sledované země vyjíždí do zahraničí, překračují tak hranice svého státu a jedná se o aktivity rezidentního návštěvníka mimo území sledovaného státu, které jsou součástí cesty v rámci jak výjezdového turismu, tak i domácího turismu.
    - **d.** *Příjezdový turismus* – příjezdy ze zahraniční země do sledované země. Jedná se o aktivity nerezidentního návštěvníka na území sledovaného státu během cesty v rámci příjezdového turismu. Zvláštní formou příjezdového turismus je tzv. *tranzitní turismus*, který představuje průjezd přes sledované území, avšak nejedná se o cílovou destinaci, posuzuje se také délka zastávky, která není blíže specifikovaná, účastník turismu může využívat služeb cestovního ruchu, přestože pouze „projíždí“.

e. *Vnitrostátní turismus* – veškerý turismus, který se odehrává na území daného státu, zahrnuje domácí a příjezdový turismus.

f. *Národní turismus* – veškerý turismus obyvatelstva daného státu, zahrnuje domácí a výjezdový turismus.

g. *Mezinárodní turismus* – dochází k překročení hranic daného státu, jedná se o široký pojem, zahrnuje pohyb účastníků turismu, které není vymezen na konkrétní teritorium.

h. *Světový turismus* – veškerý zahraniční turismus všech zemí světa, zahrnuje příjezdový a výjezdový turismus

i. *Turismus světa* – veškerý turismus, který se odehrává ve světě, souhrn domácího a zahraničního turismu. (Palatková a Zichová, 2014, str. 19–20)

2. Dle vztahu k platební bilanci státu

a. *Aktivní* – příjezdy zahraničních návštěvníků, jejichž výdaje na produkty cestovního ruchu znamenají příliv devizových prostředků a mají kladný vliv na platební bilanci sledované země. Aktivní turismus má stejný dopad jako export zboží a služeb, díky tomu je občas nazýván jako neviditelný export.

b. *Pasivní* – výjezdy rezidentů daného státu do zahraničí, jejichž výdaje na produkty cestovního ruchu znamenají odliv devizových prostředků a mají záporný vliv na platební bilanci sledované země. Pasivní turismus má rovněž stejný dopad jako import zboží služeb a je tedy nazýván jako neviditelný import. (Palatková a Zichová, 2014, str. 20–21)

3. Dle plátce nákladů

a. *Komerční* – náklady jsou hrazeny z disponibilního příjmu domácnosti účastníka turismu

b. *Sociální* – je potřeba aby byly splněny určité podmínky, kdy jsou náklady zcela nebo z části hrazeny jiným subjektem než samotným účastníkem turismu. Jedná se o turismus, který je určen pro sociálně, ekonomicky či zdravotně znevýhodněné skupiny obyvatel se specifickými potřebami (mládež, senioři, rodiny s dětmi, zdravotně handicapovaní). (Palatková a Zichová, 2014, str. 21)

4. **Dle způsobu zabezpečení cesty a pobytu**

   a. *Organizovaný turismus* – cesta a pobyt je zajištěna prostřednictví zprostředkovatele, kterými jsou cestovní kanceláře nebo cestovní agentury, řadí se sem i cesty organizované jinými subjekty, které nesplňují kritéria „zájezdu“, který je definovaný v zákoně č. 159/1999 Sb., o některých podmínkách podnikání v oblasti turismu, ve znění pozdějších předpisů.

   b. *Neorganizovaný turismus* – cestu a pobyt si zajišťuje sám účastník turismu, nevylučuje se nákup služeb u zprostředkovatelského subjektu. (Palatková a Zichová, 2014, str. 22)

5. **Dle věku účastníků**

   a. *Turismus dětí* – organizované pobyty skupiny dětí do 15 let pod dozorem dospělých osob (školní výlety, školy v přírodě, letní tábory, soustředění sportovních klubů).

   b. *Turismus mládeže* – turismus mladých lidí, cestujících samostatně ve věku od 16 do 24 let, kteří nemají vlastní rodinu.

   c. *Turismus rodin s dětmi* – obdobný jako turismus dětí, avšak cestování je pouze individuální v rámci rodiny, služby se přizpůsobují především dětem.

   d. *Turismus osob v produktivním věku bez účastni dětí* – skupiny osob v produktivním věku, které cestují bez dětí a mají dostatek volného času a finančních prostředků, těžko se hledají charakteristické rysy, které tuto širokou skupinu spojují.

   e. *Turismus seniorů* – turismus osob v postproduktivním věku, spojován s odchodem do důchodu, jehož věková hranice se těžko určuje, jelikož se v každé zemi liší. V ekonomicky vyspělých zemích se jedná o perspektivní rostoucí segment, kvůli demografickým změnám, které zapříčiňují zvyšování střední délky života. To s sebou nese nutnost reformy penzijního a zdravotního systému a změny disponibilních příjmů a volného času. Reformy zahrnují prodloužení produktivního období a posunutí věkové hranice pro odchod do důchodu, tudíž tento segment nebude již tolik narůstat. (Palatková a Zichová, 2014, str. 22–23)

6. **Dle délky pobytu**
    a. *Jednodenní turismus* – v rámci 24 hodin, bez přenocování v rámci cesty a pobytu.
    b. *Krátkodobý turismus* – zahrnuje 1 až 3 přenocování včetně.
    c. *Dlouhodobý turismus* – 4 a více přenocování, celková délka je omezena na 6 měsíců v rámci domácího turismu, 1 rok v rámci mezinárodního turismu. (Palatková a Zichová, 2014, str. 23)
7. **Dle převažujícího prostředí**
    a. *Městský* – většinou kratší pobyty v historicky, kulturně nebo společensky zajímavých městech. V dnešní době je velmi populární tzv. city break, kdy účastník turismu využije nízkonákladové letecké společnosti a rozdělí svou dovolenou do více menších částí.
    b. *Venkovský* – jedná se o turismus v ekologicky příznivém prostředí venkova, řadí se spolu s ekoturismem do tzv. zeleného turismu.
    c. *Turismus ve střediscích turismu* – jedná se o střediska, jejichž primárním účelem je turismus, např. lázeňská, zábavní nebo přímořská střediska. (Palatková a Zichová, 2014, str. 23–24)
8. **Dle převažujícího motivu (důvod cesty)**
    a. *Osobní* – dovolená, volný čas, rekreace, návštěva příbuzných, vzdělávání, školení, zdravotní turismus, náboženský a poutní turismus, nákupní turismus, tranzitní turismus.
    b. *Obchodní a profesní turismus* – pracovní setkání, motivační pobyty, kongresy a konference, výstavy a uspořádané akce. (Palatková a Zichová, 2014, str. 24–26)

1.1.2 Formy cestovního ruchu

Účastníci cestovního ruchu vyhledávají určitou formu turismu podle toho, za jakým účelem cestují a jak chtějí trávit svůj volný čas. Mezi hlavní formy cestovního ruchu patří *rekreační, kulturní, společensky orientovaný, sportovní, ekonomicky orientovaný a specificky orientovaný*.

1. **Rekreační cestovní ruch –** rekreační formu cestovního ruchu vyhledává největší podíl obyvatelstva, hlavním důvodem je fyzická a psychická regenerace na venkově nebo v přímořských oblastech. Spadá sem příměstská rekreace, chataření a chalupaření a lázeňský cestovní ruch.
2. **Kulturně poznávací cestovní ruch –** hlavním účelem je poznání odlišných kultur, tradic či náboženství. Může se jednat o vzdělávací cestovní ruch, jehož hlavním účelem je čerpání nových znalostí a dovedností nebo náboženský cestovní ruch, který se pojí s poutními místy či náboženskými obřady. Historická forma cestovního ruchu může být součástí i lázeňské a kongresové formy. Jedná se o poznání hmotných a nehmotných zvláštností regionu jako jsou historické, církevní či technické památky, mezi nehmotné řadíme tradice a folklór. Nejvíce jsou navštěvovaný architektonické památky, kulturní krajina či kulturní zařízení. Podle České centrály cestovního ruchu patří mezi nejvíce navštěvovaná turistická místa v roce 2020 Česká Lanová dráha na Petřín, Zoo Praha, AquaPalace v Čestlicích a na čtvrtém místě se umístil Pražský hrad, jehož návštěvnost ve srovnání s předchozími lety klesla až o 80 %. Ve Zlínském kraji byla v roce 2020 nejvíce navštěvovaná ZOO Zlín, Valašské muzeum v přírodě v Rožnově pod Radhoštěm a Aquapark Uherské Hradiště. (Syrovátková, 2013, str. 16–17; CzechTourism, 2021)
3. **Společensky orientovaný cestovní ruch –** hlavním cílem této formy je společenské setkávání jako jsou např. návštěvy rodinných příslušníků či známých. Dále sem spadají také skupiny založené za účelem setkávání osob se společnými zájmy či zálibami, tzv. klubový cestovní ruch.
4. **Sportovně cestovní ruch –** pojí se především s cestováním, které je spojené se sportovní činností, dělí se na aktivní a pasivní formu. Mezi aktivní sportovní cestovní ruch patří především pobyty zaměřené na zdraví a zlepšování sportovní výkonnosti. Dále jej můžeme dělit na pěší turistiku, cykloturistiku, vodní turistiku, horskou a vysokohorskou turistiku, mototuristiku a kempování. Mezi pasivní formy pak řadíme účast na sportovních událostech, které se odehrávají mimo místo bydliště.
5. **Ekonomicky orientovaný cestovní ruch –** jedná se o cestovní ruch, jehož hlavním účelem jsou ekonomicky zaměřené aktivity. Řadíme sem obchodní cestovní ruch, který se koná za účelem služební cesty, kongresový cestovní ruch, kdy účastník

cestuje, kvůli účastni na vědeckých a odborných konferencí či seminářích, dále cestovních ruch veletrhů a výstav, incentivní cestovní ruch, který může být motivační nebo stimulační a je využíván zaměstnavatelem pro setkávání pracovníků, jako odměna nebo jako motivace ke zvýšení pracovního výkonu.

6. **Specificky orientovaný cestovní ruch –** u specificky orientovaného cestovního ruchu dochází ke kombinaci různých motivů. Jedná se např. o nákupní cestovní ruch, politický cestovní ruch nebo vojenský cestovní ruch. (Syrovátková, 2013, str. 17–18)

1.2 Venkovský cestovní ruch a jeho formy

Venkovský cestovní ruch neboli „zelená turistika“ se pojí především s pobytem v přírodě, na venkově a uvědomění si přírodního a kulturního bohatství země. Jedná se o dlouhodobé pobyty, které zahrnují rekreační aktivity jako např. pěší turistika, cykloturistika nebo pozorování a péče o domácí zvířata. Účastníci venkovského CR volí k ubytování spíše menší ubytovací zařízení, kde není příliš velká kapacita hostů, nebo využívají ubytování v soukromí, jako je pronájem chat či chalup v přírodě nebo soukromých rekreačních domků. (Syrovátková, 2013, str. 30)

Jedná se o rekreační formu CR, jehož účastníci se snaží svůj volný čas trávit v přírodě a na venkově. Venkovský turismus se mimo jiné zaměřuje také na společenský, ekonomický, kulturní či materiální potenciál venkovského prostředí. Venkovský CR má několik forem, které lze dělit na dlouhodobé, které zahrnují např. chataření a chalupaření, které je označováno také jako sekundární bydlení a jedná se o opakující se pobyt. Krátkodobé či jednorázové formy jsou turistické a rekreační pobyty, kam řadíme agroturismus, ekoturismus a ekoagroturismus.

1.2.1 Agroturismus

Agroturistika vznikla již v 50. letech 20. století a byla spojená především se sklízením úrody, těžbou uhlí v 70. letech pak studenti jezdili sklízet chmel. Jedná se tedy o turistiku na venkově, která může být doprovázena i prací v zemědělství nebo poznáním tradičních venkovských zvyků a prací. Turisté vyhledávají pobyty na farmách, kde mají možnost se seznámit se s životem zemědělců, kontaktu se zvířaty, zemědělskými plodinami či nákupu a ochutnávky farmářských produktů. Řadí se sem také návštěva vinařských oblastí spojená s prohlídkou vinic, výrobou vína či degustací, dále se může jednat i o projížďky na koních.

Agroturistiku můžeme rozdělit na dva druhy. Prvním je agroturistika na rodinné farmě, kde se turisté účastní různých aktivit jako je např. sušení sena, sbírání ovoce či vybírání brambor. Druhým je agroturistika, kterou provozují zemědělské podniky a řadíme sem např. myslivost, rybolov nebo jezdecké školy. Hlavním účelem agroturistiky je posílení sounáležitosti s tradičními hodnotami života na venkově. (Syrovátková, 2013, str. 31)

1.2.2 Ekoturismus

Jedná se o turismus v oblastech, které jsou bohaté na přírodní dědictví a jehož hlavním účelem je poznání přírodních památek jako jsou přírodní rezervace, národní parky, chráněné krajinné oblasti či jiné přírodní útvary. (Syrovátková, 2013, str. 31)

1.2.3 Ekoagroturismus

Jedná se o turismus, na ekologických farmách, které produkují BIO produkty. Tyto farmy dodržují veškeré mezinárodní standardy, kterým musí podléhat ekologické zemědělství. Aby farmy mohly označit své produkty ochrannou známkou BIO, musí dodržovat veškeré podmínky a podléhat pravidelné kontrole. Hlavním účelem je sounáležitost s farmáři, poznání práce v ekologickém zemědělství a konzumace BIO produktů. (Syrovátková, 2013, str. 31)

1.3 Tvorba produktu cestovního ruchu

V oblasti turismu se setkáváme s pojmem „produkt cestovního ruchu“, avšak jeho obsah se liší v tom, kdo jej vymezuje a záleží na jeho kontextu, ustálená definice tedy neexistuje. Ekonomická oblast jej popisuje jako výsledek procesu či aktivity, kdy se vstupy mění na výstupy a výsledný produkt má pak přidanou hodnotu. Produkt má svého vlastníka a může být směněn za na trhu. V cestovním ruchu produkt vytváří jak soukromý sektor, tak i veřejný a jím zřízené instituce, které ve většině případů poskytují své služby bezplatně. V oblasti turismu se nabízí otázka, zda dokáže určitá destinace vytvořit svůj produkt s přidanou hodnotou dané lokality. (Palatková a Zichová, 2014, str. 65–68)

Z pohledu poptávky se produkt cestovního ruchu zaměřuje na své návštěvníky a na uspokojení jejich potřeb s ohledem na jejich potřeby a užitek z něj vyplývající, např. vytváření sociálních vazeb, regenerace fyzických a psychických sil. V oblasti turismu hraje důležitou roli také marketing, jehož filozofie se snaží co nejlépe uspokojit potřeby zákazníků, kteří utváří finální podobu produktu a určují jeho vlastnosti. Marketing rozděluje produkt následně:

- *Jádro produktu* – hlavním účelem je koupě produktu, uspokojuje potřeby zákazníka, poskytuje užitek jak emocionální, tak sociální.
- *Vlastní produkt* – konkrétní podoba produktu (struktura, rozsah, kvalita služby).
- *Rozšířený produkt* – doplňkové služby, které jsou pro zákazníka něco navíc. Mohou být pro poskytovatele konkurenční výhodou, zákazník si vybere poskytovatele právě kvůli nabízeným výhodám, které vytváří celkový dojem z koupě. Jedná se např. o slevu, produkty na uvítanou, zvýhodněné balíčky atd. (Palatková a Zichová, 2014, str. 65–68)

Z pohledu nabídky se jedná o službu nebo souhrn služeb, které subjekt vytváří pomocí vlastních zdrojů, na základě potřeb zákazníka a za účelem konkurenceschopnosti na trhu. Poskytovatel může pojmout tvorbu produktu jak z ekonomického, tak marketingového hlediska. Nabízený produkt by měl zapadat do konceptu turismu dané destinace. Požadavky poptávajícího na celkový produkt by měli být zohledněny také v nabídce. V destinaci by měl být nabízený řetězec služeb a statků ze soukromého i veřejného sektoru jejichž společným cílem je zatraktivnění destinace. (Palatková a Zichová, 2014, str. 65–68)

Sestavení celkového produktu závisí na typu cestovního ruchu, jestli se jedná o organizovaný nebo neorganizovaný turismus. Produkt může být sestaven buď zprostředkovatelem nebo účastníkem turismu. V současné době je více využíván neorganizovaný turismus, a to především vlivem informačních technologií, zkušeností a individualizovaných potřeb. Účastník cestovního ruchu si může produkt sestavit sám vlastními silami, avšak stráví větší množství času vyhledáváním informací. V destinacích je tedy třeba vytvářet produkty, které dokáží řešit problémy spojené s organizovaným turismem a zároveň vyzdvihne jeho výhody, kterými jsou: dostupnost a validita informací, úspora času, úspora finančních prostředků, demasovost, eliminace rizik, časová flexibilita a v neposlední řadě čerpání pouze vybraných služeb z nabídky celkového produktu. Nabízí se zde dvě možnosti sestavení produktu. První možností je tzv. pevný paket, což by zahrnovalo kombinaci služeb, které by bylo nutné ověřit, zda není v rozporu s legislativou. Pevné pakety však neřeší problémy, které vznikají u organizovaného turismu. Druhým řešením jsou pomyslné pakety, které zahrnují výhody organizovaného turismu a zároveň eliminují jeho nevýhody. Jedná se o vytvoření volného systému služeb poskytovaného nezávislými subjekty. Nevýhodou je náročnost na koordinaci a finální realizace produktu. (Palatková a Zichová, 2014, str. 65–68)

Proces tvorby produktu je dlouhodobá aktivita, která musí být schopna reagovat na změny na trhu. Během tohoto procesu by měli být dodrženy tyto zásady:

- Tvorbu produktu nelze izolovat od marketingových aktivit a musí být jejich součástí.
- Produkt nelze vytvářet pouze intuitivně, ale je třeba provést analýzu makroprostředí, mikroprostředí a vnitřního prostředí.
- Produkt musí být vytvářen pro určitý segment poptávky; produkt musí být autentický a musí se lišit od konkurence.
- Produkt musí respektovat udržitelný rozvoj, eliminovat negativní dopady na ekonomickou, sociální a environmentální oblast.
- Během vytváření produktu je třeba dodržovat zásady konzultace, spolupráce se zainteresovanými stranami a koordinace, aby bylo dosaženo úspěšné realizace produktu cestovní ruchu. (Palatková a Zichová, 2014, str. 65–68)

2 POLITIKA CESTOVNÍHO RUCHU

Politiku cestovního ruchu lze definovat jako *„cílené, organizované plánování, ovlivňování, reality a budoucnosti turismu prostřednictvím různých nositelů (státních, soukromých, a nadnárodních).* Aby bylo dosaženo požadovaných výsledků, je třeba vytvořit systém vymezením hlavních priorit a cílů a propojit tak zájmy všech nositelů z veřejnoprávní, privátní i neziskové oblasti.

Hlavním cílem veřejnoprávních subjektů není dosahování zisku, ale pokrytí nákladů a potřeb. Lokální cíle se liší od nadregionálních, národních a nadnárodních cílů, nelze totiž sjednotit způsob pro jejich dosažení na všech úrovních. Důležitou roli v rozvoj cestovního ruchu v daném území mají především destinace, jejichž hranice jsou odlišné od administrativně správních hranic.

Politika turismu se v mnohých zemích liší, což se odvíjí především od politického uspořádání země, podmínek pro podnikání, úrovně veřejné infrastruktury a systému sociálního zabezpečení. Pokud se jedná o zemi, ve která není dosaženo určité hospodářské úrovně a nejsou zde dodržovány základní lidská práva a svobody, s cestovním ruchem se nejspíš nesetkáme.

Turismus je díky socioekonomickému hledisku řazen do hospodářské politiky, která má přesah až do sociální politiky. Povědomí o politice cestovního ruchu je ale velmi malé a často se na něj v nadhospodářských politikách zapomíná. Je potřeba začít tuto politiku chápat jako na nástroj, který napomáhá v rozvoji regionů a ekonomizaci regionů, napomáhá ke zvyšování zaměstnanosti, je součástí ekonomiky volného času a má tak vliv na zvyšování kvality života.

Existuje mnoho konceptů politiky což jen potvrzuje, že odvětví cestovního ruchu dosud nemá jasně danou definici a postavení v ekonomice státu. Dosah turismu je značně široký a spadají zde subjekty jak z veřejné, tak soukromé sféry, které mají odlišnou míru kompetencí na jednotlivých úrovních. Hlavní roli zde hraje regionální a místní úroveň. Společnost se zaměřuje především na realizaci dlouhodobých globálních cílů, mezi které patří udržitelný rozvoj, ekonomický růst, zvyšování kvality života, zaměstnanost atd. Cestovní ruch se snaží začlenit do hospodářsko-politického systému a jeho prostřednictvím naplnit strategické cíle společnosti.

Hlavními nositeli cestovního ruchu jsou veřejnoprávní organizace, nebo organizace s jeho významným podílem, kvalita produktu se odvíjí od celkového spektra služeb

z podnikatelského i nepodnikatelského sektoru a na chování rezidentů daného území. Aby se dal jasně vymezit rámec politiky cestovního ruchu, je třeba definovat jeho postavení a účel v hospodářství ze strany odpovědných institucí a organizací. (Tittelbachová, 2011, str. 11–12)

2.1 Nositelé politiky cestovního ruchu

Nositeli politiky cestovního ruchu jsou subjekty podílející se na sestavení kritérií politiky turismu, určují a stanovují veškeré postupy, které umožní dosáhnout stanovených cílů, prostřednictvím vhodně zvolených nástrojů cestovního ruchu, dále stanovují postupy a mobilizaci, která napomáhají k realizaci cílů. Nositele politiky cestovního ruchu můžeme dělit:

- *dle právního hlediska:*
  - *veřejnoprávní orgány (EU, stát, kraje),*
  - *privátní instituce (zájmová sdružení, profesní organizace),*
  - *smíšené formy (zájmové skupiny, organizace spotřebitelů a občanské iniciativy, sdružení, svazy atd.),*
- *dle územní hierarchie:*
  - *mezinárodní (EU, OECD, UNWTO),*
  - *národní (asociace, národní centrály, ministerstva),*
  - *regionální (regionální svazy turismu),*
  - *lokální (spolky),*
- *dle odborné příslušnosti:*
  - *hoteliéři,*
  - *dopravci,*
  - *restaurační zařízení,*
  - *informační centra,*
  - *cestovní kanceláře a agentury,*
  - *společnosti destinačních managementů,*
- *dle organizačních forem*

- *nadpodnikové,*
- *mezipodnikové,*
- *organizace destinačního managementu, kooperující podniky v destinaci,*
- *řetězce a kooperující organizace cestovních kanceláří, hotelového průmyslu, restaurací,*
- *integrované koncerny cestovních kanceláří,*
- *svazy poskytovatelů dopravních služeb.* (Tittelbachová, 2011, str. 17–18)

2.2 Cíle politiky cestovního ruchu

Cíle politiky cestovního ruchu vycházejí z cílů hospodářské politiky a jsou tedy s nimi v souladu, rovněž nesmí být v rozporu s jinými veřejnými politikami, které rovněž zasahují do oblasti turismu. Pro sestavení cílů politiky cestovního ruchu je důležitý politický systém země a jeho základní společensko-ekonomický rámec. Nejdříve je potřeba zanalyzovat současný vývoj a aktuální trendy a vhodně zvolit koncept politiky CR. Aby bylo možné stanovit a následně naplnit globální cíl, je třeba sestavit i dílčí cíle, které jsou členěny na horizontální a vertikální. Vertikální cíle jsou sestaveny pro národní, regionální a lokální úroveň a jsou rovněž vázány na nadnárodní úroveň. K jednotlivým úrovním se stanovují nositelé cílů z podnikatelského, veřejnoprávního a neziskového sektoru. Aby bylo možné dosáhnout stanovených cílů musí být reálné, kompatibilní, měřitelné a musí být stanoveny prostředky k jejich realizaci. Dále je stanoven vhodný subjekt, který je zodpovědný za dosažení cíle jak věcně, tak časově. Pokud je cíl přesně definován, sníží se tak riziko slepých míst a možného překrytí.

U horizontálních cílů je potřeba zamezit konfliktům při naplňování cílů, které mohou způsobit cíle u souvisejících politik, např. pokud politika kultury má za cíl ochranu kulturně-historického dědictví a politika cestovního ruchu chce zvýšit počet návštěvníků, může nastat rozpor a je tedy třeba nastavit spolupráci mezi jednotlivými aktéry a vytvořit produkt který chrání toto dědictví a zároveň jeho návštěvníky vzdělává a podílí se na jejich revitalizaci. (Tittelbachová, 2011, str. 19, Holešinská, 2012, str. 37)

2.3 Nástroje cestovního ruchu

Nástroje cestovního ruchu jsou úzce spjaty se stanovenými cíli. Tinbergenovo pravidlo říká, že kolik cílů má hospodářská politika, tolik má být i nástrojů. Toto pravidlo ale

neříká, který z nástrojů má být použit k dosažení kterého cíle, to řeší Mundellův princip, který přiřazuje ke každému cíli nástroj, které jej nejvíce ovlivňuje. V praxi je fakt těžké vyhodnotit, který nástroj je nejvíce relevantní, proto se používá Meadeho princip zodpovědnosti, který ke každému makroekonomickému nástroji přiřadí státní instituci, která má na daný nástroj největší vliv. Aby bylo dosaženo stanovených cílů, je potřeba zvolit správné nástroje. Nástroje cestovního ruchu můžeme rozdělit do tří oblastí, a to sice ekonomické, sociální a environmentální, zároveň tak představují pilíře udržitelného cestovního ruchu, které si klade za cíl zachovat využívané zdroje i pro další generaci. Nástroje můžeme dělit podle mnoha kritérií. Z obecného hlediska podle Slaného a France je lze členit dle:

- *úrovně působení (mikro, makro úroveň),*
- *charakteru vlivu (přímé, nepřímé),*
- *oblasti působení (měnové, fiskální),*
- *způsobu ovlivňování (plošné, selektivní).*

Většina autorů rozděluje nástroje podle jejich společného zaměření, jako např. definoval González:

- *institucionální,*
- *nástroje obecného plánování,*
- *programy,*
- *legislativní nástroje,*
- *finanční nástroje,*
- *komunikační nástroje.*

Holešinská a Šauer dělí nástroje na finanční, institucionální, legislativní a nástroje strategického plánování. Později byl tento výčet doplněn o nástroje informační, administrativní, výzkum a vývoj, vzdělávání a osvětu a mezinárodní spolupráci. Institucionální nástroje řídí a organizují politiku cestovního ruchu v dané zemi a administrativní nástroje jsou pro politiku CR velmi důležité, jelikož regulují nabídky služeb CR, např. uděluje povolení, koncese a zavádí standardy. Pomocí nástrojů strategického plánování jsou získávány finanční prostředky a zdroje pro realizaci opatření. (Holešinská, 2012, str. 37–38)

2.4 Politika cestovního ruchu v České republice

Stát hraje klíčovou roli v politice cestovního ruchu, nejen že je hlavním vykonavatelem, ale také využívá dostupné prostředky, které vedou k naplnění stanovených cílů státní politiky, kterými jsou pověřeny jak regionální a místní samosprávy tak i podnikatelský sektor. V oblasti turismu jsou vytvořeny orgány, které mají řídící i spoluřídící funkci a spravují čerpání prostředků ze strukturálních fondů Evropské unie. (Tittelbachová, 2011, str. 63)

Základním strategickým dokumentem je **Koncepce státní politiky cestovního ruchu v ČR na období 2014–2020**, která reaguje na rychle se vyvíjející změny na trhu, které ovlivňují cestovní ruch. Koncepce má analytickou část, která se věnuje analýze základního rámce, ve kterém se český cestovní ruch rozvíjí. Aktéři cestovního ruchu se řídí podle základních vzorců, které nastavuje Evropská unie. Analytická část se věnuje vyhodnocení trendů, které ovlivňují nabídku a poptávku cestovního ruchu a následně dochází k vyhodnocení vnějších vlivů, které působí na cestovní ruch (ekonomické, politické, technologické, sociální prostředí). V druhé části se hodnotí naplnění priorit a opatření, které byly stanoveny v Koncepci za období 2007–2013. Závěrem je představena SWOT analýza, která hodnotí tři základní oblasti analýzy, a to sice současné trendy v českém prostoru, analýza dosavadní politiky cestovního ruchu (nositelů a nástrojů) a v neposlední řadě se posuzují priority Koncepce státní politiky cestovního ruchu na období 2014–2020. (Koncepce státní politiky cestovního ruchu v ČR na období 2014–2020, 2013, str. 3)

Evropský cestovní ruch se významně podílí na cestovním ruchu v České republice a je nepřímo ovlivněn i vývojem evropského trhu. Především je ČR závislá na turistech z jiných evropských států a také se významně podílí na nabídce evropského cestovního ruchu. Aby byly evropské destinace konkurenceschopné je potřeba neustále zlepšovat nabízené služby, infrastrukturu a inovovat své produkty. Mezi další vlivy cestovního ruchu v České republice patří:

- Konkurenční vliv evropských destinací (růst kvality, cenová dostupnost služeb),
- Relativní růst cenové hladiny má za následek snižování atraktivity ČR pro zahraniční turisty (vývoj měnového kurzu, daňová politiky, růst cen energií),
- Tři čtvrtiny všech cest v Evropě je uskutečněno v rámci domácího cestovního ruchu, výdaje rezidentů dané země přispívá k lepší vybavenosti území a konkurenci

poskytovaných služeb, toto se týká především lidnatých států jako je Francie, Německo, Velká Británie atd.,

- ČR se nachází ve vysoce konkurenčním prostředí, díky své poloze a strukturou poptávky, což způsobuje tlak na pozici ČR v Evropě.
- Evropa i ČR musí reagovat na změny v preferencích současných i budoucích spotřebitelů, produkty musí být výjimečné a dlouho zapamatovatelné, životní cyklus produktu se neustále zkracuje, a proto je potřeba častější inovace.
- Spotřebitelé preferují tzv. zelené produkty, které jsou šetrné k životnímu prostředí a úzce souvisí s udržitelností cestovního ruchu, příkladem toho může být Síť evropských geoparků UNESCO.
- Spotřební chování je ovlivněno i demografickými trendy, což je především stárnutí populace vyspělé Evropy a nárůst jejich specifických potřeb. Tržní hodnota tohoto segmentu je zatím nejasná. (Koncepce státní politiky cestovního ruchu v ČR na období 2014–2020, 2013, str. 4)

Česká republika jakožto srdce Evropy může nabídnout mnoho historických, přírodních i kulturních či technických památek, které představují potenciál pro rozvoj cestovního ruchu. Aby mohl být tento potenciál dostatečně využit, je potřeba zapracovat na kvalitě základních a doplňkových služeb cestovního ruchu a zvýšit kvalifikaci pracovní síly. Cestovního ruch se významně podílí na snižování nezaměstnanosti, jelikož tvoří nová pracovní místa a má vysoký podíl na zaměstnanosti, v roce 2019 činil podíl cestovního ruchu na celkové zaměstnanosti v národním hospodářství 4,4 %, celkově tak bylo v CR zaměstnáno 240 tisíc osob. Nový moderní produkt cestovního ruchu by měl být odrazem přírodního, kulturního a historického bohatství regionu a měl by být šetrný k životnímu prostředí. Cestovní ruch je založen především na malém a středním podnikání, z čehož vychází i strategická vize a cíle pro cestovní ruch v České republice. Politika cestovního ruchu je uplatňována na národní úrovni, a i na úrovni krajů a obcí. Základní strategická vize cestovního ruchu pro období 2014-2020 se dělí do třech částí: atraktivnost, rozvoj, znalosti. Destinace Česká republika – jednička v srdci Evropy se soustředí na konkurenceschopnost, kooperaci a kvalitu. Strategická vize cestovního ruchu pro období 2014–2020 představuje ČR jako destinaci která:

- *má vysoce pozitivní mezinárodní image,*

- *má kvalitní a atraktivní turistické produkty a programy,*
- *nabízí kvalitní služby s příjemnou a vzdělanou obsluhou,*
- *nabízí zajímavé kulturně-historické zážitky, sportovní vyžití, atraktivní přírodní zajímavosti,*
- *nabízí bezpečné prožití dovolené domácích a zahraničních návštěvníků,*
- *běžně aplikuje principy udržitelného rozvoje v praxi,*
- *nabízí zajímavé pracovní příležitosti v cestovním ruchu.* (Koncepce státní politiky cestovního ruchu v ČR na období 2014–2020, 2013, str. 30; Český statistický úřad, 2021)

Globálním cíle Koncepce je především zvýšení konkurenceschopnosti cestovního ruchu ČR na národní i regionální úrovni a v rámci evropského prostředí, dále usiluje o udržení svého ekonomického postavení v národním hospodaření a odstranění regionálních disparit především v problémových regionech. Využití přírodního a kulturního dědictví země pro rozvoj cestovního ruchu a zároveň garance pro jejich zachování. A v neposlední řadě posílení monitoringu, vyhodnocování a odstranění negativních vlivů v sociokulturním prostředí a veřejném zdraví, které vznikli v důsledku cestovního ruchu. Ke sledování míry plnění globálních cílů jsou stanoveny tyto indikátory:

- *počet přenocování domácích návštěvníků v HUZ v České republice,*
- *počet přenocování zahraničních návštěvníků v HUZ v České republice,*
- *výtěžnost lůžek,*
- *hodnota indexu konkurenceschopnosti cestovního ruchu v ČR dle WEF*
- *počet zaměstnaných osob v cestovním ruchu v ČR (přepočet na plný úvazek),*
- *HDP cestovního ruchu,*
- *Spotřeba příjezdového cestovního ruchu v ČR,*
- *Spotřeba domácího cestovního ruchu v ČR,*
- *Devizové příjmy z cestovního ruchu v ČR,*
- *Podíl devizových příjmů z cestovního ruchu na HDP v %.* (Koncepce státní politiky cestovního ruchu v ČR na období 2014–2020, 2013, str. 31)

V koncepci jsou stanoveny čtyři cíle:

- *Posilování kvality nabídky cestovního ruchu včetně kultivace podnikatelského prostředí.*
- *Vybudování struktury institucí, které efektivně implementují politiku cestovního ruchu a zvyšování kvality lidských zdrojů.*
- *Zlepšení přístupu poskytovatelů služeb na trhy cestovního ruchu.*
- *Posílení role cestovního ruchu v hospodářské a sektorových politikách státu.*

Dále jsou stanoveny čtyři priority a jednotlivá opatření k jejich plnění:

1. **Zkvalitnění nabídky cestovního ruchu**
    a. Zkvalitňování podnikatelského prostředí v cestovním ruchu
    b. Výstavba a modernizace základní a doprovodné infrastruktury ČR
    c. Zkvalitnění nabídky služeb ČR
    d. Zkvalitnění nabídky primárního potenciálu ČR
2. **Management cestovního ruchu**
    a. Podpora činnosti organizací cestovního ruchu
    b. Posílení a inovace řízení destinace
    c. Rozvoj lidských zdrojů v cestovním ruchu
3. **Destinační marketing**
    a. Marketingová podpora domácího a příjezdového cestovního ruchu
    b. Tvorba a marketing národních a regionálních produktů ČR
    c. Marketingové informace
4. **Politika cestovního ruchu a ekonomický rozvoj**
    a. Politika cestovního ruchu jako součást hospodářské a regionální politiky
    b. Statistika a výzkum v cestovním ruchu
    c. Krizové řízení a bezpečnost (Koncepce státní politiky cestovního ruchu v ČR na období 2014–2020, 2013, str. 35)

V současné době se cestovní ruch vzpamatovává z velkých ztrát, které utrpěl kvůli pandemii koronaviru. Proto je CR zahrnut i do **Národního plánu obnovy**, což je plán reforem a investic ČR, které by měly být realizovány v rámci čerpání prostředků **Nástroje pro oživení a odolnost EU**. Jedná se především o reformy spojené s následkem koronavirové pandemie, která započala v roce 2020. Je tvořen celkem šesti pilíři a jejich komponenty. Tyto pilíře tvoří: *Digitální transformace; Fyzická infrastruktura a zelená tranzice; Vzdělávání a trh práce; Instituce a regulace a podpora podnikání v reakci na COVID-19; Výzkum, vývoj a inovace; Zdraví a odolnost obyvatel.* Cestovní ruch je zahrnut ve čtvrtém pilíři Instituce a regulace a podpora podnikání v reakci na COVID-19, a to sice v komponentu Rozvoj kulturního a kreativního sektoru, pro tento pilíř je vyhraněno celkem 10 895 mil. Kč. Cílem tohoto pilíře je reforma přístupu ke kulturnímu a kreativnímu sektoru v ČR, využití tohoto sektoru pro ekonomickou a společenskou obnovu v ČR, digitalizace sektoru a jeho integrace do inovativnějšího ekosystému, zavedením statusu „umělec/umělkyně“ do legislativy, adaptace umělců a kulturních pracovníků na nové digitální prostředí a oživení činností, které souvisí s kulturou a cestovním ruchem v regionech. (Národní plán obnovy, 2022©)

2.5 Politika cestovního ruchu v Evropské unii

Od roku 1951 se postavení turismu a jeho začlenění do evropských politik významně změnilo. Zprvu turismu nebyla přikládána tak významná role, to trvalo zhruba do konce 70. let, až teprve začátkem 80. let započala snaha o začlenění turismu mezi ostatní evropské politiky a byla mu věnována patřičná pozornost. Poprvé se tak stalo **Sdělením Komise Radě COM/82/385 Final** v roce 1982, kdy **První směr politiky Evropského společenství v turismu** se zaměřilo na řešení snížení sezónnosti, ochranu architektonických památek, rozvoj turismu v méně rozvinutých oblastech a podpora venkovského turismu, podpora sociálního turismu a podpora kulturního turismu. Následoval vznik Poradního výboru pro turismus v roce 1986, ten tvořili zástupci ministerstev nebo institucí, které byly odpovědny za agendu turismu na národní úrovni. V roce 1997 byl zahájen **proces Turismus a zaměstnanost**, jehož hlavním cílem bylo zvýšit ekonomický efekt turismu a zároveň zachovat jeho udržitelnost. Dalším důležitým milníkem je **Lisabonská strategie** z roku 2000, mezi její cíle patří tvorba nových pracovních míst a ekonomický růst. Komise dne 13. listopadu 2001 vydala **Sdělení COM/665/2001 Final Společná práce pro budoucnost turismu v Evropě.** V návaznosti na zmíněné dokumenty a na Lisabonskou strategii bylo v roce 2006 vydáno **Sdělení**

COM/2006/123 Final Obnovená politika EU v turismu: Vstříc silnějšímu partnerství pro evropský turismus. Politika turismu byla tedy znovu obnovena a rozvoj evropského turismu spočíval především v ponechání kompetencí v oblasti turismu na národních státech. Aby bylo možné dosáhnout udržitelnosti evropského turismu v globálním měřítku, je třeba zlepšení konkurenceschopnosti a vytvářet nová pracovní místa. (Palatková a Zichová, 2014, str. 244)

Pomocí Lisabonské smlouvy, která je platná od 1.12.2009 byly novelizovány zakládající smlouvy Evropského Společenství a zároveň i změnilo jeho vztah k samotnému turismu. Součástí smlouvy je i zvláštní článek 2e o turismu, který Unii udělil doplňující pravomoci v odvětví turismu, pomocí kterých koordinuje a doplňuje činnosti jednotlivých členských států, jedná se především o podporu konkurenceschopnosti podniků. Dále jsou zde zakotveny oblasti týkající se:

- ochrany a zlepšování lidského zdraví,
- průmyslu,
- kultury,
- turismu,
- všeobecného vzdělávání, odborného vzdělávání, mládeže a sportu,
- civilní obrany,
- správní spolupráce. (Tittelbachová, 2011, str. 21)

V Evropské unii figuruje pět hlavních orgánů, mezi které patří Evropská rada, Evropská komise, Rada Evropské unie, Evropský parlament a Evropský soudní dvůr a Evropský účetní dvůr. Mezi poradní orgány spadá Hospodářský a sociální výbor a Výbor regionů. Rada Evropské unie se z hlediska odbornosti člení na devět úseků, které řídí jednotlivé rady:

1. *Rada pro všeobecné záležitosti a vnitřní vztahy*
2. *Rada pro hospodářské a finanční záležitosti*
3. *Rada pro spravedlnost a vnitro*
4. *Rada pro zaměstnanost, sociální politiku, zdravotnictví a spotřebitelské záležitosti*
5. *Rada pro konkurenceschopnost*

6. *Rada pro dopravu, telekomunikaci a energetiku*
7. *Rada pro zemědělství a rybolov*
8. *Rada pro životní prostředí*
9. *Rada pro školství, mládež a kulturu* (Tittelbachová, 2011, str. 22)

Oblast turismu spadá pod Radou pro konkurenceschopnost, gestorem za Českou republiku je Ministerstvo průmyslu a obchodu a v oblasti turismu je spolugestorem Ministerstvo pro místní rozvoj. V oblasti turismu Rada přijímá na návrh Komise právní předpisy jako jsou směrnice či rozhodnutí, případně pokud je to nutné, je přijímá společně s Evropským parlament. Pro formování politiky turismu byl zřízen **Poradní výbor pro turismus**, který vznikl na základě Rozhodnutí Rady č. 86/664/EHS z 22.12.1986. Výbor určuje postup pro konzultace a spolupráci mezi komisí Společenství a členskými státy v oblasti turismu. Členy tvoří odpovědní zástupci ministerstev či jiných orgánů členských států, kteří zodpovídají za oblast cestovního ruchu. V České republice je tímto pověřeno Ministerstvo pro místní rozvoj, které má určené odpovědné zástupce pro tuto oblast. Hlavní náplní je především příprava a následné hodnocení potřebných strategických, koncepčních či legislativních dokumentů.

Evropská komise je výkonným orgánem Evropské unie a je tvořena komisaři členských států, kteří zodpovídají za přidělené rezorty neboli generální ředitelství. Oblast cestovního ruchu řeší Generální ředitelství Podnikání a průmyslu, které má zřízené oddělení pro turismus. Evropská komise od roku 2001 vydala několik sdělení týkající se oblasti cestovního ruchu, patří mezi ně:

- Sdělení COM/2007/0621 ze dne 19. října 2007 – Agenda pro udržitelný a konkurenceschopný evropský cestovní ruch
- Sdělení COM/2010/0352 ze dne 30. června 2010 – Evropa jako přední světová destinace cestovního ruchu – nový politický rámec pro evropský cestovní ruch
- Sdělení COM/2012/0649 ze dne 7. listopadu 2012 – Provádění a rozvoj společné vízové politiky k podpoře růstu v EU
- Sdělení COM/2014/0086 ze dne 20. února 2014 – Evropská strategie pro větší růst a vyšší zaměstnanost v pobřežním a námořním cestovním ruchu (Tittelbachová, 2011, str. 22–23; Palatková, 2011, str. 194; Evropský parlament, 2021)

Evropský parlament zastupuje zájmy svých občanů a tvoří jej poslanci jednotlivých členských států. Parlament disponuje legislativní, rozpočtovou a kontrolní pravomocí. Spolu s Radou EU rozhoduje o návrzích zákona a společně je také přijímají, zákony jim předkládá Evropská komise, dále také společně rozhodují o rozpočtu EU. Pod Evropský parlament spadá 20 výborů, které jsou svým zaměřením obdobné jako je tomu u rezortů Evropské komise. Oblast turismu spadá do **Výboru pro dopravu a turismus (TRAN)** jehož hlavním cílem je rozvoj společné politiky, která zahrnuje oblasti jako železniční, silniční, vnitrozemskou a vodní dopravu, námořní a leteckou dopravu, poštovní služby a v neposlední řadě turismus. Dále se podílí na tvorbě právních předpisů a spolupracuje i s dalšími členskými státy při tvorbě právních předpisů v daných oblastech. Mezi další výbory, které svou činností zasahují do oblasti turismu, patří: Výbor pro regionální rozvoj (REGI), Výbor pro vnitřní trh a ochranu spotřebitelů (IMCO) a Výbor pro životní prostředí, veřejné zdraví a bezpečnost potravin (ENVI). (Tittelbachová, 2011, str. 22–23; Palatková, 2011, str. 194)

Evropská komise turismu (ETC) vznikla v roce 1948 je evropská kontinentální turistická organizace jejíž činnosti jsou spojeny s činností Evropské komise, avšak nepatří do systému organizací EU. Jejím hlavním úkolem je, aby Evropa mohla proniknout jakožto destinace turismu i na mimoevropské trhy. Je tvořena členy, kterými jsou národní turistické organizace jako např. Czechtourism, Airbnb nebo Emirates Group. ETC vytváří marketing pro Evropu na mimoevropských trzích a spravuje taktéž svůj webový portál pro turisty, kteří míří do Evropy. Rozpočet na jednotlivé aktivity je tvořen příspěvky členů a z rozpočtů členů operačních skupin. Mezi členy operačních skupin patří zástupci více jak šest národních turistických organizací, které působí na zahraničním trhu.

Další institucí pro oblast turismu působící v Evropě je **European Travel & Tourism Action Group (ETAG)**, který byl založen v roce 1981 na základě ETC a působí jako fórum k zastoupení subjektů a jejich klíčových zájmů v oblasti turismu. Mezi jeho členy patří evropské profesní asociace, které zastupují zájmy svých členů z různých sektorů cestovního ruchu. Hlavním cílem ETAG je spolupráce a podpora vztahů mezi vládami a národními turistickými organizacemi a subjekty veřejného a soukromého sektoru, prosazování společných zájmů, rozvoj turismu v Evropě a likvidace bariér obchodu služeb turismu. ETAG spolupracuje jak s ETC, tak i s Evropskou komisí, Evropským parlamentem a je také členem Světové organizace cestovního ruchu (UNWTO). (Palatková, 2011, str. 196–197)

3 ŘÍZENÍ CESTOVNÍHO RUCHU

Na úvod je třeba si vysvětlit terminologii pojmů destinace a destinace cestovního ruchu. Destinaci lze definovat jako o *„více či méně ohraničenou vykazující jistou jednotnost nebo určitý organizační princip, který ji odlišuje od jiných územních jednotek“*. Samotnou destinaci cestovního ruchu popisuje Světová organizace cestovního ruchu (UNWTO) jako *„cílovou oblast v daném regionu, pro kterou je typická významná nabídka atraktivit a infrastruktury cestovního ruchu v širším slova smyslu země, regiony, lidská sídla a další oblasti, typické velkou koncentrací atraktivit cestovního ruchu, rozvinutými službami a další infrastrukturou cestovního ruchu, jejichž výsledkem je velká dlouhodobá koncentrace návštěvníků“*.

Z geografického hlediska lze vymezit destinaci dle regionalizace cestovního ruchu, která definuje tři koncepty pro vymezení regionů a to sice: homogenní, nodální neboli funkční regiony, a programové neboli územně-plánovací regiony. Programové regiony se vážou na konkrétní strategický dokument a mají především administrativní účel. Vykonávají administrativní a politický dohled/kontrolu.

Cestovní ruch lze vymezit dle následujících přístupu:

- Geografický přístup – rozděluje území dle geografických prvků jako jsou např. horské oblasti, moře, pobřeží, lázně.
- Územně-plánovací přístup – vymezuje hranice území podle diferenciace funkčního využití území a prostorovým rozložením.
- Marketingový přístup – snaží se o vytvoření konkurenceschopných produktů a o propagaci turistické nabídky na národní úrovni, vychází z pragmatické potřeby.

Z organizačního pohledu destinační managementu představuje tzv. „síť spřízněných aktérů cestovního ruchu“, tito aktéři prostřednictvím svých aktivit napomáhají k rozvoji cestovního ruchu daného území. Z marketingového hlediska lze destinaci vymezit jako produkt cestovního ruchu, který představuje nabídku cestovního ruchu. Skládá se z primární a sekundární nabídky. Primární nabídka představuje přírodní a kulturně–historický potenciál a sekundární nabídka se skládá z infrastruktury cestovního ruchu a poskytovatelů služeb. Hlavním cílem marketingu je ovlivňování trhu cestovního ruchu skrz správně nastavenou poptávku po destinaci a také ovlivnění celkového životního cyklu destinace. (Holešinská a Zichová, 2012, str. 43–45)

3.1 Definice destinačního managementu

Management cestovního ruchu je vědní disciplína, která v sobě nese znaky klasické vědy o řízení a následně je přenese na oblast cestovního ruchu. Je třeba znát základní fakta o řízení neboli managementu. Management lze definovat třemi způsoby. Prvním je pojetí managementu jakožto řídící činnost, pomocí které je organizována (řízena) skupina osob. Druhou definicí je soubor odborných poznatků, které se týkají teorii řízení, což z něj dělá vědní disciplínu a třetím výkladem lze označit za management řídící pracovníky v organizaci, který mi jsou tzv. manažeři. Holešinská se však nejvíce přiklání k definici která popisuje management jako řídící činnosti, proto je použito i pro řízení destinace neboli „destinační management“.

Destinační management představuje dle Holešinské *„specifickou formu řízení, která spočívá v procesu založeném na kooperaci mezi jednotlivými zainteresovanými aktéry cestovního ruchu a na koordinaci v oblasti plánování, organizování a rozhodování v destinaci, přičemž klíčovým faktorem úspěšné realizace destinačního řízení je vzájemná komunikace“.* (Holešinská a Zichová, 2012, str. 46–47)

Destinační management má svou objektivní i subjektivní stránku. Objektem v tomto případě je prostor a pro něj významné atraktivity a subjektem mohou být poskytovatelé služeb, které nabízí návštěvníkům dané destinace, nebo místní obyvatelé kteří přichází do osobního kontaktu s turisty. Destinační management má svých pět specifik, které ovlivňují řízení destinace, jimi jsou:

1. **Dvojitá funkce destinační společnosti** – destinační management je zodpovědný za chod celé destinace, což se výrazně liší od klasického managementu, který je zodpovědný pouze za chod vlastní firmy. Řízení činností je rozděleno na tři stupně, a to sice normativní, strategické a operativní, a to jak z pohledu destinace, tak z pohledu destinační společnosti. Z pohledu destinace se u normativní úrovně jedná o spolupůsobení na vytvoření strategie rozvoje destinace a vytvoření konceptu destinace; na strategické úrovni se jedná o vypracování strategie destinace, průběžná analýza prostředí a ustavení destinační společnosti; operativní úroveň spočívá v použití marketingových nástrojů, koordinace nabídky a zajištění informací a zastupování zájmů, to platí i v případě destinační společnosti. U destinační společnosti se na normativní úrovni jedná o vypracování manažerské filozofie, podnikatelské vize, politiky instituce a podnikové kultury; strategická

úroveň vypracovává interní organizace a řízení pracovníků a koncept financování. U řízení lidských zdrojů můžeme taktéž vymezit dvojitou funkci, a to sice zajišťování sociální soudržnosti v destinaci a vedení zaměstnanců v destinační společnosti.

2. **Nejasné a špatně měřitelné cíle** – pro destinační společnost jsou vymezeny dvojí cíle, a to sice cíle pro organizace samotné a cíle destinace. Zde můžou vzniknout nejasnosti. Pokud je destinační organizací nezisková organizace, která nemá jako hlavní činnosti dosažení zisku, lze těžko změřit efektivnost poskytovaných služeb. Proto je třeba si nejdříve definovat indikátor úspěchu, který může být např. počet návštěvníků. Tyto indikátory však mohou být zkreslené.
3. **Omezené možnosti vlivu** – destinační management pouze zastřešuje jednotlivé poskytovatele služeb cestovního ruchu, jsou totiž nezávislé a samostatné organizace. Společnost tak nemůže ovlivnit jejich chování a vývoj. Proto je potřeba vytvořit vzájemnou důvěru pomocí správně nastaveného principu spolupráce a motivace.
4. **Velký vliv zájmových skupin** – jak už bylo řečeno, společnost zastřešuje určitou skupinu aktérů a může tak dojít ke střetu zájmů. Destinační společnost proto musí zájmy koordinovat, aby došlo ke kompromisu mezi jednotlivými aktéry cestovního ruchu. Základem je komunikace a důvěra.
5. **Nutnost legitimity v socio-politickém prostředí** – pro destinační společnost je důležité přijetí ze strany veřejnosti. Společnost by měla být veřejností vnímána jako subjekt v dané pozici (koordinátor, plánovač, vyjednávač, propagátor cestovního ruchu). Legitimitu lze dělit na kognitivní, pragmatickou a morální. Destinační společnost se vyznačuje pragmatickou legitimitou, která je dána díky vzájemné výměně informací, znalosti či know-how mezi jednotlivými aktéry cestovního ruchu. Pokud mají aktéři v sobě vzájemnou důvěru odráží se to i na efektivní spolupráci a tím pádem nabývá na síle i legitimita. Destinační společnost se snaží také o morální legitimitu, kdy společnost vykonává své činnosti pouze v mezích veřejného zájmu. (Holešinská a Zichová, 2012, str. 50–52)

3.2 Funkce destinačního managementu

V České republice není tolik poznatků v oblasti destinačního managementu jako v zahraničí. Holešinská proto uvádí přístup zahraničních autorů, a to sice německý a anglosaský přístup k vymezení funkcí destinačního managementu.

Profesor Biegrem, původem ze Švýcarska, zastupuje německou školu a podle něj by produkt cestovního ruchu měl mít svá určitá specifika, které zároveň mají i specifické úkoly, které určují náplň destinačního řízení. Podle autorů Freyera a Kaspara existují v destinaci určité aktivity, které jsou zajišťovány destinační společností v rámci spolupráce. Freyer uvádí např. podporu aktivit místa prostřednictvím poradenství, provádění opatření ke zlepšení ochrany životního prostředí, tvorby územních plánů nebo turistické nabídky; péči o hosty; získávání zákazníků pomocí marketingových činností; poradenství pro místní podniky a obyvatelstvo. Kaspar kromě markentingových činností klade důraz na všeobecné úkoly v oblasti regionální a místní politiky jako je podpora pozitivního postoje k cestovnímu ruchu či podpora kulturního, společenského a sportovního života; administrativní úkoly spojené s provozem turistických kanceláří a zpracování podnětů a stížností, které se týkají cestovního ruchu; společná tvorba, ovlivňování a provoz turistické nabídky; reklama a PR.

Německý přístup definuje funkce destinačního managementu následovně:

1. **Plánovací funkce** – produkt cestovního ruchu je tvořen dílčími produkty a službami, které by měli být vzájemně propojeny. Úkolem destinační společnosti je:
    - Spolupráce s partnery, stanovení turistických cílů v destinaci
    - Průběžná analýza konkurence
    - Stanovení strategie pro získání pozice na trhu
    - Naplnění stanovení strategie
2. **Funkce nabídky** – součástí nabídky jsou i veřejné statky, které nemusí být natolik finančně lákavé pro soukromé subjekty. Především je to dáno tím, že nejsou schopny pokrýt veškeré náklady a může to mít negativní vliv na celkový dojem z destinace. Destinační společnost by se tedy měla zaměřit na plnění těchto úkolů:
    - Zajištění veřejných produktů a služeb

- Koordinace nabídky v destinaci a tvorba nabídkových balíčků
- Tvorba nových produktů
- Kontrola kvality

3. **Marketingová funkce** – odvíjí se od produktu cestovního ruchu. Destinace dokáže návštěvníkům garantovat kvalitu poskytovaných služeb a snižovat tak jejich nejistotu. Destinační marketing by měl dokázat propojit veškeré služby všech poskytovatelů v dané destinaci a vytvořit tak společnou nabídku prostřednictvím kolektivního subjektu. Úkolem destinační společnosti je:
    - Zpracování marketingové strategie
    - Péče o značku a image destinace
    - Podpora prodeje, reklama, PR
    - Informovanost návštěvníků a zajištění kvality produktu cestovního ruchu
4. **Funkce zastupování zájmů** – cestovní ruch vytváří jak pozitivní, tak negativní efekty. Mezi pozitivní efekty patří především tvorba nových pracovních míst, udržení počtu obyvatel a obhospodařuje plochy. Negativní vlivy mají dopad na životní prostředí a celkovou ekologii a také na společnost čímž se rozumí ztráta kultury či negativní postoj k turistům. Proto je důležité, aby destinační společnost kladla důraz na tuto funkci plněním následujících úkolů:
    - Zvyšování vnímavosti obyvatelstva pro cestovní ruch
    - Koordinace zájmů aktérů cestovního ruchu
    - Zastoupení zájmů návštěvníků vůči partnerům a veřejnosti (Holešinská a Zichová, 2011, str. 52–56)

Podle Nejdla je smyslem organizačního uspořádání turismu propojení prvků a procesů systému destinace tak aby její hlavní funkce destinace byly plně rozvinuty pomocí jejích specifik. Funkcí se rozumí schopnost vytvářet vzorce vlastního chování, které jsou odvozeny od podstaty turismu. Pokud je správně nastaveno organizační uspořádání turismu lze tak vytvořit prostředí, které dosahuje nejlepších výsledků v oblasti turismu v destinaci. Výstupem je soubor hlavních funkcí a dosažení stanovených cílů v destinaci. Nejdl stanovuje soubor hlavních funkcí, mezi které patří:

1. **Marketingová funkce –** podnikatelské subjekty si stanovují marketingové cíle, které jim napomáhají dosáhnout podnikatelských cílů. Podnikatelé, kteří poskytují stejné či srovnatelné služby ubytovací, kulturní či sportovní, vždy jednají ve vzájemném konkurenčním postavení. V destinaci je hlavním destinačním cílem všech poskytovatelů si získat turistu proto je potřeba aby k dosažení vedla spolupráce všech podnikatelů v turismu. Aby organizační uspořádání bylo efektivní, je třeba zajistit:
    - Definovat společný zájem destinace a stanovit tak základní a koncepční aktivity a odpovědět na základní marketingové otázky (kdo jsme, kde jsme, co chceme, jak toho dosáhneme a co z toho získáme v rámci destinace a jejích prvků);
    - Stanovení nosných rozvojových produktů a image destinace;
    - Definovat společnou destinační vizi, strategii, koncepci a plány všech náležitostí (co, kdo, do kdy, zodpovědnost, finance).
2. **Nabídková funkce –** snaží se o vytvoření optimálního prostředí k poskytování služeb pro návštěvníky a místní obyvatelstvo. Služby mají veřejný charakter tudíž jej může konzumovat každý bez rozdílu či omezení. Mezi tyto služby řadíme i informační služby, jejichž servis je poskytován bezplatně a návštěvníci ji automaticky očekávají, jelikož je součástí nabídky balíku destinačních služeb. Jelikož podnikatelské komerční subjekty nemají zájem tyto služby poskytovat, jelikož k tomu nemají finanční či technické podmínky, musí je zabezpečit samotná destinace, jedná se např. o rezervační nebo informační systémy, udržování turistické infrastruktury či organizování kulturních akcí.
3. **Veřejná funkce –** prostřednictvím veřejné funkce jsou zajištěny činnosti, které vytváří a zlepšují prostředí pro poskytovatele služeb a zajišťuje tak kvalitní nabídku destinace. Jedná se o dobře a objektivně fungující systém kontroly kvality v destinaci. Do další skupiny se řadí aktivity, které napomáhají efektivnímu fungování turismu v destinaci. Jedná se např. o správní úkony, prováděcí pokyny k realizaci zákonů, vyhlášky či správní nařízení, které se týkají turismu v dané destinaci a kontrolují jejich dodržování.
4. **Funkce zastupování zájmů cestovního ruchu –** vývoj cestovního ruchu obecně i v destinaci a ekonomický a sociální vývoj mají vliv na zájmy turismu. Na základě

specifických potřeb a odlišných zájmů, které jsou stanoveny pro dosažení stanovených cílů destinace, dochází k odlišným reakcím jednotlivých prvků systému. Zájmy destinace jsou tvořeny jak společnými zájmy, tak i partikulárními, které reprezentují část prvků destinace, ty mohou být ihned nebo časem protichůdné, jelikož představují ekonomické a sociální směřování, které se může lišit. K optimální situaci je třeba vytvořit vhodné prostředí pomocí strategického směřování destinace, to by se mělo zaměřit na tyto okruhy:

- Kvantitativní rozvoj turismu (počet návštěvníků, počet přenocování, počet zařízení CR);
- Stanovení poptávkových segmentů a typy turismu, které jsou předmětem zájmu;
- Upřesnění odpovědnosti poskytování veřejných služeb pro jednotlivé segmenty cestovního ruchu.

5. **Rozvojová funkce destinace v regionu** – pomocí rozvojové funkce je organizační uspořádání turismu faktorem tvorby a realizace rozvojové regionální politiky v destinaci. Pokud destinace řádně plní tuto funkci, vytváří tak podmínky, díky kterém lze rozvojové atributy použít v praxi a je tak možné realizovat a podpořit sociální, environmentální a ekonomické přínosy turismu v dané destinaci. Ekonomickými přínosy jsou např. generování ekonomické poptávky, nová pracovní místa či přírůstek hrubého domácího produktu území. Mezi sociální přínosy spadá kulturní a společenský rozvoj nebo rozvoj místní populace v destinaci. Environmentální zahrnují finanční přínosy pro areály, které plynou ze sponzorských darů či ze vstupného nebo udržování přírodních areálů. Územní plánování je klíčovým nástrojem k udržitelnému regionálnímu rozvoji. Destinační organizace by se měla podílet přímo na jeho tvorbě a nepřímo na výkonu. Díky rozvojové funkci lze eliminovat negativní dopady cestovního ruchu na životní prostředí (usměrňování chování návštěvníků, řešení odpadového hospodářství, minimalizace záboru půdy). Rovněž minimalizuje i negativní sociální dopady způsobené nevhodným chováním turistů na postavení a návyky místního obyvatelstva nebo na sociální cítění místní populace. (Nejdl, 2011, str. 88-94)

Přístup **anglosaských k autorů** k vymezení jednotlivých funkcí se liší především tím, že vychází z detailní analýzy zahraničních organizací CR. Pearce definuje následující funkce

jako je marketing, poskytování služeb návštěvníkům, rozvoj, výzkum, plánování, lobbing a koordinace. Podle Pearce jsou funkce organizace cestovního ruchu vykonávány v různém rozsahu na různých prostorových úrovních. Dalším autorem je Jenkins, který popsal aktivity Tourism New South Wales a představuje tak funkce regionální organizace cestovního ruchu, mezi které patří:

- Příležitost rozvoje produktu v rámci celého regionu;
- Rozvíjení marketingové synergie v regionu, posílení expanze produktu na trhu;
- Udržitelný rozvoj a podpora cestovního ruchu pomocí koordinace aktivit mezi vládami a průmyslem cestovního ruchu v daném regionu;
- Uspokojování potřeb a plnění úkolů cestovního ruchu v regionu;
- Komunikace s veřejností a národní centrálou cestovního ruchu o činnostech cestovního ruchu. (Holešinská a Zichová, 2011, str. 56–58)

Další autor Stephen Page zachycuje řízení destinace z mikroekonomického hlediska, jelikož v destinaci dochází k vzájemné interakci hlavních aktérů turismu, z nichž každý má jiné zájmy a zastupují jiný trh. Tyto trhy mohou být rezidentů a pracujících, návštěvníků, podnikatelských subjektů a exportní trh. Podle Page je řízení destinace mnohovrstevný proces. Základními funkcemi řízení jsou podle něj plánování, organizování, vedení a kontrolování. Dále uvádí tzv. externí faktory, které ovlivňují cestovní ruch a projevují se v odlišném přístupu v jednotlivých fází procesu řízení, těmi můžou být:

- Spotřebitelské trendy – ovlivňují fází plánování;
- Vnější podnikatelské prostředí – tvoří jej malé a střední podniky, které vytváří produkt cestovního ruchu, ovlivňují fázi organizování;
- Návštěvník – subjekt cestovního ruchu, ovlivňuje fázi vedení prostřednictvím komunikace a motivace, tzv. visitor management;
- Společnost a politická rozhodnutí – mají vliv na aplikaci procesu, ovlivňují fázi kontrolování, nestabilní politické prostředí a neosvícená společnost mohou mít negativní dopad na řízení destinace. (Holešinská a Zichová, 2011, str. 56–58)

4 CESTOVNÍ RUCH V ČESKÉ REPUBLICE A VE VYBRANÝCH EVROPSKÝCH ZEMÍCH

Cestovní ruch se stal jedním z největších a nejrychleji rostoucím odvětvím ve světové ekonomice. Cestovní ruch se rovněž vyznačuje svou odolností a ukázal svou schopnost překonat i globální ekonomickou krizi. (Capone, 2016, str.13)

Cestovní ruch je významnou součástí světové i národní ekonomiky a má vysoký podíl na tvorbě HDP. Jedná se o odvětví, které má poměrně vysokou přidanou hodnotu. Cestovní ruch je vzájemně propojen s různými dalšími odvětvími a obory národního hospodářství. Důležitým podílem také přispívá k zaměstnanosti v regionech, jelikož vytváří nová pracovní místa jak v oborech cestovního ruchu, tak i v příbuzných oborech, které jej nepřímo ovlivňují. Aby se cestovní ruch mohl rozvíjet, je potřeba aby plnil územní podmínky, které se týkají jak přírodního prostředí, tak i kulturního a historického dědictví a současně činnosti lidské společnosti. (Syrovátková, 2013, str. 10)

4.1 Cestovní ruch v České republice

Česká republika jakožto destinace s vysokým počtem různorodých kulturních i přírodních památek má potenciál pro rozvoj cestovního ruchu. Také svou geografickou polohou, stabilní politickou situací a rozvinutou infrastrukturou se řadí mezi významné destinace Evropy a rovněž se podílí na světovém cestovním ruchu. Český republika má k roku 2022 celkem 16 památek, které jsou zapsané v Seznamu světového kulturního a přírodního dědictví UNESCO. V roce 2015 získala Plzeň titul Evropské město kultury a v roce 2000 jím byla Praha. ČR má mnoho přírodních památek, ty jsou však ve světovém srovnání méně významné. Jelikož má ČR mnoho léčebných zdrojů a je zde dlouholetá tradice v léčebném lázeňství přispívá tak velmi vysokým podílem na lázeňském cestovním ruchu, celkem se zde nachází 37 lázeňských míst a Česká republika je tak jedna z nejvýznamnějších zemí evropského lázeňství. Další atraktivitou je golfový turismus, jelikož ČR sčítá přes 100 golfových hřišť, avšak průměr hráčů. na hřiště je oproti jiným státům poměrně nízký. Česká republika patří mezi evropské země s nejvyšší vybaveností hromadných ubytovacích zařízení. Avšak cestovní ruch v poslední dvou letech výrazně utrpěl na následky koronavirové pandemie. V tuzemských ubytovacích zařízení klesl počet hostů o polovinu a počet přenocování klesl o 45 %. Nejvíce utrpěla Praha, jakožto hlavní město ČR, která ve srovnání s rokem 2019 přišla v roce 2020 téměř o 6 milionů hostů

a meziroční poklesy ve všech krajích byly více než 50 %. (Jarolímková, 2018, str. 100; Businessinfo.cz, 2021)

4.1.1 Mezinárodní postavení České republiky v oblasti cestovního ruchu

Česká republika zaujímá členství v několika mezinárodních organizacích cestovního ruchu, konkrétně se jedná o:

- Světová organizace cestovního ruchu (World Tourism Organization, UNWTO)
- Evropská komise pro cestovní ruch (European Travel Commission, ETC)
- Mezinárodní profesní asociace
    - European Center for Eco Agro Tourism (ECEAT)
    - Evropská federace průvodcovských asociací (FEG)
    - International Congress and Convention Association (ICCA)

Dále se ČR podílí na mezinárodních projektech a aktivitách podporující rozvoj cestovního ruchu, jako jsou např. Dny evropského dědictví (European Heritage Days), Hlavní město evropské kultury, projekt EDEN (European Destinantion of ExcelleNce nebo projekt ERIH neboli Evropské cesty industriálního dědictví. (Jarolímková, str. 100–101)

Česká republika má celkem 16 kulturních památek zapsaných na seznamu Světového dědictví UNESCO, k poslednímu rozšíření seznamu došlo v roce 2021, jsou jimi:

- Telč – historické centrum (zapsáno v roce 1992);
- Praha – historické centrum (zapsáno v roce 1992);
- Český Krumlov – Historické centrum (zapsáno v roce 1992);
- Žďár nad Sázavou – Poutní kostel sv. Jana Nepomuckého na Zelené hoře (zapsáno v roce 1994);
- Kutná hora – Historické centrum, Chrám sv. Barbory, Katedrála Nanebevzetí Panny Marie v Sedlci (zapsáno v roce 1995);
- Lednicko-valtický areál (zapsáno v roce 1996);
- Kroměříž – Zahrady a zámek (zapsáno v roce 1998);
- Holašovice – Vesnická rezervace (zapsáno v roce 1998);

- Litomyšl – Zámek a zámecký areál (zapsáno v roce 1999);
- Olomouc – Sloup Nejsvětější Trojice (zapsáno v roce 2000);
- Brno – Vila Tugendhat (zapsáno v roce 2002);
- Třebíč – Židovská čtvrť a bazilika sv. Prokopa (Zapsáno v roce 2003);
- Kladruby nad Labem – Krajina pro chov koní v Kladrubech (zapsáno v roce 2019);
- Krušnohoří – Hornický region Erzgebirge (zapsáno v roce 2019);
- Lázeňský trojúhelník – Slavná lázeňská města Evropy (zapsáno v roce 2021);
- Jizerskohorské bučiny (zapsáno v roce 2021).

Mezi nehmotné kulturní dědictví patří celkem 7 památek a to sice:

- Slovácký Verbuňk (zapsáno v roce 2005);
- Masopust (zapsáno v roce 2010);
- Sokolnictví (zapsáno v roce 2010);
- Jízda králů (zapsáno v roce 2011);
- Loutkářství (zapsáno v roce 2016);
- Modrotisk (zapsáno v roce 2018);
- Foukané vánoční ozdoby (zapsáno v roce 2020). (České dědictví UNESCO, 2022©)

4.1.2 Řízení cestovního ruchu v České republice

Řízení cestovního ruchu je v České republice vykonáváno na několika úrovních. Na státní úrovni jej zajišťují orgány státní správy, a to sice Ministerstvo pro místní rozvoj (MMR ČR) a krajské a městské úřady. V samotných destinacích jsou pak zřízeny organizace destinačního managementu, případně regionální sdružení. Dále jsou zde důležité také oborové profesní sdružení, také Hospodářská komora ČR a další organizace jako např. Klub českých turistů nebo Pražská informační služba.

Mezi zákonodárné orgány v oblasti cestovního ruchu ČR spadá:

- Parlament ČR
    - Poslanecká sněmovna ČR

        - Výbor pro veřejnou správu a regionální rozvoj
            - Podvýbor pro cestovní ruch
        - Zahraniční výbor
            - Podvýbor pro prezentaci ČR v zahraničí
    - Senát
        - Výbor pro hospodářství, zemědělství a dopravu
            - Podvýbor pro cestovní ruch

Instituce státní správy v oblasti cestovního ruchu dělíme dle působnosti:

- Celostátní působnost
    - MMR ČR
        - Příspěvková organizace Czech Tourism
- Krajská působnost
    - Krajské úřady
        - Odbor cestovního ruchu
            - Příspěvková organizace pro podporu cestovního ruchu
- Místní působnost
    - Městské/obecní úřady
        - Městské informační centrum (Jarolímková, 2018, str. 9–12)

Ministerstvo pro místní rozvoj (MMR ČR) je výkonným ústředním orgánem disponující kompetencemi v oblasti cestovního ruchu. MMR ČR bylo zřízeno 1. listopadu 1996. Spravuje finanční zdroje, prostřednictvím nichž je realizována politika bydlení a regionální politika České republiky, rovněž zaujímá koordinační funkci ve vztahu k ostatním ministerstvům a jiným ústředním orgánům státní správy, které se zabývají politikou bydlení a regionální politikou ČR. MMR ČR zajišťuje také informační metodickou pomoc vůči vyšším územním samosprávným celkům, městům, obcím a jejich sdružením. Dále zajišťuje činnosti, které napomáhají územním samosprávným celkům se zapojením se do evropských regionálních struktur. MMR zaujímá roli tzv. Národního koordinačního orgánu (NOK), čímž se podílí na řízení a realizaci pomoci poskytované ze strukturálních fondů

a Fondu soudržnosti. Pro oblast turismu zřizuje odbor cestovního ruchu, s jehož pomocí se podílí na činnostech jako je např.:

- Formulace a implementace politiky turismu, spolupráce s ostatnímu rezorty;
- Tvorba legislativních, koncepčních a metodických podmínek pro rozvoj turismu;
- Příprava a spolupráce na přípravě legislativních norem;
- Vyhlašování podpory programu turismu;
- Spolupráce s profesními a regionálními sdruženími;
- Zřízení a vykonávání kompetencí vůči národní turistické organizaci České centrále cestovního ruchu – Czech Tourism;
- Výkon agendy spojené s členstvím České republiky v UNWTO a jiných organizacích;
- Stanovení pravidel pro provoz cestovních kanceláří a agentur atd. (Palatková a Zichová, 2014, str. 232–233)

Další významnou roli v oblasti cestovního ruchu má **Agentura Czech Tourism**, která je státní příspěvkovou organizací, kterou zřizuje Ministerstvo pro místní rozvoj ČR a byla zřízena pomocí zřizovací listiny z roku 1993. Jejím cílem je především propagace České republiky v zahraničí jakožto destinace cestovního ruchu. Mezi její hlavní úkoly patří:

- Koordinace činností v oblasti cestovního ruchu;
- Destinační marketing;
- Mediální prezentace ČR;
- Informační podpora cestovního ruchu;
- Ekonomické a administrativní zajištění chodu agentury. (CzechTourism, 2022©)

4.1.3 Strategické dokumenty

Mezi současné strategické dokumenty v oblasti cestovního ruchu ČR patří **Strategie rozvoje cestovního ruchu České republiky 2021–2030**, která byla schválena dne 19. července 2021. Jedná se o základní strategický dokument pro rozvoj cestovního ruchu v České republice, který definuje věcný, procesní a finanční rámec pro udržitelný rozvoj cestovního ruchu. Současně se také podílí na rozvoji mezioborové a mezirezortní

spolupráce a vyhodnocuje přínosy a dopady udržitelného cestovního ruchu a definuje problematiku týkající se adaptace na změnu klimatu. Na strategii se podílely jak zástupci veřejné správy, kam spadá především Ministerstvo průmyslu a obchodu, Ministerstvo životního prostředí, Ministerstvo kultury, Ministerstvo školství, mládeže a tělovýchovy a Ministerstvo zemědělství, tak i zástupci samosprávy, profesních spolků a podnikatelů nebo akademické veřejnosti. Strategie klade důraz na udržitelnost, efektivitu, kvalitu, inovativní přístup a digitalizaci. Vizí strategie je:

- *Česká republika jako „SMART inovativní destinace v čele Evropy".*
- *Česko je bezpečnou, udržitelnou a sebevědomou destinací, která svou konkurenceschopností staví nejen na přírodní a kulturním dědictví, tradicích, přívětivých lidech a jedinečných zážitcích v Praze i v regionech, ale i na efektivním využití nových trendů v oblasti řízení, technologií a služeb.*

Strategie má pět základních prioritních okruhů, kde patří:

- *Systém řízení a podpory cestovního ruchu;*
- *Inovativní nabídka a zážitky;*
- *Poptávka / návštěvníci;*
- *Výzkum, vývoj, monitoring, informace;*
- *Lidé.* (Ministerstvo pro místní rozvoj ČR, 2022©)

Krizový akční plán cestovního ruchu 2020–2021 je plán Ministerstva pro místní rozvoj, jakožto ústředního orgánu státní správy pro cestovní ruch. Jedná se o Krizový akční plán pro záchranu a restart odvětví cestovního ruchu v důsledku pandemie COVID-19. Krizový plán se skládá z etap, které jsou rozděleny do 4 fází a to sice: *krize, restart domácího cestovního ruchu, částečné otevírání hranic, obnova leteckých spojení.* Cílem akčního plánu je přispět k nastavení protikrizových opatření, která umožní obnovu cestovního ruchu udržitelným a efektivním způsobem dosažením předkrizových hodnot výkonnosti cestovního ruchu a minimalizace možných negativních dopadů cestovního ruchu na regiony ČR a provozovatele atraktivit cestovního ruchu. (Krizový akční plán ruchu 2020–2021, 2020, str. 2)

Strategie regionálního rozvoje ČR 2021+ je dokument, který vytvořilo Ministerstvo pro místní rozvoj ve spolupráci s dalšími partnery jakožto národní strategický dokument

v oblasti regionálního rozvoje v souladu se zákonem č. 248/2000 Sb., o podpoře regionálního rozvoje. Strategie stanovuje hlavní cíle, které napomohou rozvoji regionu v horizontu 7 let, cílem je identifikovat tematické oblasti, kde je třeba specifický přístup pro rozvoj daného území, posílit konkurenceschopnost a snížit regionální rozdíly a nelézt řešení, které podpoří udržitelný rozvoj území. (Strategie regionálního rozvoje ČR 2021+, 2022©, str. 3)

Vizí strategie je, aby regiony efektivně zhodnotili jejich rozvojový potenciál, zvýšila se jejich sociální stabilita, konkurenceschopnost má trvalý, stabilně rostoucí trend a jsou zlepšeny podmínky pro kvalitní život všech obyvatel a zvýšila se prosperita firem. Měly by být respektovány principy udržitelného rozvoje a limity životního prostředí. Regiony by se měli ekonomicky a kvalitou života nacházet nebo alespoň přibližovat nad průměr EU a v rámci konkurenceschopnosti by se měly nacházet v předních místech ve střední Evropě. (Strategie regionálního rozvoje ČR 2021+, 2022©, str. 59)

V rámci strategie je definováno 6 strategických cílů, specifických cílů a následných opatření. Strategické cíle se týkají 5 územních cílů, a to sice metropolitní území, aglomerace, regionální centra a jejich venkovské zázemí, strukturálně postižené kraje, hospodářsky a sociálně ohrožená území. Mezi strategické cíle patří:

1. *Mezinárodně konkurenceschopná metropolitní území adaptovaná na ekonomický, prostorový a populační růst.*
2. *Aglomerace využívající růstový potenciál a plnící úlohy významných krajských a hospodářských, kulturních a akademických center.*
3. *Hospodářsky stabilizovaná regionální centra představují snadno dostupná centra kultury, zaměstnanosti a obslužnosti příslušných funkčních regionů, jejich venkovské zázemí je na regionální centra dobře dopravně napojeno, disponuje sítí služeb a jsou v něm uplatňována inovativní řešení.*
4. *Revitalizované a hospodářsky restrukturalizované regiony, přizpůsobené a flexibilně reagující na potřeby trhu.*
5. *Dobrá kvalita života v hospodářsky a sociálně ohrožených územích.*
6. *Kvalitní plánování regionálního rozvoje přispívající k plnění cílů regionální politiky.* (Strategie regionálního rozvoje ČR 2021+, 2022©, str. 60–64)

Koncepce rozvoje venkova je v souladu s programovým obdobím EU a s dobou platnosti Strategie regionálního rozvoje ČR 21+ pro období let 2021–2027. Koncepce rozpracovává strategický rámec SRR ve vztahu k venkovským oblastem. Implementace Koncepce probíhá prostřednictvím dvouletých Akčních plánu Strategie regionálního rozvoje ČR 21+. Koncepce definuje pět typů venkova, ke kterým jsou dále přiřazeny rozvojové cíle a aktivity. Cílem je, aby byl venkov *„územím, ve kterém se dobře žije, a o němž se zároveň říká, že se v něm dobře žije“.* Venkov by měl být atraktivní pro práci, podnikání, bydlení a měl by zde být realizován cestovního ruch. Aby toho bylo dosaženo je potřeba realizovat následující aktivity:

- *dostatečné infrastruktury a vybavenosti venkovských sídel,*
- *výkonné, stabilní a diverzifikované ekonomiky venkova umožňující seberealizaci obyvatel venkova,*
- *zdravého, rekreačně atraktivního a klimaticky stabilního životního prostředí venkova,*
- *rozvoje lidského a sociálního kapitálu na venkově,*
- *rozvoji víceúrovňového strategického plánování a řízení rozvoje venkova.* (Ministerstvo pro místní rozvoj ČR, 2022©)

4.2 Cestovní ruch ve vybraných evropských zemích

Dle Wanga a Pizama můžeme rozlišit tři typy organizací cestovního ruchu na úrovni země, které se soustředí na management a marketing destinace, jsou jimi: DMO, jejichž hlavním úkolem je propagace; vládní agentury, které poskytují vládě politické poradenství; soukromý sektor zastřešující průmyslovou asociaci, která prosazuje zájmy členských organizací. Ve většině zemí jsou definovány čtyři úrovně DMO a to sice: Národní turistické kanceláře, kde spadá Světová turistická organizace (UNWTO); Státní turistické kanceláře, které jsou zodpovědné za marketing země, provincie či teritoria; Regionální turistické kanceláře, které reprezentují města, obce, vesnice, venkovské oblasti nebo pobřežní rekreační oblasti; Místní turistické kanceláře, které zastupují místní správu cestovního ruchu nebo místní sdružení cestovního ruchu. (Wang a Pizam, 2011, str. 5–7)

4.2.1 Republika Rakousko

V Rakousku je systém řízení cestovního ruchu rozdělen do třech úrovní: celostátní, regionální a lokální. Oblast cestovního ruchu spadá pod Spolkové ministerstvo hospodářství, rodiny a mládeže a formuluje tak podmínky a strategie, které se soustředí na rozvoj cestovního ruchu v Rakousku. Významný partnerem pro ministerstvo je národní centrála cestovního ruchu „Österreich Werbung“, která má především marketingovou funkci. Pod centrálu spadá Rakouská národní turistická kancelář „ANTO“ (The Austrian National Tourist Office), jejíž hlavním cílem je zajištění konkurenceschopnosti rakouského cestovního ruchu a navazování partnerské spolupráce, významně se tak podílí na zvýšení podílu Rakouska na mezinárodním trhu. Regionální úroveň je zastoupena devíti spolkovými zeměmi, které zřizují organizace destinačního managementu, a jejich hlavním úkolem je tvorba produktu CR, kontrola a výběr místních poplatků a statistické sledování. Na úrovni spolkových zemí se zpracovává především legislativa v oblasti cestovního ruchu. Na lokální úrovni se nachází svazy cestovního ruchu a ty jsou členy turistických regionů. Obec musí odvádět poplatky organizaci destinačního managementu. Financování, podporu investic a rozvoj cestovního ruchu má na starost Rakouská banka pro hotelnictví a cestovní ruch. (Plzáková a Studnička, 2014, str. 162; B2b Austria, 2022©)

4.2.2 Švýcarská konfederace

Švýcarsko je složeno ze 26 samosprávných celků tzv. kantony. Dříve se jednalo o samostatné státy, ale v roce 1848 byl vytvořen spolkový stát. Celostátní úroveň nemá vytvořené ministerstvo pro oblast cestovního ruchu, veškeré záležitosti týkající se cestovního ruchu spadají pod Státní sekretariát pro ekonomické záležitosti. Koordinaci a posouzení politických záležitostí řeší Poradní komise pro cestovní ruch. Švýcarsko má rovněž svou národní centrálu pro cestovní ruch „Swiss Tourism“, která reprezentuje Švýcarsko v zahraničí a plní marketingovou funkci. Partnerem Swiss Tourism a také přední organizací destinačního managementu ve Švýcarsku je Ovation Switzerland, která je zároveň součástí Ovation Global DMC (Destination Management Company), což je první celosvětově integrovaná společnost sloužící ke správě destinací. Ochranu a podporu zájmů osob podílejících se na cestovním ruchu má na starost Švýcarský svaz cestovního ruchu, který sčítá více než 600 členů, kterými jsou kantony, lokální a regionální organizace destinačního managementu, banky a poskytovatelé služeb. Financování probíhá pomocí státních příspěvků a poplatků plynoucí z členství.

Regionální úroveň Švýcarska tvoří 13 turistických regionů a pro každý region je zvolen ředitel pro cestovní ruch, který je rovněž členem Konference regionálního ředitelství pro cestovní ruch. Legislativní úroveň se v každém kantonu liší. (Plzáková a Studnička, 2014, str. 163; Meetings.myswitzerland.com, 2022©)

4.2.3 Slovenská republika

Slovensko je členěno do osmi samosprávných celků a 21 regionů cestovního ruchu. Za regionální politiku cestovního ruchu odpovídají vyšší územně samosprávné celky. Oblast cestovního ruchu spadá pod Ministerstvo dopravy, výstavby a regionálního rozvoje SR od roku 2010. Ministerstvo spravuje registr krajských a oblastních organizací cestovního ruchu. Slovenská agentúra pre cestovný ruch (SACR) je národní centrálou cestovního ruchu, 90 % financí jí plyne ze státního rozpočtu a zbylých 10 % tvoří členské poplatky a reklamní činnosti. Systém řízení cestovního ruchu na lokální, regionální a národní úrovni byl vytvořen pomocí zákonu č. 91/2010 Sb., o podpoře cestovního ruchu, který vešel v platnost na začátku března 2010. Dále zákon definuje způsob financování cestovního ruchu a kompetence řízení. Model se zakládá na principu PPP neboli *Public-Private Partnership* díky kterému je možné zřídit oblastní organizaci cestovního ruchu nebo krajskou organizaci cestovního ruchu. (Plzáková a Studnička, 2014, str. 163–164)

II. PRAKTICKÁ ČÁST

5 CHARAKTERISTIKA MIKROREGIONU BUCHLOV

Mikroregion Buchlov je svazek 14 obcí, jejichž katastrální území leží na vrchovině Chřibů nacházející se na středovýchodní Moravě. V mikroregionu žije více než 12,5 tisíce obyvatel a jeho plocha zaujímá zhruba 15 500 ha. Území je součástí Zlínského kraje, který spadá do klasifikace Evropské unie NUTS 3 a je rovněž součástí regionu soudržnosti Střední Morava (NUTS 2), kam mimo jiné spadá i Olomoucký kraj. Obce mikroregionu spadají do okresu Uherské Hradiště. Nejvyšším vrcholem mikroregionu je Brdo s nadmořskou výškou 586,7 m n. m. Mikroregion Buchlov vznikl zakladatelskou smlouvou 19. července 1999, za účelem zvýšení atraktivnost tohoto území a rozvoje cestovního ruchu a rozvoje celého území mikroregionu, které může turistům nabídnout přírodní, historické, sociální podmínky a tradice. Cílem svazku je především dlouhodobá prosperita území, prosazování zájmů a názory obyvatel obcí, které odpovídají vývojovým trendům mikroregionu a zachování jeho tradic. (Buchlov.cz 2022©; Buchlovice.cz, 2022©; kr-zlinsky.cz, 2022©)

Obrázek 1 Poloha a členění Mikroregionu Buchlov (Buchlov.cz, 2022©)

Přírodní aspekty zde pokrývají především lesnaté oblasti tvořené převážně z dubo-bukové dřevinné skladby a bukové porosty. Nachází se zde také skalní útvary z paleogenních pískovců, které jsou vhodné pro horolezení, proto jsou Chřiby oblíbené i díky tomuto sportu, jedná se např. o Břesteckou skálu, Barborku, Komínské skály či Osvětimanské

skály. Přírodní park Chřiby je také bohatý na mnoho chráněných druhů rostlin a živočichů, přírodních rezervací, památek a jiných útvarů. Rovněž se zde nachází nespočet historických památek a objektů (hrad Buchlov, zámek Buchlovice, zřícenina hradu Cimburk atd.), které jsou cílem turismu v této oblasti. Přírodním parkem Chřiby protéká i poměrně krátký usek řeky Moravy. Územím mikroregionu prochází několik turistických stezek, a to sice Cyrilometodějská stezka, Naučná stezka Okolo Buchlova, Putování s hřibem Chřibákem a také cyklotras jako je Moravská vinná nebo Cyklostezka sv. Metoděje a mnoho dalších. (Buchlovice.cz, 2022©)

5.1 Obce mikroregionu

Mikroregion Buchlov je složen z 14 přilehlých obcí kterými jsou obce Stupava, Staré Hutě, Velehrad, Salaš, Osvětimany, Hostějov, Buchlovice, Modrá, Břestek, Stříbrnice, Medlovice, Tupesy, Zlechov a Boršice. Základní informace o obcích jako je typ obce, počet obyvatel a rozloha jsou shrnuty v tabulce č.1:

Tabulka 1 Základní údaje o jednotlivých obcích na území mikroregionu Buchlov (ČSÚ, 2022©; vlastní zpracování)

Název obce	Typ obce	Počet obyvatel k 1.1.2021	Rozloha obce (ha)
Boršice	obec	2159	982
Břestek	obec	843	1 415
Buchlovice	městys	2391	3 196
Hostějov	obec	46	94
Medlovice	obec	460	292
Modrá	obec	734	182
Osvětimany	městys	886	1 939
Salaš	obec	414	1 787
Staré Hutě	obec	126	734
Stříbrnice	obec	423	607
Stupava	obec	153	711
Tupesy	obec	1143	583
Velehrad	obec	1153	2 225
Zlechov	obec	1653	652

Z uvedené tabulky vyplývá, že v mikroregionu Buchlov se nachází dva městyse, a to sice Buchlovice a Osvětimany. Svou rozlohou 3 196 ha zaujímají Buchlovice největší území

mikroregionu, zároveň zde žije nejvíce obyvatel, k 1. 1. 2021 zde bylo zapsáno 2 391 osob. Svou rozlohou následuje Velehrad o rozloze 2 225 ha s 1 153 obyvateli. Druhý největší počet obyvatel žije v Boršicích a to sice 2 159 osob.

Pro zajištění rozvoje cestovního ruchu v této oblasti, vznikla Strategie rozvoje turistického ruchu Mikroregionu Buchlov, což se týká např. vodních sportů, turistických stezek a cyklotras, hipoterapie a rozvoj rekreačních aktivit. Cílem strategie je zvýšit propagaci mikroregionu a vytvořit tak nové pracovní příležitosti pro obyvatele Mikroregionu Buchlov. (Buchlovice.cz, 2022©)

5.2 Obyvatelstvo mikroregionu Buchlov

Věková struktura obyvatelstva v mikroregionu Buchlov byla stanovena na základě dat dostupných z veřejné databáze ČSÚ. V přílohách je přiložena tabulka věkové struktury obyvatelstva v jednotlivých obcích mikroregionu Buchlov v letech 2017–2021, ze které byly následně použity data pro výpočet níže uvedené tabulky.

Výchozí rok 2017 byl celkový počet obyvatel mikroregionu 12 614 a do roku 2021 klesl o 30 osob na celkový počet 12 584. Nejmenší zastoupení v mikroregionu má věková skupina 0–14 let. Výchozí rok 2017 byl podíl této věkové skupiny na celkovém počtu obyvatel 14,5 %, následující roky začala mírně narůstat a v roce 2021 tvoří podíl 15,1 %, celkově tak přibylo 73 osob této věkové skupiny. Druhé nejmenší zastoupení má věková skupina 65 let a více, což jsou osoby v postproduktivním věku. Ve výchozím roku 2017 byl jejich podíl na celkovém počtu obyvatel 20,7 %, což je zároveň taky nejmenší podíl za celé sledované období. V roce 2021 se počet seniorů zvýšil o 112 osob a tvoří podíl 21,6 % na celkovém počtu obyvatel za rok 2021. Největší zastoupení v mikroregionu má ekonomicky aktivní skupina obyvatel ve věku 15–64 let. Výchozí rok 2017 tvořila tato skupina podíl na celkovém počtu obyvatel 64,9 %, což je zároveň nejvyšší podíl ve sledovaném období a celkově tak v roce 2017 bylo na území 8 185 osob ve věku od 15 do 64 let. V roce 2021 podíl ekonomicky aktivního obyvatelstva klesl na 63,3 % a počet ekonomicky aktivního obyvatelstva se snížil o 215 osob. Z údajů uvedených v tabulce č. 2 plyne, že obyvatelstvo mikroregionu stárne a ekonomicky aktivního obyvatelstva mírně ubývá.

Tabulka 2 Věková struktura obyvatelstva v mikroregionu Buchlov v letech 2017–2021 (ČSÚ, 2022©; vlastní zpracování)

Rok	Celkový počet obyvatel	Počet osob ve věku			Podíl osob ve věku v %		
		0–14 let	15–64 let	65 a více	0–14 let	15–64 let	65 a více
2017	12614	1824	8185	2605	14,5	64,9	20,7
2018	12604	1819	8133	2652	14,4	64,5	21,0
2019	12568	1825	8053	2690	14,5	64,1	21,4
2020	12599	1884	7985	2730	15,0	63,4	21,7
2021	12584	1897	7970	2717	15,1	63,3	21,6

5.3 Aktéři cestovního ruchu v mikroregionu Buchlov

Na území mikroregionu Buchlov je důležitým aktérem cestovního ruchu Místní akční skupina Buchlov, která je svazkem obcí, založená pro rozvoj cestovního ruchu. Členy MAS Buchlov jsou dobrovolníci z neziskového sektoru, samosprávy a podnikatelů působící na území Mikroregionu Buchlov. Dalším aktérem lze považovat Centrálu cestovního ruchu Východní Moravy. Jedná se o turistický region, který pokrývá území Zlínského kraje. Dále mikroregion Buchlov spolupracuje s Regionem Slovácko, což je sdružení obcí pro rozvoj cestovního ruchu

5.3.1 MAS Buchlov

Na území mikroregionu Buchlov působí **Místní akční skupina (MAS) Buchlov** byla založena dle zákona č. 83/1990 Sb. a navazuje na Iniciativu Společenství určenou pro rozvoj venkova z programu LEADER+. MAS Buchlov usiluje o získání podpory z Programu rozvoje venkova ČR jakožto samostatný subjekt, aby mohl realizovat integrované rozvojové strategie a Strategického plánu Leader, prostřednictvím uzavření smlouvy s Ministerstvem zemědělství ČR na provádění a zajištění administrativních činností jako jsou např. příjem, výběr a kontrola projektů a následná delegace činností na území MAS. MAS Buchlov je tvořen z dobrovolníků, kteří jsou zástupci neziskového sektoru, samosprávy a podnikatelů, kteří působí na území obcí MAS Buchlov a jejich hlavní náplní je výběr a hodnocení dotací, které jsou přidělovány z programu LEADER.

V souladu s občanským zákoníkem (zákon č. 89/2012 Sb.) se jedná o spolek, který dobrovolně sdružuje fyzické a právnické osoby, jejichž účelem je zajistit činnosti dané

skupiny ve prospěch venkova na území MAS. Spolek je zapsán u Krajského soudu v Brně od 1. ledna 2014 pod spisovou značkou L 10424.

MAS Buchlov je situována v západní a severozápadní části okresu Uherské Hradiště. Jedná se o venkovskou oblast, která je osídlena především v podhůří Chřibů a v horských oblastech je osídlení rozptýlené. Dvěma hlavními centry jsou Buchlovice a Velehrad, jejichž turistické zajímavosti přilákají většinu turistů mířící do mikroregionu Buchlov. Pro rozvoj cestovního ruchu, služeb a jiných aktivit jsou na území MAS Buchlov vytvořeny velmi dobré podmínky. Rozvojové strategie MAS Buchlov mají za cíl dosáhnout hospodářského růstu a růstu kvality života obyvatel mikroregionu pomocí rozvoje veřejných služeb, zlepšení kvalit infrastruktury a životního prostředí, všeobecného rozvoje lidských zdrojů, prohlubování sociální integrace a vytvořený nových ekonomických aktivit, které napomůžou k tvorbě nových pracovních míst. (Integrovaná strategie území MAS Buchlov pro období 2014–2020, 2022©, str. 7–9)

Členové MAS Buchlov jsou rozdělení do pěti zájmových skupin:

1. **Místní samospráva a příspěvkové organizace**
2. **Spolky a FO nepodnikající**
3. **PO, FO – služby v cestovním ruchu**
4. **PO, FO – zemědělství**
5. **Ostatní podnikající FO a PO** (MAS Buchlov, 2022©)

5.3.2 Centrála cestovního ruchu Východní Moravy o. p. s.

Centrála cestovního ruchu Východní Moravy, o. p. s. byla založena v roce 2007 Zlínským krajem za účelem ekonomického rozvoje kraje a zaměstnanosti, zvýšení návštěvnosti kraje v turistických oblastech a vytvořit síť partnerů v oblasti cestovního ruchu. Jedná se o nestátní neziskovou organizaci, která má správní statut obecně prospěšné společnosti. Mezi její hlavní úkoly patří koordinace rozvoje, propagace a prezentace cestovního ruchu v turistickém regionu Východní Morava, který pokrývá území Zlínského kraje. Cílem centrály je využít potenciál cestovního ruchu v regionu Východní Morava. Mezi činnosti centrály patří také vyslyšení potřeb a možností poskytovatelů cestovního ruchu na území regionu, jedná se např. o hoteliéry, restauratéry či provozovatele muzeí, areálů či pořadatelů veřejných akcí. Dále se centrála zaměřuje na komunikaci s veřejností, která zohledňuje aktuální trendy, využívá marketingových nástrojů, klade také důraz na využití

komunikačních prostředků jako jsou webové stránky a sociální sítě (Instagram, Facebook). (Centrála cestovního ruchu Východní Moravy o. p. s., 2022©)

5.3.3 Region Slovácko

Region Slovácko je sdružení obcí pro rozvoj cestovního ruchu, které bylo založeno zakladatelskou smlouvou. Zakladateli sdružení jsou Město Uherské Hradiště, Město Staré Město, Město Uherský Ostroh, Město Hluk, Obec Buchlovice, Obec Velehrad a Okresní ou komorou. Jejich hlavní činností je rozvoj cestovního ruchu ve vztahu k celkového rozvoji regionu. Region Slovácko nabízí spolupráci, která napomůže rozvíjet aktivity veřejného, soukromého i neziskového sektoru pod vlivnou marketingovou značkou Slovácko. Region Slovácko využívá komunikační prostředky jako jsou sociální sítě a webové stránky. Rovněž nabízí školení v oblasti cestovního ruchu a spolupráci s aktéry v zájmové oblasti. Zaměřuje se na cílové trhy a podporuje cestovního ruch na všech jeho úrovních (regionální, národní a mezinárodní). Dne 22. 6. 2021 získal Region Slovácko certifikát „Kategorizace organizací destinačního managementu“ v kategorii Oblastní organizace destinačního managementu. Region Slovácko spolupracuje s Turistickou asociací Slovácko, jejímž cílem je spolupráce při rozvoji cestovního ruchu turistické oblasti Slovácko. (Slovacko.cz, 2022©)

5.4 Strategické dokumenty

Strategický plán LEADER 2007-2013

Součástí Rozvojové strategie Mikroregionu Buchlov pro potřeby místní akční skupiny je analýza potřeb, ze které vychází i Strategický plán LEADER na období 2007-2013 (SPL). SPL se účastnili všechny cílové skupiny, které zastupují členové MAS Buchlov. Na základě připomínek byl zpracován Katalog investičních záměrů. Výstupem SPL jsou jednotlivé fiche, které se navzájem propojují. SPL zpracoval Programový výbor MAS Mikroregionu Buchlov a nezávislý facilitátor. V rámci SPL byla provedena analýza území, SWOT analýza a byla sestavena strategie, ve které jsou popsány jednotlivé priority a cíle. (Strategický plán LEADER 2007-2013, 2022©, str. 3-5)

Strategická část SPL definuje tyto priority a k nim stanovené cíle, následně jsou k jednotlivým prioritám přiřazeny FISHE:

1. ***Podpora tradičních řemesel a regionální produkce***

- ***Cíl**: Obnova a zachování tradičních řemesel a tvorba pracovních příležitostí; Využití výhod místního prostředí území MAS mikroregionu Buchlov k posílení konkurenceschopnosti regionu; Zvýšení kvality nabízených služeb v oblasti tradičních řemesel jak pro místní obyvatele, tak pro návštěvníky regionu*
- ***FISHE**: Buchlovsko – Slovácká tradiční řemesla; Regionální produkce na Buchlovsku; Podpora zemědělské činnosti na Buchlovsku*

2. ***Cestovní ruch***

- ***Cíl**: Prodloužení pobytu návštěvníků v Buchlovském regionu; Zkvalitnění poskytovaných služeb v oblasti cestovního ruchu; Využití památek, kulturního a přírodního bohatství k podpoře cestovního ruchu; Zvýšení potenciálu a atraktivity území MAS mikroregionu Buchlov pro turisty a návštěvníky*
- ***FISHE**: Vítejte na Buchlovsku; Lidé a kultura na Buchovsku; Stezky a rozhledny na Buchlovsku*

3. ***Obnova a rozvoj obcí***

- ***Cíl**: Zajištění trvale udržitelného života na Buchlovsku podporou rozvoje služeb pro obyvatele; Zkvalitnění životního prostředí pro obyvatele prostřednictvím vzhledu obcí; Podpora rozvoje občanské společnosti v obcích MAS Mikroregionu Buchlov; Zatraktivnění prostředí pro návštěvníky regionu*
- ***FISHE**: Lidé a život na Buchlovsku; Lidé a prostředí na Buchlovsku* (Strategický plán LEADER 2007–2013, 2022©, str. 19–26)

Integrovaná strategie území MAS Buchlov pro období 2014–2020

Jedná se o střednědobou strategii, která vychází ze záměrů dlouhodobého udržitelného rozvoje řešeného území. Jedná se o podporu subjektů, záměrů a zdrojů působící na daném území. Integrovaná strategie území (dále ISÚ) je také součástí Strategie komunitně vedeného místního rozvoje (SCLLD) a zaměřuje se na subregionální území vymezené obcemi, které spadají do MAS Buchlov. ISÚ je rozdělena tři části, a to sice na Základní rámec fungování MAS, Analytická část – popis řešeného území a Strategická část – nastavení rozvoje území a způsobů naplňování rozvoje. (Integrovaná strategie území MAS Buchlov pro období 2014-2020, 2022©, str. 4-5)

Dlouhodobou vizí pro rozvoj území na základě ISÚ je: „*přívětivý venkovský prostor, přírodní a kulturní potenciál, kvalitní a stabilizované životní prostředí, rozvíjející se*

cestovní ruch, území s dostatečnou nabídkou pracovních míst, území s bohatým a kvalitním zázemím pro život".

Na základě analytické části byly stanoveny cíle a jejich prioritizace. Bylo navrženo 6 prioritních os ke kterým následně byly přiřazeny opatření, konkrétní cíl a klíčové aktivity potřebné k jejich dosažení. Jedná se o tyto prioritní osy a jejich jednotlivá opatření:

1. ***Podpora zemědělství a životního prostředí***
   - *1.1. Inovace v zemědělství a lesnictví*
   - *1.2. Rozvoj a péče o krajinu ve prospěch životního prostředí*
2. ***Zachování kulturního dědictví***
   - *2.1. Obnova památek a charakteristických prvků kulturního dědictví*
   - *2.2. Budování identity regionu*
3. ***Rozvoj cestovního ruchu***
   - *3.1. Podpora cestovního ruchu a rekreace*
   - *3.2. Marketing a propagace regionu*
   - *3.3. Rozvoj infrastruktury cestovního ruchu*
4. ***Podpora podnikání a tvorby pracovních míst***
   - *4.1. Podpora vzdělávání – zvyšování šancí na trhu práce*
   - *4.2. Podpora zaměstnanosti, malého a středního podnikání*
   - *4.3. Podpora regionálních a tradičních výrobců a spolupráce podnikatelů s veřejným i neziskovým sektorem*
5. ***Zlepšení infrastruktury v obcích včetně volnočasových aktivit***
   - *5.1. Obnova a zkvalitnění infrastruktury a veřejných prostranství*
   - *5.2. Kvalitní a dostupné bydlení*
   - *5.3. Zkvalitnění života na venkově a rozvoj občanské společnosti (veřejná vybavenost)*
6. ***Rozvoj veřejných služeb***
   - *6.1. Vytváření sítí vzájemné podpory a spolupráce, integrace a kooperace*

6.2. Aktivní veřejná správa

6.3. Podpora činností MAS (Integrovaná strategie území MAS Buchlov pro období 2014-2020, 2022©, str. 99-110)

Strategie komunitně vedeného místního rozvoje MAS BUCHLOV, z. s. na období 2021-2027

Koncepční část Strategie komunitně vedeného místního rozvoje (SCLLD), byla schválena Ministerstvem pro místní rozvoj dne 15. 10. 2021. Strategie byla zpracována kanceláří MAS BUCHLOV ve spolupráci s členy MAS BUCHLOV a dalšími aktéry. SCLLD je rozdělena do tří částí, a to sice na analytickou část, zde byla zpracována analýza rozvojových potřeb a rozvojového potenciálu území působnosti MAS BUCHLOV; strategickou část, zde je stanoven strategický rámec, vize, strategické cíle a specifické cíle; implementační část, která popisuje řízení včetně řídíc a realizační struktury MAS BUCHLOV, popis animačních aktivit, popis spolupráce mezi MAS BUCHLOV na národní a mezinárodní úrovni a přeshraniční spolupráce a popis monitoringu a evaluace strategie. (Strategie komunitně vedeného místního rozvoje MAS BUCHLOV, z. s. na období 2021-2027, 2022©, str. 8)

Dlouhodobá vize SCLLD je, že území MAS BUCHLOV by mělo být v období 2021-2027 *„přívětivým venkovským a partnerským prostředím využívajícím svůj přírodní i kulturní potenciál, mikroregionem s kvalitním a stabilizovaným životním prostředím a rozvíjejícím se cestovním ruchem. A dále územím s dostatečnou nabídkou pracovních míst a kvalitním zázemím pro život, s důrazem na výchovu nové generace a péči o seniory“.* (Strategie komunitně vedeného místního rozvoje MAS BUCHLOV, z. s. na období 2021–2027, 2022©, str. 15)

Na období 2021–2027 bylo stanoveno šest strategických cílů, které navazují na šest oblastí rozvoje. Ke každému cíli je stanoven indikátor, který zachytí celkové dopady a výsledky plánovaných aktivit. Strategickými cíli jsou:

1. ***Kvalitní a stabilizované životní prostředí***
   - *Specifické cíle: Zlepšení kvality životního prostředí*
   - *Indikátor: Počet lokalit, kde byly posíleny ekosystémové funkce krajiny*
2. ***Podpora cestovního ruchu***
   - *Specifické cíle: Podpora rozvoje šetrného cestovního ruchu*

- *Indikátor: Počet parkovišť a odstavných ploch*

3. Zkvalitnění a rozšíření infrastruktury v obcích

- *Specifické cíle: Zlepšení dopravní infrastruktury; Rozvoj bytového a domovního fondu; Zkvalitnění a rozšíření infrastruktury a vybavenosti obcí; Rekonstrukce a výstavba zázemí pro spolkovou činnost a volnočasové aktivity*
- *Indikátor: Počet vybudovaných a rekonstruovaných pěších komunikací*

4. Zlepšení podmínek pro rodinný, společenský a komunitní život

- *Specifické cíle: Podpora spolkových a volnočasových aktivit; Rozvoj sociálních služeb a sociální péče; Zlepšení podmínek pro rodinný život*
- *Indikátor: Počet realizovaných projektů na podporu společenského a komunitního života*

5. Podpora podnikání, konkurenceschopnosti, vzdělávání a zaměstnanost

- *Specifické cíle: Podpora podnikání a konkurenceschopnosti; Rozvoj celoživotního vzdělávání; Podpora zaměstnanosti; Posílení spolupráce a partnerství*
- *Indikátor: Počet podpořených podniků*

6. Podpora IT a chytrá řešení v území

- *Specifické cíle: Zavádění chytrých řešení v území*
- *Indikátor: Počet realizovaných projektů zaměřených na podporu IT a chytrá řešení v území* (Strategie komunitně vedeného místního rozvoje MAS BUCHLOV, z. s. na období 2021-2027, 2022©, str. 15-21)

6 CHARAKTERISTIKA PŘÍRODNÍCH, KULTURNÍCH, SPOLEČENSKÝCH A REALIZAČNÍCH PŘEDPOKLADŮ

Území mikroregionu Buchlov splňuje veškeré předpoklady pro rozvoj cestovního ruchu a rekreaci. Mikroregion leží na území přírodního parku Chřiby což mu přidává na jeho atraktivitě. Dále splňuje předpoklad pro udržitelný cestovní ruch, díky dodržování místních tradic a hospodaření. Dle klasifikace Marketingové oblasti ČCCR spadá Mikroregion Buchlov do oblasti jižní Morava a částečně zasahuje do střední Moravy. V dopravě je klíčová silniční doprava, a to hlavně silnice I/50 vedoucí Jihomoravským a Zlínským krajem a I/55, která propojuje Olomoucký, Zlínský a Jihomoravský kraj. Dále také železniční trať s nástupním místem ve Starém Městě. Hlavním centrem využívaným k rekreaci jsou obce Velehrad, Buchlovice a Modrá. (Integrovaná strategie území MAS Buchlov pro období 2014-2020, 2022©, str. 51)

6.1 Přírodní předpoklady cestovního ruchu v Mikroregionu Buchlov

Mikroregion Buchlov se nachází v západní části Zlínského kraje a spadá do okresu Uherské Hradiště. Území mikroregionu se nachází v provincii Západní Karpaty. Na většině území mikroregionu se rozléhá pohoří Chřiby, jehož hřbety mají různé tvary reliéfu a nachází se zde mnoho skalních útvarů. Jedná se o zalesněnou členitou vrchovinu s poměrně mladým erozním reliéfem. Celková rozloha Chřibů je 335 km^2 a je tvořeno dvěma hřbety od severovýchodu k jihozápadu. Na jihozápadní části je od sebe dělí tok říčky Kyjovky. Chřiby dosahují střední nadmořské výšky 345,6 m a jejich nejvyšším vrcholem je Brdo se svou nadmořskou výškou 589 m a zároveň je také nejvyšším vrcholem severozápadního hřbetu. Na jihovýchodním hřbetu je nejvyšším vrcholem Ocásek, který dosahuje nadmořské výšky 555 m. Pásmo Chřibů prochází středem Moravy a odděluje roviny na severu Hané od jihu Slovácka. Chřiby představují pro region přírodního hodnotu a jsou pro region charakteristické, proto byly dne 25. 4. 2000 prohlášeny za **Přírodní park Chřiby**, díky kterému lze chránit hodnotu a vzhled krajiny a zajistit zdravé životního prostředí. (Integrovaná strategie území MAS Buchlov pro období 2014-2020, 2022©, str. 28)

V mikroregionu se nachází několik přírodních památek a rezervací, kvůli vzácnému výskytu fauny a flóry. V městysu Buchlovice se nachází přírodní rezervace Holý Kopec, kde se nachází mnoho druhů chráněných a ohrožených rostlin. Dále zde žijí různé druhy brouků, ohrožené druhy ptáků. Nachází se zde také přírodní památky jako je Maršava,

Makovica a Barborka. V obci Břestek se nachází přírodní památka Břestecká skála, což je pískovcová skála se slepenci. V obci Salaš se nachází přírodní památka Nazaret, Máchova dolina a Salašské pěnovce. Dále se zde nachází přírodní rezervace Smutný žleb. Ve Stříbrnicích se nachází přírodní památka Hříštěk, což je útočiště ohrožených druhů motýlů ale i vzácných rostlin. V Medlovicích se nachází přírodní památka Medlovický lom, kde se vyskytuje porcelanit. V Osvětimanech najdeme přírodní památku Ježovský lom tvořený z pískovce. Na území mikroregionu se také nachází několik pitných studánek, chráněných památných stromů, vodních nádrží, rybníků, potoků a říček.

V městysu Buchlovice v **Sirovodíkových lázních Smraďavka** se využívá minerální sirovodíková voda, která se používá na léčbu kožních onemocnění a revmatismu. Minerální voda vyvěrá na západě v údolí v těsné blízkosti lázní cca 50 m, které se nachází v nadmořské výšce 240 m. Jedná se o sirnou vodu, která je hydrouhličitanosodná, studená a hypotonická dle normy ČSN 868000. (Městys Buchlovice, 2022©)

6.2 Kulturní předpoklady cestovního ruchu v Mikroregionu Buchlov

Na území mikroregionu Buchlov se nachází několik kulturních památek a atraktivit živé kultury. Mikroregion Buchlov jakožto součást regionu Slovácko je spjat především s tradičními řemesly a folklorem.

Historicko-sakrální památky

Na území všech obcí mikroregionu Buchlov můžeme nalézt historicko-sakrální památky, které jsou spjaty s náboženstvím či místní historií. Ve obcích nalezneme sochy světců, kamenné kříže, kapličky, zvonice a pomníky. Nejvýznamnější památka je však cisterciánský klášter na Velehradě spolu s Bazilikou Nanebevzetí Panny Marie. Součástí areálu kláštera je také Velehradský dům svatého Cyrila a Metoděje. Vzhledem ke své náboženské historii vítá Velehrad celoročně poutníky z celé Evropy. Mimo jiné se z Velehradu pořádají poutní cesty na Svatý Hostýn nebo Poutní cesta Růžence. Dalšími významnými památkami jsou také Kaple sv. Barbory na Buchlově, kaple a kostel sv. Prokopa ve Stříbrnicích, dřevěná zvonice na Salaši, Kostel sv. Václava v Boršicích, kostel sv. Havla v Osvětimanech či kostel sv. Klimenta na Stupavě.

Historicko-kulturní památky

V Buchlovicích se nachází několik významných památek mikroregionu. Státní hrad Buchlov patří k nejstarším středověkým hradům Moravy a nachází se na jednom z vrcholů

Chřibů nedaleko Kaple sv. Barbory. Součástí hradu je také expozice interiéru, přírodovědecká sbírka a knihovna. Další významnou památkou je zámecký areál a zahrady Státního zámku Buchlovice, jedná se o významné barokní sídlo České republiky. V zámeckém parku se nachází významná flóra, záchranná stanice zvířat a každoročně se zde pořádají výstavy fuchsií, které jsou zároveň symbolem zámku. V zámeckém areálu se nachází až 1 200 druhů fuchsií. (Mikroregion Buchlov, 2022©)

Další významné památky se nachází na území obce Modrá, a to především díky archeologickým nálezům. Důležitou památkou jsou zde pozůstatky kostelíka z 8. – 9. století, jedná se o národní památku, jelikož je to nejstarší kamenná křesťanská stavba ve střední Evropě. Kostelík je součástí slovanského archeoskanzenu, který se nachází na území velkomoravského sídliště z doby Velké Moravy. Archeoskanzen je komplex 30 staveb jako např. strážní věž, kostel nebo škola písemnictví. (Mikroregion Buchlov, 2022©)

Na území Osvětiman, byly nalezeny archeologické nálezy z doby Velké Moravy. Významným nálezem je Osvětimanské hradisko svatého Klimenta, které je spojováno s byzantskou misí Cyrila a Metoděje. Na území hradiska se nachází pozůstatky velkomoravského kostelíka. (Buchlov.cz, 2022©)

Muzea a expozice

V obci Boršice se nachází **Vzpomínkové muzeum Stanislava Mikuly v Boršicích**, které bylo vystavěno v jeho rodném domě jakožto památka na významného rodáka, který se stal válečným letcem královského letectva Royal Air Force. (Mikroregion Buchlov, 2022©)

Mezi další turistické zajímavosti patří také sladkovodní a botanický expozice – **Živá voda** v obci Modrá. Expozice nabízí seznámení s podvodním světem řeky Moravy a součástí je i venkovní areál s různými druhy rostlin a dřevin. Nachází se zde také přírodní koupací biotop a zájemci mohou navštívit i potápěčské exhibice. Dominantou expozice je podvodní tunel ve sladké vodě v přírodě v hloubce 3,5 metru pod vodní hladinou, je dlouhý 8 metrů a 2 m široký. Návštěvníci zde mohou pozorovat různé druhy sladkovodních ryb v jejich přirozeném prostředí. Součástí areálu Živé vody je také Pratuří stezka, která je tvořena dřevěnou lávkou okolo výběhu praturů. (Živá voda Modrá, 2022©; Skanzen Modrá, 2022©)

V obci Modrá také nalezneme **Terárium Modrá**, kde se nachází největší terarijní expozice na Moravě exotických zvířat. Terárium nabízí komentované prohlídky pro veřejnost i školní skupiny nebo pracovní teambuildingy. (Skanzen Modrá, 2022©)

Dalšími zajímavými muzei je **Muzeum sklářství ve Stupavě** nabízí expozici „Po stopách Chřibských sklářů“, kde si lze prohlédnout archivní materiály, fotografie či sbírkové předměty ze skláren ve Starých Hutích, Koryčanech, Salaši a Stupavě. V Tupesech se nachází **Muzeum tupeské keramiky**, které vystavuje dobovou expozici tradiční tupeské keramiky, která je typická svými barevnými květinovými vzory, součástí muzea je také prodejna keramiky a návštěvníci mají možnost vyzkoušet si vlastní výrobu keramiky. (Slovácko, 2022©; Tupesy, 2022©)

V Buchlovicích se nachází **Muzeum Podhradí**, které nabízí k prohlédnutí expozici věnovanou obcím mikroregionu Buchlov a jeho partnerským obcím. Dále je součástí muzea Galerie Na Půdě, kde se konají výstavy a expozice členských obcí mikroregionu. Na Lesní Správě v Buchlovicích lze navštívit také **Muzeum lesnictví a myslivosti Buchlov**. (Městys Buchlovice, 2022©)

Naučné stezky

Na území obcí se nachází také několik naučných stezek spjatých s historií obce. V Buchlovicích nalezneme Naučnou stezku Okolo Buchlova. V Boršicích se mohou návštěvníci dozvědět o životě lovců mamutů na 1 km dlouhé Naučné stezce Po stopách lovců mamutů. Na Modré se nachází tři naučné stezky, a to sice Fauna a flóra Chřibů, Naučná stezka Modřansko a Stezka porozumění. V Tupesech vede Naučná stezka keramiky kolem místních keramický dílen. (Mikroregion Buchlov, 2022©; Tupesy, 2022©)

Ostatní

V Buchlovicích bylo zřízeno **Československé kulturní centrum Buchlovice** v prostorách bývalé základní školy. Centrum nabízí vzdělávací a kulturní služby pro studenty, učitele, badatele a širokou veřejnost. (Mikroregion Buchlov, 2022©)

V obci Modrá mohou návštěvníci zavítat do **Centrum slováckých tradic**, jde jim jsou představena řemesla jako pálení ovoce či historie vinařství. K zakoupení jsou také regionální produkty a součástí centra je i kavárna. (Mikroregion Buchlov, 2022©)

Ocenění v oblasti kultury

V roce 2004 se **Archeoskanzen Modrá** stal vítězem soutěže o Zlatou cihlu obnovy venkova Zlínského kraje. Dále získala Zlatou stuhu jakožto regionální a krajský vítěz v soutěži Vesnice roku v Programu obnovy venkova v roce 1995 a 2005. V roce 1996 získala Zelenou stuhu za péči o zeleň a poté v roce 1998 a 2003 získala Bílou stuhu za práci s mládeží. V roce 2002 získali **Osvětimany** bílou stuhu v soutěži Vesnice roku za výchovu mládeže k úctě k tradicím a v roce 2003 získali Modrou stuhu za společenský život v obci. (Mikroregion Buchlov, 2022©)

V žebříčku nejnavštěvovanější místa v ČR za rok 2020 bylo zastoupeno několik památek na území Mikroregionu Buchlov. Na čtvrtém místě se umístila Bazilika Velehrad, na šestém místě Živá voda Modrá, na osmém místě Státní zámek Buchlovice a na desátém místě Archeoskanzen Modrá. (CzechTourism, 2021)

6.3 Společenské předpoklady cestovního ruchu v Mikroregionu Buchlov

Významným turistickým cílem jsou kulturní a společenské akce, které mohou motivovat turisty k návštěvě mikroregionu. Jelikož má v mikroregionu významnou historii folklór, ve většině obcích jsou založeny folklórní soubory jak pro děti, tak dospělé. Dodržují se zde i tradiční kulturní akce spojené s folklórem jako jsou slovácké hody s právem, fašank, jarmarky, stavění a kácení máje, poutě, vinobraní ale také hudební koncerty. V Buchlovicích se konají dvě významné akce, a to sice Buchlovské hudební léto a Festival česneku. V mikroregionu se nachází i několik tradičních spolků jako jsou hasiči, myslivci, včelaři, fotbalisté či zahrádkáři. Dále také spolky jako klub maminek, pěvecký sbor, požární sport či kynologický klub. Nachází se zde i významné spolky jako je Český Junák – svaz skautů a skautek ČR, Mykologický klub či Červený kříž. Činnost spolků má významný vliv na život v obcích. (Integrovaná strategie území MAS Buchlov pro období 2014-2020, 2022©, str. 47)

Na území mikroregionu lze provozovat turisticko-sportovní aktivity jako je pěší turistika, cykloturistika či vodní sporty. Mezi specifické formy cestovního ruchu na území celého regionu patří chalupaření/chataření a zahrádkaření. (Integrovaná strategie území MAS Buchlov pro období 2014-2020, str. 43–45)

V mikroregionu Buchlov se nachází také sportovní kluby jako Sportovní střelecký klub Buchlovice, Šachový oddíl Boršice, Kynologický klub Břestek, TJ Velehrad, fotbalový

klub TJ Buchlovice, SK Boršice, TJ Osvětimany, TJ Tupesy a SK Zlechov. V mikroregionu chybí více sportovišť, které se nachází spíše ve větších městech jako jsou Buchlovice, zde se nachází Hala Cihelna. V některých obcích chybí dětská hřiště a aktivity pro děti. V mikroregionu se také nenachází žádné veřejné koupaliště, většinou je pouze bazén součástí ubytovacích zařízeních.

Na území mikroregionu lze dále provozovat tyto aktivity:

- *Lázeňství* – Lázně Smraďavka,
- *Koupání a vodní sporty* – přírodní koupání (Buchlovice – Smraďavka – vodní nádrž nad Sovínem; Březina – Osvětimany; nádrže a rybníky v obcích), bazény v kempech, biotop v obci Modrá,
- *Pěší turistika* – značené turistické stezky Klubem českých turistů, naučné stezky, přírodní podmínky pro pěší turistiku,
- *Cykloturistika* – síť lesních cest možných pro cykloturistiku, síť značených cyklotras (Moravská vinná, Velkomoravská poutní cesta), přírodní podmínky pro cykloturistiku,
- *Rybaření* – rybářské revíry v obcích Modrá, Salaš, Smraďavka, rybolov ve vodních nádržích,
- *Myslivost* – podmínky pro lovení zvěře, poplatkové odlovy,
- *Houbaření* – vhodné podmínky pro houbaření, Mykologický klub Salaš,
- *Jezdectví a hippoturistika* – potenciál pro rozvoj jezdectví a hippoturistiky, farmy poskytující možnost aktivit jako je vyjížďka na koních, jezdecký výcvik, vyjížďka kočárem, např. Ranč Nevada,
- *Agroturistika* – ojedinělá možnost pouze v rámci pobytu na koňské farmě, podmínky pro rozvoj agroturistiky (vinařská agroturistika, pobyty na statku) např. Halda Boršice,
- *Zimní sporty* – vhodné podmínky pro zimní sporty jako je běžkaření, sjezdové lyžování např. Lyžařské středisko Stupava, Ski Park Osvětimany,
- *Balonové létání* – Balon Centrum Břestek,
- *Lanové centrum* – Boršice,

- *Kynologický hlub* – Zlechov,
- *Doplňkové sporty a aktivity* – sportovní a dětská hřiště v obcích. (Integrovaná strategie území MAS Buchlov pro období 2014-2020, str. 52-53)

6.4 Realizační předpoklady cestovního ruchu v Mikroregionu Buchlov

Realizační předpoklady cestovního ruchu umožňují účastníkům cestovního ruchu realizovat účast na cestovním ruchu na území, které splňuje jimi daná kritéria. Návštěvníkům by mělo být umožněno dopravit se do cílové destinace za nejkratší možnou dobu a následně by zde měla být možnost ubytování a stravovacích zařízení.

6.4.1 Dopravní infrastruktura

Silniční doprava

Hlavní páteřní komunikací je silnice I/50 (Buchlovice – Uherské Hradiště – Uherský Brod – Bánov – Starý Hrozenkov), která zajišťuje tranzitní dopravu směrem východ – západ. Vzhledem k hornatému terénu ve středu území nelze propojit všechny sídla vzájemně. Obce, které se nachází v horském údolí se napojují slepými silnicemi na významnější komunikace. Obce, které se nachází v rovinatém terénu jsou propojeny sítí státních silnic. Mikroregionem Buchlov vede několik silnic I., II. i III. třídy, které zároveň vedou napříč okresem Uherské Hradiště:

- I/50 – Buchlovice – Uherské Hradiště – Uherský Brod – Bánov – Starý Hrozenkov (60,104 km);
- I/50H – Zlechov – Staré město, Kunovice – Podolí – Veletiny (2,814 km);
- II/422 – Zlechov – Boršice – Medlovice – Osvětimany – Ježov (13,744 km);
- II/426 – Medlovice – Újezdec (2,595 km);
- III/05012 – Staré Hutě – příjezdná (1,462 km);
- III/05018 – Buchlovice – Zlechov – Staré Město (5,670 km);
- III/4221 – Velehrad – Salaš (6,269 km);
- III/4222 – Tupesy – Břestek – Buchlovice (3,911 km);
- III/42821 – Modrá – Velehrad – Tupesy – Zlechov (5,232 km);
- III/42826 – Bunč – Modrá – Staré Město (14,950 km);

- a další silnice. (Ředitelství silnic Zlínského kraje, 2022©; (Integrovaná strategie území MAS Buchlov pro období 2014–2020, str. 25–26)

Velký přínos pro cestovní ruch v mikroregionu Buchlov má také výstavba nových úseků dálnice D55, která propojí sídelní oblasti střední, jihovýchodní a jižní Moravy. Dálnice spojí Olomouc s Přerovem, Hulínem a Otrokovicemi, a pomocí silnice I/49 se napojí také krajské město Zlín. V budoucnu se D55 napojí přes úseky Uherské Hradiště, Bzenec a Hodonín na dálnici D2 u Břeclavi. Předpokládané dokončení stavby a uvedení dálnice do provozu je v roce 2026. (Ředitelství silnic a dálnic ČR, 2022©)

Autobusová a železniční doprava

V mikroregionu Buchlov se v každé obci nachází minimálně jedna autobusová zastávka. V Buchlovicích se nachází 8 autobusových zastávek a na Velehradě je celkem 7 zastávek. Mezi hlavní dopravce patří ČSAD BUS Uherské Hradiště a. s. a ARRIVA autobusy a. s. Konečná zastávka většiny spojů je na autobusovém nádraží v Uherském Hradišti, kde lze navázat přímými spoji do okolních měst a také do okresního města Zlín. O víkendu i během letních prázdnin chybí především spoje v pozdějších večerních hodinách. Pokud by návštěvníci chtěli navštívit některé z kulturních akcí, které se konají o víkendu ve večerních hodinách, musí spíše využít individuální dopravu nebo využít ubytovacích zařízení v obci. Dále lze autobusovou dopravou navázat na železniční dopravu ve Starém Městě, kde se nachází nejbližší železniční spojení.

Cyklotrasy, cyklostezky a pěší stezky

U cyklostezek napříč mikroregionu Buchlov chybí propojení a návaznost, hlavním problémem je také to, že většina cyklotras vede na státních silnicích, místních a účelových komunikacích, což není vyhovující především z důvodu bezpečnosti. Rozvoj cyklotras je obtížnější především kvůli hornatému terénu, avšak tyto náročné podmínky mohou být vhodné pro různá odvětví cykloturistiky. V obci Hostějov se nenachází žádná cyklotrasa. Přesto se napříč mikroregionem nachází hned několik cyklotras, které vedou do okolních měst nebo také dálkových cyklotras přesahující hranice Zlínského kraje. Mezi hlavní cyklotrasy patří dálková cyklotrasa Moravská vinná stezka a Velkomoravská poutní cesta, která spojuje většinu obcí mikroregionu. Další významnou dálkovou cyklotrasou je tzv. Těšanka (č. 473), která vede z Otrokovic do Rajhradic. Dále mikroregionem prochází cyklotrasy jako např.:

- Cyklotrasa č. 5013 – Prostějov – Uherské Hradiště,

- Cyklotrasa č. 5018 – Roštín – Modrá,
- Cyklotrasa č. 5019 – Nad Chvalnovem – Modrá,
- Cyklotrasa č. 5050 – Staré Město – Nedakonice,
- a další trasy. (Integrovaná strategie území MAS Buchlov pro období 2014–2020, str. 24)

Velkomoravská poutní cesta je dlouhá cca 59 km a vede z Uherského Hradiště přes Cimburk a Buchlovice zpět do Uherského Hradiště, během které můžete navštívit Archeoskanzen Modrá, expozici Živá voda, poutní místo Velehrad, zříceninu hradu Cimburk v Koryčanech a poté přes Osvětimany do Buchlovic kolem lázní Smraďavka a zámeckého areálu. (Slovácko, 2022©)

Jelikož mikroregion Buchlov leží na území přírodního parku Chřiby, napříč obcemi vede hned několik turisticky značených pěších tras. Turistické trasy jsou spravovány a pravidelně udržovány Klubem českých turistů (KČT), který vytváří síť pěších značených tras po celé České republice, které patří mezi nejlepší v Evropě. Mezi významné turistické trasy patří červeně značená Cyrilometodějská stezka vedoucí po stopách slovanské historie, která prochází katastrem obcí Buchlovice, Hostějov, Modrá, Osvětimany a Velehrad. Další turistické trasy vedou k turisticky atraktivním cílům, jako je hrad Buchlov, Kaple sv. Barbory, Buchlovský kámen, Rozhledna Salaš, Břestecká skála atd. Další významnou trasou je poutní trasa Velehrad – Svatý Hostýn, která je dlouhá cca 60 km. Poutní cesta dále navazuje na evropské poutní trasy. Ze Starého Města vede na Velehrad Poutní cesta Růžence, která je dlouhá zhruba 4 km. (Integrovaná strategie území MAS Buchlov pro období 2014-2020, str. 24-25)

Letecká doprava

Letecká doprava se v mikroregionu nenachází a nejbližší letiště se nachází v Brně. Z Buchlovic do Brna se lze dopravit přímou autobusovou dopravou dopravit (cca 70 min) a dále lze na letiště využít městskou hromadnou dopravu s 2 až 3 přestupy, které zaberou 30–40 min. Méně času zabere železniční doprava ze Starého Města do Brna na hlavní nádraží (cca 120 min) a dále lze navázat na městskou hromadnou dopravu (přímý spoj cca 20 min). Cesta individuální dopravou trvá z Buchlovic do Brna na letiště cca 50 min, což je v porovnání s ostatními způsoby dopravy nejlepší možnost.

6.4.2 Infrastruktura služeb

Do infrastruktury služeb spadá především ubytovací zařízení, možnost stravování, síť informačních center a také služby občanské vybavenosti jako např. pobočka pošty, bankomat, smíšené zboží, lékárna či lékařské zařízení.

Ubytovací zařízení

Největší koncentrace ubytovacích zařízení je v městysu Buchlovice, turistické informační centrum uvádí celkem 13 různých ubytovacích zařízení, které lze aktuálně využít. Je zde možnost ubytovat se ve tříhvězdičkových hotelech, nebo lze využít ubytování v penzionech. Buchlovice nabízí také možnost ubytování v rekreačním středisku Dopravák, kde je možnost se ubytovat v chatkách či v budově areálu. Na základě hodnocení návštěvníků na Google.com je středisko spíše v zastaralém stavu a je třeba jej zrekonstruovat, čemuž odpovídají i nižší ceny, mimo jiné střediska nabízí možnost využít sportovní a dětská hřiště. Střediska jsou využívány také pro dětské tábory a školy v přírodě. Nachází se zde také Autokemp Buchlovice Smraďavka, kde se lze ubytovat v chatkách nebo lze využít vlastní stan, karavan nebo obytné vozy. Dle hodnocení na Google.com je autokemp ve špatném stavu a potřebuje rekonstrukci, špatně je hodnocena také čistota kuchyňky, WC a koupelen nebo nemožnost platby platební kartou. Blízko Lázní Leopoldov se mohou hosté ubytovat v soukromých chatách. (Městys Buchlovice, 2022©, Google.com, 2022©)

V Buchlovicích se lze ubytovat ve třech hotelech, které jsou klasifikovány jako tříhvězdičkové a odpovídají tak třídě standard. Hotel Buchlovice se nachází v samotném centru městyse v úzké blízkosti zámeckého areálu, informačního centra, autobusové zastávky a další občanské vybavenosti. Hotel nabízí ubytování v jednolůžkových a dvoulůžkových pokojích nebo apartmánech, celkem tak disponuje kapacitou 40 lůžek. U jednolůžkových pokojů lze využít také přistýlku. Cena pokoje se odvíjí od počtu osob a také na sezóně. Průměrná cena pro jednu osobu v jednolůžkovém pokoji na noc je 1 300,- Kč a pro dvě osoby ve dvoulůžkovém pokoji 1 800,- Kč. Za zvýhodněné ceny si lze koupit také pobytové balíčky na 2 nebo 3 noci. Do ceny není zahrnut místní poplatek, který činí 20,- Kč na osobu na noc. Součástí hotelu je také restaurace s venkovní terasou, která je dostupná i veřejnosti a během všedních dní nabízí také denní menu. Hotel je často využíván také k pořádání svateb. Dle recenzí na Booking.com je průměrné hodnocení hotelu 9,0/10. Celkem podalo recenzi 601 návštěvníků. Většina recenzí je spíše kladná, dobře je hodnocena čistota a pohodlí hotelu. Ubytování v tomto hotelu volí spíše páry

a jednotlivci. Na základě recenzí chybí některé vybavení jako např. fén a klimatizace. (Hotel Buchlovice, 2022©; Booking.com, 2022©)

Dalším hotelem je Hotel Buchlov, který se nachází cca 200 metrů od Státního hradu Buchlov. Hotel nabízí ubytování v jednolůžkovém, dvoulůžkovém a třílůžkovém pokoji, rodinném apartmá nebo hraním apartmá, celkem tak disponuje 67 lůžky a 24 dětskými lůžky. Cena za jednolůžkový pokoj na noc pro osobu je 1 290,- Kč za dvoulůžkový pokoj 1 690,- Kč, je zde také možnost přikoupit si přistýlku. Ceny pokojů zahrnují také snídani a za příplatek si lze připlatit za pokoj s balkonem nebo terasou. V letních měsících hotel nabízí zvýhodněné pobytové balíčky. Součástí hotelu je také hotelová restaurace, která je přístupná také veřejnosti a konají se zde také gastronomické akce především v podzimních a zimních měsících. Dále se v areálu hotelu nachází wellness, které rovněž nabízí zvýhodněné balíčky, venkovní bazén či dětské hřiště. Dle recenzí na Booking.com má hotel hodnocení 8,4/10. Celkem hodnotilo 191 návštěvníků. Návštěvníci hodnotí kladně především lokalitu hotelu a personál. Výhrady hotelu se týkají čistoty, stavu koupelny a WC, chybějící klimatizace, kvalita vybavení. Ubytování v hotelu volí jak páry, tak i rodiny s dětmi. (Hotel Buchlov, 2022©; Booking.com, 2022©)

Třetím hotelem je Hotel Lovecký Zámeček, který se nachází v blízkosti sirnatých lázní na Smraďavce (Lázně Leopoldov). Hotel disponuje celkem 43 lůžky a nabízí jednolůžkové, dvoulůžkové a třílůžkové pokoje. Cena jednolůžkového pokoje je 1 050,- Kč na noc a dvoulůžkového pokoje 1 800,- Kč na noc, ceny jsou uvedeny včetně snídaně, ale v ceně není zahrnut místní poplatek 20,- Kč na noc za osobu. Hotel nabízí také svatební apartmá se snídaní za 2 800,- Kč na noc. Lázně Leopoldov nabízí zvýhodněné balíčky s ubytováním na Loveckém zámečku. V areálu hotelu se nachází tenisové kurty s možností zapůjčení si tenisového vybavení. Součástí hotelu je také Lovecká restaurace. Na základě recenzí na Booking.com je hodnocení hotelu 8,1/10. Celkem hotel ohodnotilo 60 návštěvníků. Ubytování v hotelu volí spíše páry. Návštěvníci oceňují lokalitu, okolí hotelu, blízké lázně, personál. Výhrady k ubytování se týkají např. Nemožnosti platit platební kartou v hotelové restauraci, výběr jídla nebo hluk v hotelu. (Lázně Leopoldov, 2022©; Booking.com, 2022©)

V Buchlovicích se lze ubytovat také v penzionech. Celkem se zde nachází 6 penzionů, a to sice Penzion na Náměstí, který disponuje kapacitou 18 lůžek, Penzion Lázeňský dům s kapacitou 35 lůžek a dvou samostatných apartmánů, Penzion na Přehradě s kapacitou 32–57 lůžek, Penzion Buchlovský Dvůr s 18 lůžky, Penzion u Buchlovského Zámku spolu

s restaurací s 13 lůžky nebo Penzion Haluškárna Maco s 12 lůžky jejíž součástí je také restaurace. Mezi další ubytovací zařízení patří také pronájem soukromých chat v blízkosti Loveckého Zámečku, kde je nabízeno celkem 8 bungalovů nebo Chata Condi rovněž v blízkosti Lázní Leopoldov, která nabízí chatu celkem pro 27 osob nebo jednu menší chatu pro 4 osoby. (Městys Buchlovice, 2022©)

Tabulka 3 Počet ubytovacích zařízení a počet lůžek v Buchlovicích (Městys Buchlovice, 2022©; vlastní zpracování)

Ubytovací zařízení	Počet ubytovacího zařízení	Počet lůžek
Hotel	3	150
Penzion	6	153
Rekreační středisko	1	177
Kemp a autokemp	1	80
Chaty a chalupy	2	71
Ostatní	-	-
Celkem	**13**	**631**

Na základě údajů zveřejněných ve veřejné databázi Českého Statistického Úřadu, můžeme sledovat v tabulce č. 4 počet hostů a přenocování v hromadných ubytovacích zařízeních v městysu Buchlovice v letech 2016–2020. Ve výchozím roku 2016 byl celkový počet 11 000 hostů, jejichž průměrný počet strávených nocí byl 2,3. Následující rok se počet hostů zvýšil o 630 osob a největší nárůst hostů ve sledovaném období zaznamenala hromadná ubytovací zařízení v roce 2019, kdy oproti výchozímu roku, počet hostů narostl o 5 239 osob. Celkem tak 16 239 hostů strávilo průměrně 2,2 noci v hromadných ubytovacích zařízeních. V roce 2020 utrpěly ubytovací zařízení v celé ČR velké ztráty, kvůli restrikcím, které nastaly vývojem pandemie COVID-19, celkem tak oproti předchozímu roku přišly Buchlovice o 4 338 hostů. Přesto se v tomto roce mírně zvýšil průměrný počet přenocování na 2,5 noci.

Tabulka 4 Počet hostů a přenocování v hromadných ubytovacích zařízeních v obci Buchlovice v letech 2016–2020 (ČSÚ, 2022©; vlastní zpracování)

Rok	Hosté celkem	Přenocování celkem	Průměrný počet přenocování
2016	11 000	24 949	2,3
2017	11 630	25 992	2,2

2018	15 112	33 195	2,2
2019	16 239	35 746	2,2
2020	11 901	30 194	2,5

Dále je také možnost ubytování v okolních obcích jako je např. na Velehradě Hotel Mlýn a Hotel Skanzen, Penzion BalonCentrum Břestek, Dvůr pod Starýma Horama, Penzion Zikmundov ve Starých Hutích nebo v Hospůdce na Haldě v Boršicích. Poutníci na Velehradě mohou využít ubytování také v Poutním a exerčním domě Stojanov, který má kapacitu až 120 lůžek nebo ve Velehradském domě sv. Cyrila a Metoděje, během víkendu a letních prázdnin je k dispozici cca 20 lůžek v prostorách Stojanova gymnázia. Na základě vlastní analýzy a z veřejně dostupných dat se v mikroregionu Buchlov lze ubytovat ve 35 ubytovacích zařízeních, které disponují celkovou kapacitou cca 1 437 lůžek. Celkový přehled ubytovacích zařízení v mikroregionu Buchlov je uveden v tabulce č. 5.

Tabulka 5 Přehled ubytovacích zařízení v mikroregionu Buchlov (Městys Buchlovice, 2022©; vlastní zpracování)

Ubytovací zařízení	**Počet ubytovacího zařízení**	**Počet lůžek**
Hotel	6	274
Penzion	16	374
Rekreační středisko	3	279
Kemp a autokemp	3	256
Chaty a chalupy	4	106
Ostatní	3	148
Celkem	**35**	**1 437**

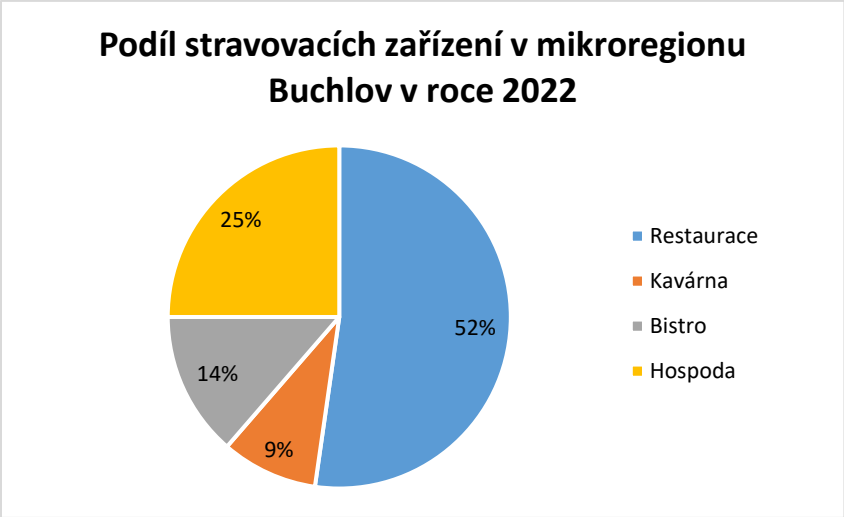
Vzhledem k výše uvedeným údajům lze hodnotit počet ubytovacích zařízení a kapacitu lůžek, vzhledem k velikosti mikroregionu, jako dostačující. Největší koncentrace ubytování je v obcích Buchlovice, Osvětimany a Velehrad. Nabídka ubytování pokryje většinu cílových skupin a je vhodná jak pro osoby s nižším socioekonomickým statusem, tak i pro osoby s vyšším socioekonomickým statusem, které pravděpodobně zvolí ubytování v hotelech. Hotely v mikroregionu odpovídají klasifikaci tříhvězdičkového hotelu. Na základě recenzí na Booking.com chybí v hotelech především klimatizace. Většina hotelů má však velmi dobrou lokalitu a je zde kladně hodnocen personál a čistota prostředí. Turistické aktivity, které mikroregion nabízí vytváří ideální prostředí pro

cestování rodin s dětma, které spíš zvolí ubytování v rekreačním středisku nebo kempu. Některé kempy a rekreační střediska jsou na základě recenzí na Google.com ve špatném stavu a bylo by třeba je zrekonstruovat, negativně je hodnocena také jejich čistota nebo nemožnost platit platební kartou.

Stravovací zařízení

Mnoho turistů ocení také dostatek stravovacích služeb. Nejvíce restaurací a kaváren se nachází v Buchlovicích, celkem se zde nachází 19 stravovacích zařízení ať už se jedná o restauraci, hospůdku či kavárnu. Přímo v centru města na náměstí Svobody se nachází restaurace Hotel Buchlovice, Restaurace u Páva, Hospůdka na Rynku, Restaurace Záložna, Penzion u Buchlovského zámku, Restaurace a Bar Berchtold nebo Restaurace u Omelků. Většina ze zmíněných restaurací nabízí také polední menu. Nejlépe hodnocená restaurace v Buchlovicích dle Google.com je Penzion u Buchlovského zámku, recenzi podalo celkem 515 návštěvníků a celkové hodnocení je 4,6/5 hvězdiček. Návštěvníci za poslední rok hodnotí kladně především chutné jídlo, čisté prostřední a milou, vstřícnou obsluhu a „poměr ceny a kvality“. Negativní recenze se za poslední rok spíše nevyskytují. Dále pak Hotel Buchlovice je dle recenzí na Google.com hodnocen 4,5/5 hvězdiček. Celkem podalo recenzi 413 návštěvníků. Za poslední rok jsou recenze spíše kladné, návštěvníci vyzdvihují především chutné jídlo, čisté a příjemné prostředí, milý personál a možnost parkování v areálu hotelu. Výhrady se týkaly např. personálu, který se nezeptal na způsob úpravy masa, dále malého výběru jídla především pro osoby s bezlepkovou dietou nebo pro vegetariány či vegany nebo vyšších cen. (Google.com, 2022©)

V Buchlovicích se nachází celkem tři kavárny, a to sice Barok cafe a Čokoládové království, které však fungují pouze sezónně, kavárna AnnyKrámek je otevřena celoročně. V obcích mikroregionu Buchlov, vyjma Stříbrnic, Hostějova a Tupes, se nachází alespoň jedna restaurace či hospůdka. Na Velehradě lze navštívit Restauraci ve Mlýně, která je součástí Hotelu Mlýn či kavárnu Titique café Velehrad.



Obrázek 2 Podíl stravovacích zařízení v mikroregionu Buchlov v roce 2022 (vlastní zpracování)

Na základě vlastní analýzy můžeme uvést, že v mikroregionu Buchlov se celkem nachází cca 44 stravovacích zařízení. Ve výše uvedeném grafu můžeme sledovat procentuální podíl stravovacích zařízení (restaurace, kavárna, bistro, hospoda), které jsou zastoupené na území mikroregionu Buchlov. Z grafu vyplývá, že největší zastoupení zde mají právě restaurace a tvoří tak 52% podíl na celkových stravovacích zařízení, 25 % tvoří hospody, 14 % bistro s menším občerstvením a nejmenší zastoupení (9 %) mají na území kavárny, které jsou v celém mikroregionu pouze 4 z čehož dvě fungují pouze sezónně. V mikroregionu chybí především celoročně fungující kavárny či restaurace. Většina restaurací poskytuje malý výběr pro osoby s bezlepkovou dietou, vegetariány a vegany.

Turistická informační centra

Informační centra v mikroregionu Buchlov se nachází jedno v Buchlovicích a dvě na Velehradě. Všechny tří turistická centra spolupracují s Centrálou Východní Moravy.

V Buchlovicích se turistické informační centrum (TIC) nachází na náměstí Svobody a je přístupné celoročně sedm dní v týdnu, v letních měsících a v období letních prázdnin má prodlouženou otevírací dobu. TIC poskytuje turistům informace o kulturních, sportovních a společenských akcích, kulturních a historických památkách, pomáhá návštěvníkům s ubytováním a stravováním v blízkém okolí a také poskytuje informace o jízdních řádech. V budově informačního centra si lze také zakoupit vstupenky na vybrané akce, turistické průvodce, turistickou známku, razítko či jiné upomínkové předměty. Mimo jiné také poskytuje doplňkové t jako kopírování, připojení na internet nebo úschovnu kol a zavazadel. Na webových stránkách Buchlovic jsou poskytování turistickým informačním

centrem také turistické tipy jak v Buchlovicích, tak v blízkém okolí, tipy na ubytování a k dispozici je také kalendář akcí. Nelze dohledat relevantní hodnocení turistického centra. (Městys Buchlovice, 2022©)

Na Velehradě se nachází dvě infocentra. První Infocentrum Velehrad se zaměřuje především na poutníky a návštěvníky velehradského kláštera a je členem Asociace turistických informačních center. Infocentrum sídlí v blízkostí areálu kláštera, je přístupné celoročně sedm dní v týdnu a v letních měsících má prodlouženou otevírací dobu. Informační centrum poskytuje informace poutníkům a turistům, prodává vstupenky do expozic, objednávky prohlídek a poutního areálu, prodej suvenýrů atd. Infocentrum mimo jiné nabízí také možnost připojení k internetu. Na webových stránkách www.velehradinfo.cz jsou dostupné informace o ubytování, stravování, dopravě a aktuálním dění. Dle recenzí na Google.com je toto turistické centrum hodnoceno 4,5/5 hvězdiček. Recenzi podalo celkem 39 návštěvníků a na základě jejich recenzí se jedná o místo s příjemnou a nápomocnou obsluhou poskytující kvalitní služby. Návštěvníci nepodali žádnou recenzi s výhradami. (Velehrad – informační portál poutního místa Velehrad, 2022©; Google.com, 2022©)

Druhé Turistické centrum Velehrad poskytuje kompletní turistické informace, nabízí možnost půjčení sportovních koloběžek, úschovnu, cyklistické zázemí a jiné. Dále nabízí možnost využití společenského sálu ke konání konferencí, seminářů, přednášek či k pořádání oslav a součástí centra jsou také dvě galerie, které mohou být využity k výstavám nebo prezentaci sběratelské činnosti. Dle recenzí na Google.com je toto turistické centrum hodnoceno rovněž 4,5/5 hvězdiček. Recenzi podalo 27 návštěvníků. Většina návštěvníků hodnotí místo velmi kladně a nejsou zde žádné výhrady. (Obec Velehrad, 2022©; Google.com, 2022©)

Ostatní služby

Mezi ostatní služby řadíme poštu, bankomat, smíšené zboží, lékárnu a zdravotnické zařízení. Na území mikroregionu se nachází 7 poboček České pošty, a to sice v Boršicích, Buchlovicích, Medlovicích, Osvětimanech, Tupesech, na Velehradě a ve Zlechově. Obce, které nemají zřízenou vlastní poštu využívají těchto služeb v jiné obci. Na celém území mikroregionu jsou dostupné pouze dva bankomaty, jeden v Buchlovicích a jeden na Velehradě. Téměř v každé obci je prodejna smíšeného zboží a dostupné jsou tři lékárny v Boršicích, Buchlovicích a na Velehradě. V Buchlovicích se nachází zdravotní středisko

a celkem v sedmi obcích lze využít praktického lékaře. Nejbližší nemocnice a lékařská pohotovost se nachází v okresním městě Uherské Hradiště.

6.5 Shrnutí přírodních, kulturních, společenských a realizačních předpokladů

Na základě analýzy přírodních, kulturních, společenských a realizačních předpokladů lze zhodnotit, že největšími turistickými centry jsou především obce Buchlovice, Velehrad a Modrá. Zde se koncentruje největší podíl historických památek, přírodních a turistických atraktivit. Rovněž se zde konají největší kulturní akce mikroregionu jako je Buchlovské hudební léto, Festival česneku nebo Štěpánský koncert na Velehradě.

Nejvíce ubytovacích zařízení se rovněž nachází v Buchlovicích, na Velehradě a v Osvětimanech. Největší zastoupení zde mají penziony a hotely, které mají také největší ubytovací kapacitu. Vybavenost hotelu odpovídá klasifikaci tříhvězdičkového hotelu. Dle recenzí na vybraných webech chybí především klimatizace. Autokempy a kempy hodnotí ubytovaní mnohdy jako zastaralé a potřebují rekonstrukci, negativně je hodnocena také jejich čistota.

Největší podíl stravovacích zařízení zde mají restaurace, kavárny či rychlé občerstvení se zde téměř nevyskytují. Většina restaurací poskytuje také polední menu. U stravovacích zařízení je především problém s výběrem bezlepkového, vegetariánského či veganského jídla. V sezóně fungují v celém mikroregionu pouze dvě kavárny. V celém mikroregionu se nachází pouze 3 infocentra z čehož se dvě nachází na Velehradě a jedno slouží především pro poutníky a návštěvníky velehradského kláštera. Co se týče ostatních služeb v mikroregionu se nachází spíše menší samoobsluhy se smíšeným zbožím, větší supermarkety se nachází až ve Starém Městě nebo okresním městě Uherské Hradiště. V celém mikroregionu se nachází pouze dva bankomaty, a to v Buchlovicích a na Velehradě.

7 ANALÝZA A HODNOCENÍ IMPLEMENTACE KONCEPTU DESTINAČNÍHO MANAGEMENTU V MIKROREGIONU BUCHLOV

Hlavním cílem analýzy a hodnocení konceptu destinačního managementu bylo stanovit klíčové rozvojové problémy cestovního ruchu. Dílčími cíli bylo zhodnotit dopad pandemie COVID-19 na cestovní ruch a konání kulturních akcí, vymezení cílových skupin, zhodnocení efektivity využití marketingových nástrojů, identifikovat silné a slabé stránky a vyhodnotit příležitosti a budoucí hrozby pro rozvoj cestovního ruchu v mikroregionu Buchlov. V rámci diplomové práce se v roce 2022 v průběhu měsíce března a dubna uskutečnily semistrukturované rozhovory s vybranými aktéry a stakeholdery cestovního ruchu v Mikroregionu Buchlov.

Během měsíce března bylo osloveno 17 respondentů prostřednictvím e-mailové zprávy. Byli osloveni starostové obcí mikroregionu Buchlov, turistická informační centra, zástupci místní akční skupiny, zástupci organizací destinačního managementu, zástupci muzeí, historických památek a turistických atraktivit. Celkem se podařilo uskutečnit 5 rozhovorů které trvaly v rozmezí 25–60 minut. Rozhovory proběhly prostřednictvím telefonické komunikace, e-mailem nebo osobní schůzkou. Mezi dotazované osoby patřily starostové obcí, provozovatelé turistických center nebo turistických objektů v daném území. Dotazovaní odpovídali na předem sestavený seznam otázek, celkem bylo předloženo 9 otázek. Otázky byly navrženy jako otevřené a respondenti se tak mohli co nejpřesněji vyjádřit k danému tématu. Pro zachování anonymity, nebudou zveřejněny konkrétní údaje o respondentech.

7.1 Vyhodnocení rozhovorů s vybranými aktéry cestovního ruchu mikroregionu Buchlov

Dopad pandemie COVID-19 na cestovní ruch v mikroregionu Buchlov

Největším turistickým centrem jsou nepochybně obce Velehrad, Buchlovice a Modrá. Zde se koncentruje nejvíce kulturních a přírodních památek, které nejvíce pocítili dopad pandemie. Turistická informační centra i historické památky byly uzavřeny a většina obcí se potýkala s klesající návštěvností. Hlavním problémem podle jednoho z respondentů bylo především to, že stát se zaměřil s kompenzacemi především na podnikatele, ale nikoliv na obce. Bylo využito vícezdrojové financování, které obcím zajistilo minimalizaci možných

ztrát a napomohlo tak ke zmírnění dopadů pandemie. Pro vyrovnání rozpočtu byly využity především vytvořené rezervy na opravy. Tudíž, obce nejsou závislé pouze na cestovním ruchu, ale jejich příjmy tvoří i další činnosti, které provozují.

Ve vztahu k cílovým skupinám a jejich dopadu na návštěvnost, v některých turistických objektech tvoří 45 % návštěvnosti především exkurze dětí z mateřských školek a základních škol. Vzhledem k jejich uzavření objekty přišly o tyto početné skupiny téměř na celé dva roky. Stejný problém lze sledovat i vzhledem k uzavření státních hranic klesl i podíl zahraničních návštěvníků, a to celkem o 35 %, rovněž starší lidé a senioři se obávali o své zdraví, a proto minimalizovali svůj pobyt mimo domov. Některé turistické objekty byly otevřeny i během pandemie, tj. v omezeném provozu a za dodržení platných nařízení Vlády ČR. Tyto objekty pocítily především ztrátu početných skupin návštěvníků, jako jsou např. exkurze a zájezdy (tuzemské i zahraniční), a návštěvnost byla realizována ze strany účastníků individuálního cestovního ruchu.

Jeden z respondentů uvedl, že ačkoliv byl cestovní ruch na „bodu mrazu“, tak návštěvnost mikroregionu přesto rostla, a to především díky přírodním památkám. Občané byli v první vlně pandemie vyzvání, aby více navštěvovali přírodu a pohybovali se na veřejných prostranstvích, což mělo za následek i negativní dopad na dané území. Se zvýšeným počtem návštěvníků se v přírodě nacházelo mnohem více odpadu. Návštěvníci se ve zvýšeném počtu pohybovali na veřejném prostranství a svými aktivitami mnohdy ohrožovali okolí, návštěvníci cestující do mikroregionu autem zabrali většinu parkovacích míst a parkovali i mimo určená a zatarasili tak cestu pro možné výjezdy integrovaných záchranných služeb. Obce tak museli zvýšit počet policejních hlídek, aby území bylo více pod kontrolou.

Většina respondentů uvedla, že ve vztahu personálnímu zajištění cestovního ruchu nemuselo docházet ke snižování počtu zaměstnanců. Zaměstnanci pracující v turistických objektech, turistických centrech či osoby, které mají na starosti cestovní ruch a kulturu v obci, vykonávaly jiné činnosti, než je jejich běžnou náplní práce nebo využívali možnosti home office, což jim zajistilo, že jejich úvazek nemusel být zkrácen a nehrozilo jim propuštění.

Kulturní akce, které se v mikroregionu běžně konají pravidelně každý rok, byly po dobu dvou let trvání pandemie zrušeny. Jelikož se některé obce primárně zaměřují na konání kulturních akcí, tak v této oblasti významně pocítili dopad pandemie.

Vymezení cílových skupin a realizace produktů cestovní ruchu

Z odpovědí respondentů vyplývá, že mikroregion Buchlov díky rozmanitosti svých turistických aktivit se zaměřuje na širokou škálu cílových skupin. Mikroregion nabízí aktivity v přírodě ať už poznávací nebo zaměřené na sport (lyžování, cyklistika, turistika), ale také poznávání historických památek a místní kultury. Nejvíce atraktivit se koncentruje v obcích Velehrad, Modrá a Buchlovice. Mikroregion se zaměřuje na turisty všech věkových kategorií a vytváří nabídku jak pro děti předškolního věku, tak i pro žáky základních škol, studenti středních a vysokých škol, ale také pro osoby v produktivním věku i pro seniory. Značný podíl tvoří rodiny s dětmi, které mikroregion často navštěvují především v letních měsících. Pro tuto skupinu se v mikroregionu mají velký výběr aktivit. Za lázeňstvím míří návštěvníci do Buchlovic, kde se nachází sirnaté lázně.

Specifickou cílovou skupinou jsou návštěvníci poutního místa Velehradu, který je cílem mnoha poutníků jak z tuzemska, tak ze zahraničí. Pro tuto skupinu jsou mimo samotný areál velehradského klášteru atraktivní také Cyrilometodějská stezka, což je projekt s mezinárodním významem. Je připravován projekt CISTERSCAPES – Cisterciácké klášterní krajiny, jehož cílem je vznik udržitelných turistických projektů v daném území.

Pro poutníky Velehrad nabízí programy s duchovní tématikou, různé kulturní akce, poutě s doprovodným programem či semináře. Dále Velehrad nabízí širokou škálu komentovaných prohlídek areálu kláštera jak pro děti, tak i vysokoškolské studenty a dospělé a pořádá také výukové a vzdělávací programy.

Nejvíce turistických atraktivit se nachází v Modré, kde se nachází Terárium Modrá, Archeoskanzen Modrá a expozice Živá voda. Všechny tyto objekty se zaměřují na všechny věkové kategorie. Komentované prohlídky jsou přizpůsobeny věkové kategorii od dětí předškolního věku až po náročné diváky jako jsou vysokoškolští studenti, dospělí a senioři. V Modré se také zaměřují na studenty oboru rybářství, kteří zde mají možnost vykonávat svou praxi. Pro firemní klientelu jsou připravovány zážitkové aktivity týkající se např. gastronomie.

Aktivity pro seniory jsou spíše omezené, a tato cílová skupina míří spíše do obce Velehrad za duchovním turismem. Senioři navštěvují jiné turistické atraktivity spíše jako doprovod nebo v rámci spolkové činnosti či zájmových klubů. Nově se však pro tuto skupinu vytváří také zájezdy od cestovních agentur, které pokrývají větší množství aktivit. V mikroregionu

má svou historii také vinařství, a proto většina obcí zaměřuje své kulturní akce právě na ochutnávky vín nebo vinařské stezky.

Spolupráce v rámci cestovního ruchu

Spolupráce se v mikroregionu zaměřuje na regionální, národní i mezinárodní úrovni. Vznikají zde také projekty v rámci přeshraniční spolupráce, jako je např. nově vznikající projekt CISTERSCAPES, kterou má na starosti Místní akční skupina Buchlov, se kterou rovněž mikroregion a obce, které do něj spadají, úzce spolupracuje. Aktivně Mikroregion spolupracuje s Centrálou cestovního ruchu Východní Morava a Regionem Slovácko. Tyto spolupráce hodnotí dotazovaní na velmi dobré úrovni a spolupráce probíhá pravidelně v rámci propagace, dále také probíhají pravidelná setkání zástupců infocenter. Dále spolupráce probíhá také se soukromými podnikateli v rámci různých zážitkových a gastronomických akcí nebo také se školami či jinými obcemi mimo region. Mikroregion se pravidelně účastní také různých konferencí, Veletrhu cestovního ruchu nebo konkrétně obec Velehrad se účastní Minitrhu poutních míst. Rovněž probíhá spolupráce vzájemně mezi obcemi, které spadají do mikroregionu Buchlov, avšak jeden z dotazovaných respondentů poznamenal, že spolupráce napříč obcemi jde spíše do útlumu a již nefunguje na takové úrovni jako dříve.

Představení a vyhodnocení efektivity marketingových nástrojů

Většina obcí a turistických objektů využívá k propagaci svých aktivit vlastní webové stránky, kde je rovněž mnohdy uveden kalendář akcí, informace o ubytování a stravování v okolí a další potřebné informace pro turisty. Mikroregion Buchlov má zřízení webové stránky společně s Místní akční skupinou Buchlov – www.buchlov.cz. Taktéž využívají možnost regionálních či místních novin, kde se uveřejňují také informace o nadcházejících kulturních akcí nebo také zpětně informují o již proběhlých akcích (časopis Slovácko). Rovněž jsou distribuovány různé tiskoviny jako propagační letáky či plakáty, které jsou vyvěšovány po okolí. Velkou efektivitu vnímají respondenti především v sociální síti Facebook, kde jsou pravidelně uveřejňovány příspěvky o aktuálním dění nebo jsou vytvářeny události o nadcházejících akcích. Velmi zřídka je využívaná propagace prostřednictvím regionální televize TVS, většina turistických center má velmi vysokou návštěvnost, a tak už se dále nesnaží dostat tolik do podvědomí prostřednictvím této platformy. K propagaci je využita i účast na veletrzích, avšak podle respondentů již tato účast nemá takový dosah jako využití sociálních sítí.

Velmi dobře lze hodnotit marketing obce Modrá, která vytváří společné tiskoviny a reklamní spoty v rámci partnerské spolupráce mezi turistickými objekty, které se v obci nachází. Dochází tak ke vzájemné podpoře a snižují se tak náklady na tuto oblast. Veškerá propagace či reklamní bannery jsou vytvářeny ve stejném grafickém provedení a jsou zde využity stejné logotypy a typ písma. Každý rok jsou zaměstnanci turistických objektů školeni o nových aktivitách tak, aby dokázali návštěvníky informovat i o produktech, které nabízí jiní partneři. Podle jednoho z respondentů je nejdůležitější prodejní artikl úsměv.

Přednosti a příležitosti pro rozvoj cestovního ruchu v mikroregionu Buchlov

Všichni respondenti se shodli, že největší předností mikroregionu je unikátní provázanost přírodního a kulturního dědictví, které mikroregion nabízí na poměrně malém území. Mikroregion má bohatou historii a řadu dochovaných historických památek. Jakožto součást slováckého regionu se zde dodržují dochované tradice a folklór. Mikroregion patří také mezi významné vinařské oblasti, mnoho kulturních akcí v mikroregionu je tedy spojeno právě s vínem. Nachází se zde hustá síť cyklostezek a turistických stezek na jejichž trasách nalezneme mnoho významných turistických cílů, dále se nachází také několik naučných okruhů a významná poutní trasa Cyrilometodějská stezka. Turistická centra se snaží také o udržitelný rozvoj cestovního ruchu, zaměřuje se na propagaci regionálních produktů a vytváří nové produkty cestovního ruchu. Někteří respondenti popisují jako přednost především to, že návštěvníci zde mohou za krátkou dobu navštívit mnoho zajímavostí, a přesto nestihnou navštívit a vidět vše, co mikroregion nabízí, proto se sem mnozí návštěvníci rádi vrací. Nabídka produktů cestovního ruchu je poměrně široká a dokáže uspokojit všechny věkové kategorie.

Respondenti vnímají příležitost především v rozvíjení potenciálu, který mikroregion nabízí, a to především ve spojení se službami cestovního ruchu a vytvoření atraktivních turistických produktů. Rozšíření turistické nabídky také mimo sezónu především v zimních měsících pomocí různých výstav a expozic ve vnitřních prostorách. Dále také rozšíření technického a sociálního zařízení. Obec Buchlovice se chce zaměřit na rozvoj lázeňství a zlepšení ubytovacích zařízení v okolí lázní Smraďavka. Do budoucna by respondenti také chtěli více propojit obce mikroregionu pomocí cyklotras a cyklostezek. Velkou příležitostí je rovněž již zmíněný nový projekt CISTERSCAPES – Cisterciácké klášterní krajiny. Mnozí vnímají jako příležitost také stavbu nové dálnice D55, která by mohla urychlit přesun návštěvníků z východu České republiky, ale také se nabízí možnost získání více

návštěvníků ze sousedního Polska nebo Rakouska. Někteří respondenti vidí příležitost spíše v tom, že nová dálnice uleví provozu rychlostní silnice I/50.

Dlouhodobé či krátkodobé problémy a hrozby, kterým čelí cestovní ruch mikroregionu Buchlov

Většina respondentů pociťuje především dozvuky dopadů pandemie COVID-19 a to především problémy spjaté s uzavřením památek, zrušením kulturních akcí nebo také uzavřením ubytovacích a stravovacích zařízení. Podle jednoho z respondentů bude obnova kulturních akcí mít dopad především na to, že účast na akcích bude spíše větší než doposud, protože forma společenského života a setkávání mnohým osobám doposud chyběla a byla odpírána. Dalším problémem je pomalá obnova spolků a různých zájmových klubů a kroužků, které se doposud nesměli scházet. Všichni respondenti pociťují problémy spjaté s aktuální situací, která se pojí se zdražováním energií. Kvůli navýšení cen energií se musí navyšovat ceny vstupného do kulturní památek a turistických atraktivit, což představuje rovněž hrozbu pro provozovatele především ve ztrátě návštěvníků, jelikož se předpokládá, že budou lidé více šetřit. Rovněž je potřeba zapracovat také na rozvíjení zahraničního potenciálu. Některé obce se potýkají také s problémem ne dostatku parkovacích míst, které představují velké finanční výdaje na jejich výstavbu. V některých obcích chybí zázemí pro turisty, kde se nabízí možnost financování z evropských zdrojů, jelikož to napomůže nejen jedincům, ale celému regionu. Někteří provozovatelé turistických objektů se potýkají s nedostatkem personálu v oblasti cestovního ruchu. Chybí také dotační tituly na krajské, národní a mezinárodní úrovni na podporu cestovního ruchu.

Aktuální hrozbou pro všechny respondenty je již zmíněná ekonomická krize, kvůli které se budou zvyšovat náklady na provoz většiny kulturních památek, ubytovacích a stravovacích zařízení a jiných turistických objektů, což přinese především zdražování cen vstupného a jiných poskytovaných služeb. V krátkodobém horizontu 2–3 let dokážou obce čelit možným následkům. Taktéž, je možné očekávat další vlny pandemie COVID-19. Všem aktérům cestovního ruchu nadále hrozí dopady spojené s možnými proti-pandemickými opatřeními a hrozí ztráta návštěvníků.

7.2 Analýza a hodnocení implementace konceptu destinačního managementu v Mikroregionu Buchlov

Na základě semistrukturovaných rozhovorů s vybranými aktéry cestovního ruchu v mikroregionu Buchlov vyplývá, že v turistických centrech jako je obec Velehrad, Modrá a Buchlovice je koncept destinačního managementu využíván na velmi dobré úrovni a zmíněné obce se snaží využít potenciálu daného území. Mikroregion nabízí širokou škálu turistických atraktivit, které zaujímají širokou škálu cílových skupin všech věkových kategorií. Dobře také fungují spolupráce s regionálními partnery jako je Region Slovácko nebo Centrála cestovního ruchu Východní Morava, avšak je potřeba zapracovat na vzájemné spolupráci mezi samotnými obcemi mikroregionu a obnovit tak původní záměr se kterým byl mikroregion založen.

V oblasti propagace obce využívají především webových stránek a sociálních sítí jako je Facebook, kde se snaží své návštěvníky pravidelně informovat o aktuálním dění. Chybí však zapojení také dalších sociálních sítí jako je Instagram nebo Twitter, které jsou oblíbené především u mladších věkových kategorií. Rovněž je potřeba zapracovat také na aktualizaci webových stránek mikroregionu Buchlov, kde se mnohdy nachází neaktuální informace o obcích. Zprávy o aktuálním dění nejsou přidávány pravidelně, ale spíše jednou nebo dvakrát do měsíce, na druhou stranu mikroregion pravidelně informuje své návštěvníky právě na sociální síti Facebook, kde je velmi aktivní. Chybí zde také informace pro návštěvníky mikroregionu týkající se ubytování nebo stravovacích zařízení, tyto informace si musí turista dohledat buď sám nebo na stránkách konkrétní obce.

Kvůli dopadům pandemie a nadcházející ekonomické krizi čelí mikroregion velkým finančním ztrátám, kvůli kterým se pozastavila veškerá investiční činnost. Chybí finance na dobudování jak turistického, tak i sociálního a technického zázemí. V oblasti cestovního ruchu mikroregionu je také potřeba doplnit personál.

Mikroregion Buchlov má velký potenciál pro další rozvoj cestovního ruchu a tvorbu nových atraktivních turistických produktů. Je potřeba více rozvíjet udržitelný cestovní ruch a rozšířit nabídku regionálních produktů. Velkým potenciálem je nyní nový projekt CISTERSCAPES, který vzniká v rámci Programu rozvoje venkova.

8 SWOT ANALÝZA

Pro shrnující zhodnocení současného stavu cestovního ruchu v mikroregionu Buchlov byla sestavena SWOT analýza, která napomůže definovat silné a slabé stránky mikroregionu a následně představí možné příležitosti, kterých lze využít k dalšímu rozvoji cestovního ruchu a také definuje možné hrozby, jejichž dopad může mít negativní vliv na budoucí rozvoj cestovního ruchu v mikroregionu Buchlov.

Tabulka 6 SWOT analýza (vlastní zpracování)

Silné stránky	**Slabé stránky**
– Kombinace kulturního a přírodního dědictví – Vysoká koncentrace turistických atraktivit – Síť cyklotras a cyklostezek – Poutní stezky – Spolupráce s Regionem Slovácko a Centrálou cestovního ruchu Východní Morava	– Slabá spolupráce v rámci obcí mikroregionu – Chybějící sportovní akce – Kvalita některých ubytovacích zařízení – Schází kavárny, čajovny, cukrárny – Aktivita webových stránek mikroregionu Buchlov
Příležitosti	**Hrozby**
– Trvající zájem MAS Buchlov o podporu cestovního ruchu – Udržování zájmu o církevní cestovní ruch – Zprovoznění dálnice D55 – Zvyšování zájmu o lázeňské služby ze strany vybraných cílových skupin – Zvyšování zájmu o cykloturistiku ze strany cílových skupin rodin s dětmi a obyvatel v produktivním věku	– Zvyšující se inflace vedoucí ke zvýšení cen vstupného kulturních objektů a poskytovaných služeb, energií a dopravy, s možným dopadem na snížení počtu návštěvníků – Další vlny pandemie COVID–19 a s nimi spojené restrikce v oblasti cestovního ruchu – Hrozící konkurence mezi obcemi a snížení vzájemné komunikace ve vztahu k podpoře cestovního ruchu v daném území

8.1 Silné stránky

Silnou stránkou mikroregionu je nepochybně jeho propojení kulturního a přírodního dědictví. V mikroregionu se nachází několik historicky významných památek. Každý rok se zde konají kulturní akce spojené s folklórem. V rámci přírodního dědictví, mikroregion

leží na území přírodního parku Chřiby, kterým prochází turistické stezky vedoucí k mnoha turistickým cílům.

Další silnou stránkou je vysoká koncentrace turistických atraktivit na poměrně malém území. Za krátký časový úsek mohou turisté navštívit několik atraktivit daného území a strávit tak několik dní v mikroregionu. V mikroregionu je neustále co objevovat, a proto se sem mnozí návštěvníci rádi vrací.

Do mikroregionu zavítají také příznivci cykloturistiky. Velkou předností mikroregionu je síť cyklotras a cyklostezek vedoucí napříč mikroregionem. Významnou cyklotrasou je Velkomoravská poutní cesta, která spojuje většinu obcí mikroregionu a Moravská vinná stezka. Mikroregion do budoucna plánuje další rozšiřování cyklotras a cyklostezek a chce tak ještě více propojit obce, které spadají do jeho území.

Vzhledem k náboženské a duchovní historii přiláká Velehrad mnoho turistů, ale i poutníků. Do Velehradu vedou poutní cesty jako Poutní cesta Růžence a Cyrilometodějská stezka. Pravidelně se zde koná také poutní cesta ze Svatého Hostýna a nově se připravuje poutní cesta CISTERSCAPES – Cisterciácké klášterní krajiny.

Silnou stránkou jsou také navázané spolupráce s organizacemi destinačního managementu – Regionem Slovácko a Centrálou cestovního ruchu Východní Morava. Tyto spolupráce probíhají na velmi dobré úrovni, dochází k pravidelným setkáním a podpoře v podobě propagace a marketingu.

8.2 Slabé stránky

Jako slabou stránku lze vnímat především upadající spolupráci mezi obcemi mikroregionu, kterou je potřeba obnovit. Ačkoliv některé obce mezi sebou spolupracují, mělo by se více zaměřit na jednotnou spolupráci a propagaci celého mikroregionu. Turisticky významná centra by měla napomoct turisticky méně významným obcím přilákat nové návštěvníky.

Ačkoliv je mikroregion díky svému přírodnímu bohatství, husté sítí cyklotras, cyklostezek a turistických stezek cílem pro mnohé sportovní příznivce, nekoná se zde tolik sportovních událostí či závodů, které by mohli přilákat další návštěvníky sportovního turismu.

Nejvíce ubytovacích zařízení se nachází v Buchlovicích, na Velehradě a v Osvětimanech. Většinou se jedná o penziony, hotely nebo také kempy a autokempy. Některé kempy nejsou v dobrém stavu, působí zastarale a je třeba je revitalizovat. V hotelech často chybí klimatizace. Další slabou stránkou je také zastoupení stravovacích zařízení ve formě

kaváren, cukráren či čajoven. V celém mikroregionu se nachází pouze dvě kavárny, které fungují i mimo sezónu, a to na Velehradě a v Buchlovicích.

Ačkoliv má mikroregion Buchlov své vlastní webové stránky, informace o členských obcích je třeba aktualizovat, jelikož už mnohdy nejsou aktuální. Zprávy o aktuálním dění jsou přidávány velmi zřídka, více se tyto informace objevují na sociální síti Facebook.

8.3 Příležitosti

Pro rozvoj cestovního ruchu v mikroregionu Buchlov jsou zásadní aktivity, které podniká MAS Buchlov, která projevuje trvající zájem na podporu cestovního ruchu v mikroregionu nejen na místní úrovni, ale také na mezinárodní. Mimo jiné MAS Buchlov upevňuje jak regionální, tak přeshraniční spolupráce.

Příležitostí pro mikroregion Buchlov je udržování zájmu o církevní cestovní ruch. K tomu napomůže nově vznikající přeshraniční projekt CISTERSCAPES – Cisterciácké klášterní krajiny, který má na starosti MAS Buchlov. Do projektu je zapojeno 17 evropských partnerů a projekt se snaží o získání značky Evropského dědictví.

Další příležitostí je pro mikroregion také zprovoznění nové dálnice D55, která usnadní dopravu především návštěvníkům z Moravskoslezského kraje, ale také ze sousedního Polska či Rakouska. Dálnice také odkloní dopravu silnice I/50 a uleví provozu především městysu Buchlovice.

Sirnaté lázně Smraďavka představují pro mikroregion příležitost ve zvyšování zájmu o lázeňské služby. Městys Buchlovice se soustřeďuje na rekonstrukci přilehlého kempu. Lázeňské služby mohou zvýšit zájem především u seniorů a dalších vybraných cílových skupin.

Jelikož je velkou předností mikroregionu hustá síť cyklostezek a cyklotras, nabízí se zde také příležitost tuto přednost prohlubovat a síť více rozšířit, aby došlo k většímu propojení mezi jednotlivými obcemi. Zvýší se tak zájem o cykloturistiku jak ze strany cílových skupin rodin s dětmi, tak i obyvatel mikroregionu v produktivním věku.

8.4 Hrozby

Největší hrozbou pro mikroregion Buchlov je neustále se zvyšující inflace, která vede jak ke zvyšování cen vstupného do kulturních objektů a poskytovaných služeb, tak i ke

zvýšení energií a dopravy, což můžeme mít dopad na snížení počtu návštěvníků. Většina obcí je momentálně nucena pozastavit svou investiční činnosti.

Další hrozbou jsou také další vlny pandemie COVID–19 a s nimi spojené restrikce v oblasti cestovního ruchu. Hrozí uzavření turistických atraktivit, ubytovacích zařízení a stravovacích zařízení.

Mikroregionu Buchlov hrozí konkurence mezi členskými obcemi, kvůli upadající spolupráci. To může vést ke snížené komunikaci ve vztahu k podpoře cestovního ruchu v daném území.

9 NÁVRH ROZVOJE CESTOVNÍHO RUCHU V MIKROREGIONU BUCHLOV

Na základě analýzy a hodnocení konceptu destinačního managmentu v mikroregionu Buchlov, za využití semistrukturovaných rozhovorů s vybranými aktéry a stakeholdery cestovního ruchu, byl navržen projekt sportovní akce „Buchlovice Run“. Bude se jednat o amatérský běžecký závod pro vybrané cílové skupiny všech věkových kategorií. Tento projekt by se na základě své úspěšnosti konal pravidelně každý rok a měnila by se propozice jeho trasy. Trasa prvního ročníku závodu bude situována do městyse Buchlovice a částečně bude vést přes obec Břestek. Závod spojuje jak přírodní, tak kulturní předpoklady mikroregionu. Projekt přispěje ke vzájemné spolupráci mezi jednotlivými obcemi. Zároveň dojde ke zvýšení kvality života obyvatel, napomůže k veřejnému blahu a posílí regionální soudržnost.

9.1 Buchlovice Run

Cílem tohoto projektu je vytvořit sportovní celodenní akci pro všechny cílové skupiny, u níž je předpoklad, že může přilákat do mikroregionu nejen návštěvníky sportovního cestovního ruchu, ale zároveň zvýší jeho atraktivitu pro obyvatele mikroregionu Buchlov. Projekt bude realizován na území mikroregionu Buchlov. Závod bude rozdělen na dvě části, kdy první část bude určena pro běžecké amatéry a druhá část je určena pro rodiny s dětmi a seniory.

V případě úspěchu prvního ročníku se sportovní akce „Buchlovice Run“ bude opakovat každý rok v měsíci květnu, kdy je nižší počet společenských a kulturních akcí oproti jiným měsícům. Je uvažováno, že u následujících ročníků se bude měnit propozice závodních tras. První ročník závodu se bude konat na území obce Buchlovice a Břestek, start i cíl závodu bude v Buchlovicích na Náměstí Svobody. Průběh akce bude doplněn o doprovodný program.

První část závodu pro amatérské běžce

Na obrázku č. 3 je vyobrazena trasa závodu pro amatérské běžce. Trasa bude měřit 10,3 km a bude vést na území městyse Buchlovice a částečně bude zasahovat i do území obce Břestek. Start závodu bude začínat na náměstí Svobody v Buchlovicích, v jehož blízkosti se nachází Státní Zámek Buchlovice. Následně trasa vede po zpevněné asfaltové cestě ulicí K Buchlovu po žlutém turistickém značení směrem na Státní Hrad Buchlov. Na konci ulice

Ku Hradu končí zpevněná cesta a začíná zde lesní terén a cesta dále vede po žlutém turistickém značení, v úseku javorové aleje zvané „rytířská cesta“ se rozléhá výhled na hrad Buchlov, poté se trasa za alejí stáčí směrem na západ po Naučné stezce Okolo Buchlova, která se poté stáčí u přístřešku pod Buchlovem severovýchodně kolem parkoviště a pokračuje dál po zeleném turistickém značení NS Buchlova až na vrchol Barborka, odtud trasa dále pokračuje k vyhlídce Kostelíky a pokračuje dále po zeleném turistickém značení k rozcestníku Pod Břesteckou skálou, kde se mimo jiné nachází také bod záchrany UH. Dále trasa navazuje na asfaltovou cestu a pokračuje jihovýchodně směrem na Břestek podél Zlechovského potoka kolem lyžařského areálu, kde vede i cyklotrasa č. 5159. Poté pokračuje kolem obecního úřadu obce Břestek odbočkou doleva, kde navazuje Moravská vinná cyklotrasa a pokračuje jihozápadně zpět do Buchlovic ulicí Boženy Němcové na Náměstí Svobody, cestou je míjená i břestecká Kaple Panny Marie Sedmibolestné.

Amatérští běžci jsou rozděleni do kategorií dle pohlaví a věku na muže ve věkových kategoriích 16–39 let, 40–49 let, 50+ a na ženy ve věkových kategoriích 16–39 let, 40–49 let, 50+. Každá kategorie má první tři vítěze. Červené body na Obrázku č. 3 značí stanoviště pořadatelů závodu.

Obrázek 3 Navrhovaná trasa prvního ročníků běžeckého závodu „Buchlovice Run“ pro amatérské běžce (Mapy.cz; vlastní zpracování)

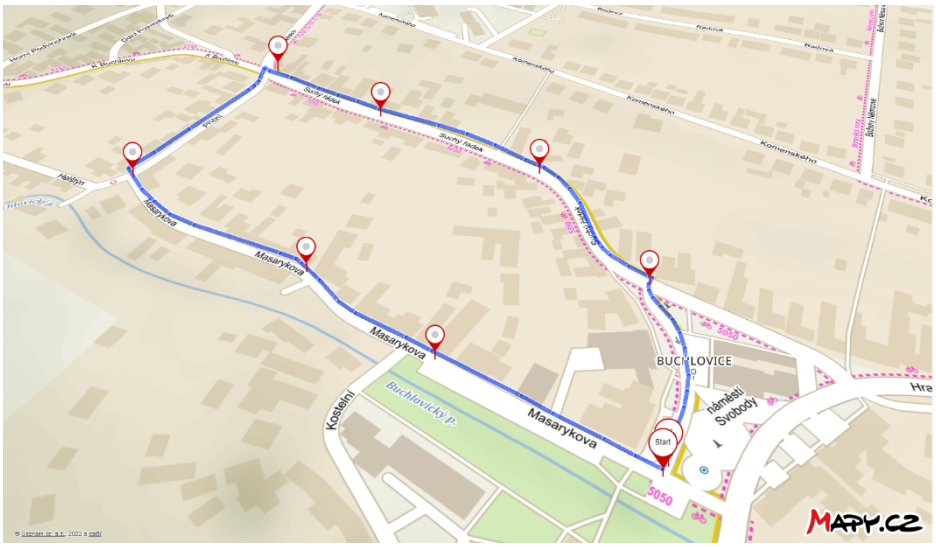
Druhá část závodu pro rodiny s dětmi a seniory

Trasa pro rodiny s dětmi a seniory v celkové délce 1 km bude rozčleněna na dílčí trasy, tj. 100 m, 300 m, 500 m, tak aby je zvládnul maximální počet účastníků z těchto cílových

skupin dle jejich fyzických možností. Trasa vede z Náměstí Svobody po ulici Suchý řádek a poté se stáčí na západ po ulici Příční a zpět na Náměstí Svobody po ulici Masarykova.

Účastníci druhé časti si mohou vybrat ze dvou nesoutěžních závodů. První nesoutěžní závod je rodinný běh, který je dlouhý 100 m a mohou se ho účastnit rodiny s dětmi a seniory. Během závodu jsou povoleny také kočárky nebo děti mohou použít odrážedla, koloběžky atd. Druhý nesoutěžní běh je určen pro chlapce a dívky do 5 let. Děti mohou běžet s doprovodem rodičů a je pro ně určena trasa o délce 100 m. Všechny děti v nesoutěžních kategoriích budou v cíli obdarovány odměnou v podobě regionálních produktů.

Dále se mohou účastníci druhé části závodu zúčastnit soutěžních závodů. První kategorie je určena pro chlapce a dívky ve věku 6–8 let, druhá kategorie je určena pro chlapce a dívky ve věku 9–11, třetí kategorie je určena pro chlapce ve věku 12–15 a poslední čtvrtá kategorie je určena pro dívky ve věku 12–15 let. Závodníci si mohou zvolit trasu o délce 300 m, 500 m a 1000 m. Každá soutěžní kategorie má první tři vítěze. Červené body na Obrázku č. 4 znázorňují stanoviště pořadatelů závodu.



Obrázek 4 Navrhovaná trasa prvního ročníků běžeckého závodu „Buchlovice Run“ pro rodiny s dětmi a seniory (Mapy.cz; vlastní zpracování)

Základní informace o průběhu akce

K zajištění akce bude zřízen projektový tým, který se bude starat o organizaci běhu. Projektový tým bude sestaven ze zástupců obce, mikroregionu a sportovních klubů. K pronájmu vybavení potřebného k průběhu akce budou využity služby zprostředkovatelů.

Propagace akce bude zajištěna prostřednictvím sociálních sítí (Facebook, Instagram) a také webových stránek, které budou informovat o průběhu akce a zároveň budou fungovat jako přední registrační místo závodníků. Dále budou připraveny a zpracovány plakáty, které budou vyvěšeny na plakátovacích místech v obcích mikroregionu a taktéž na území správního města SO ORP Uherské Hradiště. O běhu budou rovněž informovat turistická infocentra, která budou svým návštěvníkům poskytovat propagační materiály k této akci. Návrh propagačního letáku je přiložen v Příloze P I.

Registrace k soutěžním závodům bude probíhat prostřednictvím webových stránek. Pokud nebude naplněna celková kapacita závodu bude možné se zaregistrovat přímo na místě, cena startovného na místě se však bude lišit. Startovné hlavního závodu při přechozí registraci bude 490,- Kč, na místě 590,- Kč. Soutěžní dětské běhy budou po předchozí registraci zdarma, na místě do naplnění kapacity 100,- Kč. Maximální počet závodníků bude omezen. První části závodu pro amatérské běžce se bude moct zúčastnit maximálně 250 závodníků a druhé části závodu soutěžních běhů 150 závodníků. Kapacita pro nesoutěžní běhy není omezena a není třeba ji registrovat dopředu.

Každý předem registrovaný závodník hlavního závodu i dětských soutěžních závodů dostane startovací balíček, který bude obsahovat trasovací čip, startovní číslo se jménem, slevy na vstupné do vybraných památek, účastnickou medaili a drobné občerstvení. Prvních 30 registrovaných amatérských běžců získá k balíčků také sportovní čelenku s grafikou „Buchlovice Run“, která bude ušita regionální značkou.

Pro realizaci akce bude nutné zajistit povolení obce k pořádání akce. Akci je nutné předem nahlásit a vyplnit formulář, který poskytuje obecní úřad. Dále bude potřeba vyjednat částečné uzavření ulic, kterými bude probíhat závod. Na obou trasách závodu budou rozmístěni pořadatelé, kteří budou vybaveni výstražnou vestou a vysílačkou, aby mohli komunikovat jak mezi sebou, tak i se složkami IZS, které budou závod monitorovat a případně poskytnou zdravotní pomoc. Na stanovištích, kde je potřeba hlídat odklon dopravy budou rozmístěni pracovníci IZS, kteří budou řídit dopravu. Na Buchlově a na Náměstí Svobody budou připraveni zdravotníci k ošetření zraněných.

Pro účastníky závodu bude v cíli zajištěn zdarma pitný režim a drobné občerstvení. Další občerstvení bude možné zakoupit v přistavených stáncích. Jako doprovodný program pro děti bude k dispozici skákací hrad, malování na obličej a po celou dobu akce bude na náměstí hrát hudba.

Cílová skupina

První část projektu „Buchlovice Run“ je určen pro cílovou skupinu amatérských běžců. Jedná se o muže a ženy ve věku od 16 let, horní věková hranice není určena. Druhá část projektu je určena pro rodiny s dětmi a seniory.

9.1.1 Časová analýza

Projekt „Buchlovice Run“ bude zahájen v červenci 2022 a jeho vyhodnocení proběhne na přelomu května a června 2023. Závod se uskuteční v sobotu dne 25. května 2023. Pokud bude projekt vyhodnocen jako úspěšný, tak se bude opakovat každý rok. Projekt je rozdělen na deset etap.

První etapa projektu proběhne v období července 2022, která započne tvorbou projektového týmu a zajištění veškerých povolení ke konání akce včetně zajištění místa konání v městysu Buchlovice a obci Břestek. Od července 2022 do září 2022 bude probíhat druhá etapa projektu, a to sice oslovení možných sponzorů a partnerů, kteří finančně podpoří konání akce. Osloveny budou primárně soukromé subjekty z mikroregionu Buchlov. Třetí etapa proběhne během měsíce října 2022, kdy bude připravován podrobný harmonogram akce. Ve čtvrté etapě dojde v listopadu 2022 ke zpracování veškeré grafiky potřebné k vytvoření webových stránek a propagačních materiálů (plakáty, letáky), které budou následně zadány do výroby. Druhá část čtvrté etapy proběhne v prosinci 2022. V této etapě budou také vytvořeny webové stránky, na kterých budou dostupné veškeré informace o závodu a také zde bude probíhat registrace závodníků. Rovněž proběhne tvorba sociálních sítí (Facebook, Instagram).

V lednu 2023 započne pátá etapa projektu, a to sice propagace a marketing prostřednictvím sociálních sítí, na kterých budou přidávány pravidelné příspěvky. Na Facebooku bude vytvořena událost, budou vylepeny plakáty na veřejných místech obcí mikroregionu a v infocentrech budou dostupné letáky. Šestá etapa bude zahájena v únoru 2023 – budou rozeslány poptávky na potřebné vybavení ke konání akce např. stánky, nafukovací startovací brána, audiovizuální technika, skákací hrad. Od března do dubna 2023 bude probíhat sedmá etapa projektu, která se bude týkat personálního zajištění prostřednictvím vyvěšení inzerátu na portálech zprostředkovávající nabídky brigád a také na sociálních sítích, dále budou osloveny složky IZS, které bezpečnostně zajistí místo konání. Osmá etapa započne v březnu 2023, dojde ke spuštění registrace závodníků na webových stránkách akce. Registrace bude probíhat až do 24. května 2023. Devátá etapa projektu

zahrnuje přípravu místa konání, realizaci akce a následný úklid místa konání. Příprava místa konání proběhne 24. května 2023 a 25. května 2023 před zahájením závodu, kdy budou provedeny finální přípravy. Koordinátoři a brigádníci budou zaškoleni před zahájením závodu, následně dostanou pokyny a budou rozvezeni na svá stanoviště. Dne 25. května 2023 proběhne samotná realizace projektu, a to sice v 10:00 hodin dopoledne, kdy bude akce zahájena. Po skončení akce bude místo konání vyklizeno a veškeré vypůjčené vybavení bude vráceno. Během května a června proběhne desátá etapa, kdy projektový tým vyhodnotí průběh celého projektu a na základě vyhodnocení se rozhodne o konání dalšího ročníku. Vyhodnocení proběhne formou zpětné vazby účastníků, zainteresovaných obcí, sponzorů a partnerů akce.

Tabulka 7 Harmonogram projektu „Buchlovice Run“ (vlastní zpracování)

Etapa	Aktivity	Termín
1.	Zahájení projektu	červenec 2022
2.	Zajištění sponzorů	červenec–září 2022
3.	Příprava harmonogramu akce	říjen 2022
4.	Grafické zpracování	listopad 2022
	Tvorba webových stránek a soc. sítí	prosinec 2022
5.	Propagace a marketing	leden 2023
6.	Zajištění potřebného vybavení	únor 2023
7.	Personální zajištění	březen–duben 2023
8.	Registrace závodníků	Březen–květen 2023
9.	Příprava místa konání	květen 2023
	Realizace projektu	květen 2023
	Úklid místa konání	květen 2023
10.	Vyhodnocení projektu	květen–červen 2023

9.1.2 Nákladová analýza

Finanční zabezpečení bude mít na starosti projektový tým, který zajistí sponzory akce. Další finance by mohly být poskytnuty z rozpočtu obce či vhodné dotace. Největší položkou tvoří personální zajištění, které celkově činí i s rezervami 1 600 tis. Kč. Personální zajištění se skládá z brigádníků jejichž hodinová sazba činí 150,- Kč, brigádníci budou mít na starosti koordinaci závodní trati, registraci závodníků, zápis výsledků, obsluhu skákacího hradu atd. Celkem je potřeba 40 brigádníků, kteří budou pracovat v rozmezí 8–11 hodin, celkové náklady na brigádníky činí 65 000,- Kč. Dále je zde započítána odměna moderátorovi akce ve výši 10 000,- Kč a také odměna obsluze hudby, rovněž ve výši 10 000,- Kč. Projektový tým se skládá celkem z pěti členů, jejichž zaručená měsíční mzda činí 24 100,- Kč, projekt trvá celkem 12 měsíců, celkem tedy tvoří mzdové

náklady projektového týmu 1 446 tis. Kč. Další položkou předpokládaných nákladů je pronájem vybavení jako je např. nafukovací oblouk, stánky, audiovizuální technika, vysílačky, pronájem nafukovacího hradu. Celkem pronájem bude činit 25 000,- Kč. Důležitá položka je také vybavení, které je potřebné k závodu, patří sem startovací pistole, digitální časomíra, stupně vítězů, čipová zařízení a obsluha čipového zařízení, která zahrnuje také změření závodu, doprava systému a pořízení videozáznamu. Pronájem tohoto vybavení činí celkem 7 000,- Kč. Pro zpracování propagačních materiálů, tvorbu webových stránek a motivu sportovních čelenek je potřeba grafického návrhu. Odměna grafikovi činí 15 000,- Kč. Celkem je potřeba 1 000 ks letáků velikosti A5, množstevní cena za kus je 2,5,- Kč a 50 ks plakátů velikosti A3, množstevní cena za kus je 10,- Kč. Následný tisk propagačních materiálů činí celkem 4 000,- Kč. Předposlední položku tvoří občerstvení, které bude zdarma poskytnuto v cíli závodníkům (ovoce, pitný režim), celkem za 6 000,- Kč. Poslední položku tvoří ostatní náklady, kam jsou zařazeny např. reflexní vesty pro koordinátory (40 ks za 50,- Kč/1ks), barvy na obličej (5 ks za 600,- Kč/1ks), startovací čísla (600 ks za 20,- Kč/1ks), dřevěné účastnické medaile (600 ks za 100,- Kč/1ks), vítězné medaile (60 ks za 270,- Kč/1ks), balíčky pro děti s drobnými odměnami (300 ks za 100,-Kč/1ks), proteinová tyčinka, která je součástí startovacího balíčku (400 ks za 30,- Kč/1ks), papírové tašky (600 ks za 3,- Kč/1ks) a sportovní čelenky s motivem závodu, které budou možné k zakoupení (600 ks za 150,- Kč/1ks). Celkové předpokládané náklady na projekt včetně rezerv činí 1 900 tis. Kč. Odměny pro výherce budou zajištěny ze strany sponzorů. Elektrickou energii lze po dohodě čerpat z obecních rozvaděčů, k vyúčtování dojde až po skončení akce dle spotřebované energie. Veškeré ceny jsou stanoveny na základě průzkumu veřejných nabídek od zprostředkovatelů daných služeb.

Tabulka 8 Předpokládané náklady na projekt v tis. Kč (vlastní zpracování)

Náklady	Cena v tis. Kč
Personální zajištění	1 600
Pronájem vybavení	25
Vybavení k monitoringu závodu	7
Grafika	15
Propagace	4
Občerstvení	6
Ostatní	230
Celkové náklady	1 900

9.1.3 Riziková analýza

Pořádání sportovní akce s sebou nese určitá rizika, kterým se nelze přímo vyhnout, ale můžeme je pomocí vhodných nástrojů eliminovat. Rozlišujeme především finanční, sociální, komunikační, personální a projektová rizika. Rizika můžeme dále lišit podle vnějších a vnitřních faktorů.

První skupina jsou rizika s vnitřními faktory. Prvním rizikem, které může nastat v daném projektu je nedostatek finančních prostředků, zde je pravděpodobnost výskytu na střední úrovni, avšak míra dopadu by byla vysoká. Tomuto finančnímu riziku lze předejít včasným oslovením sponzorů akce, sestavením předběžného rozpočtu, případně zajištění vhodného dotačního programu. Dále může dojít ke špatné organizaci závodu, zde je pravděpodobnost na střední úrovni, jelikož personální zajištění je z velké části tvořeno brigádníky, dopad by to mohlo mít vysoký, jelikož by to ohrozilo průběh akce. Aby se předešlo špatné organizaci je třeba proškolit všechny osoby, které se podílí na organizaci akce a zároveň zajistit komunikační nástroje mezi jednotlivými osobami (vysílačky, telefonní komunikace). Rovněž se akce může potýkat s nedostatkem personálu, zde je pravděpodobnost výskytu střední a dopad rizika by byl poměrně vysoký, jelikož by nedošlo ke kvalitní organizaci projektu. Opatřením může být včasně vyvěšení inzerce na vhodně zvolených portálech nebo motivace prostřednictvím finančního ohodnocení. Při organizaci projektu může dojít také ke komunikačnímu riziku, které představuje nedostatečná a špatná komunikace mezi jednotlivými členy projektového týmu, nebo mezi projektovým týmem a sponzory akce, zde je pravděpodobnost výskytu na nízké úrovni, ale dopad by byl vyšší, jelikož by to mohlo ohrozit organizaci akce a její hladký průběh. K eliminaci tohoto rizika napomůžou pravidelné schůzky projektového týmu.

Druhá skupina jsou rizika s vnějšími faktory. V rámci projektu může dojít k nezájmu o akci ze strany cílových skupin, zde je pravděpodobnost výskytu nízká, avšak pokud by riziko nastalo dopad by byl na vysoké úrovni a ohrozilo by to realizaci akce. K eliminaci tohoto rizika je třeba zajistit efektivní a včasnou propagaci, prostřednictvím sociálních sítí, vylepení plakátů na veřejných plakátovacích místech, propagační materiály v infocentrech, a také zvolení vhodných marketingových nástrojů. Průběh akce může vysoce ovlivnit počasí s dešťovými srážkami, jelikož se jedná o venkovní akci a závod probíhá částečně v terénu, podmínky pro závod by se staly nevyhovující. Zároveň by mohlo zmoknout veškeré vybavení a doplňkové aktivity by nebylo možné využít (skákací hrad, malování na obličej). Pravděpodobnost výskytu tohoto rizika je na střední úrovni, ale dopad rizika by

byl na vysoké úrovni. Opatření k eliminaci rizika nelze stanovit, jelikož počasí nelze ovlivnit. Při sportovní akci hrozí vysoké riziko výskytu zranění závodníků. Pokud by se jednalo o zranění menšího rozsahu, míra dopadu na závod je na poměrně nízké úrovni, avšak pokud by se jednalo o zranění většího rozsahu, mohlo by dojít k okamžitému zrušení akce. Toto riziko lze eliminovat povoláním záchranné služby, která bude k dispozici v průběhu celého závodu na celkem dvou stanovištích a budou vzájemně komunikovat se všemi pořadateli a organizátory akce. V současné době je největším rizikem sportovních a kulturních akcí zrušení akce, kvůli opatřením proti pandemii COVID-19 (riziko vyšší moci), pravděpodobnost výskytu je na velmi vysoké úrovni a dopad by byl vysoký, jelikož by došlo k ukončení celého projektu a k finanční ztrátě, dané riziko nelze ovlivnit.

Tabulka 9 Analýza předpokládaných rizik projektu (vlastní zpracování)

Riziko		**Pravděpodobnost výskytu**	**Odhadovaný dopad**	**Opatření k eliminaci rizika**
Vnitřní faktory	Nedostatek finančních prostředků	Střední	9	Včasné oslovení sponzorů akce, sestavení předběžného rozpočtu, zajištění vhodné dotace
	Špatná organizace závodu	Střední	8	Školení, komunikační nástroje
	Nedostatek personálu	Střední	9	Včasné vyvěšení inzerce, motivace
	Špatná komunikace projektového týmu	Nízká	8	Pravidelné schůzky
Vnější faktory	Nezájem o akci	Nízká	10	Zajištění efektivní a včasné propagace a zvolení vhodných marketingových nástrojů
	Počasí	Střední	10	Nelze ovlivnit
	Zranění závodníků	Vysoká	5	Povolání záchranné služby
	Přerušení akce kvůli pandemii COVID-19	Vysoká	10	Nelze ovlivnit

ZÁVĚR

Diplomová práce pojednávala o rozvoji cestovního ruchu v mikroregionu Buchlov. Hlavním cílem práce bylo stanovit klíčové problémy rozvoje cestovního ruchu v daném území a následně navrhnout návrh projektu pro rozvoj cestovního ruchu v dané lokalitě. V první teoretické části byly pomocí literární rešerše představeny teoretické koncepty cestovního ruchu. V druhé praktické části byla charakterizována daná destinace a byly představeny její přírodní, kulturní a realizační předpoklady. Následně byla provedena analýza a hodnocení konceptu destinačního managementu na kterou navázala SWOT analýza, která definovala silné a slabé stránky, příležitosti a hrozby pro rozvoj cestovního ruchu. Na základě získaných dat a poznatků byl navrhnut projekt rozvoje cestovního ruchu.

Analýza a hodnocení konceptu destinačního managementu bylo provedeno na základě semistrukturovaných rozhovorů s vybranými aktéry a stakeholdery cestovního ruchu. Respondenti byli nejdříve oslovení pomocí e-mailu, kde jsem se jim představila a popsala záměr rozhovoru. Rovněž součástí e-mailu byl seznam otázek, které se týkaly dopadu pandemie COVID-19, spolupráce se subjekty cestovního ruchu, využití marketingových nástrojů, dále měli respondenti odpovědět, co je podle nich největší přednost mikroregionu, jaké jsou jeho příležitosti do budoucna, s jakými dlouhodobými problémy se potýkají a jakým hrozbám čelí cestovního ruch v mikroregionu Buchlov. Celkem bylo osloveno 17 respondentů mezi které patřili zástupci obcí, turistických informačních center, organizací destinačního managementu a zástupci historických památek, muzeí a turistických atraktivit. Rozhovory se podařilo uskutečnit s 5 respondenty. S některými dotazovanými se podařilo domluvit osobní schůzku, jiní zvolili písemnou odpověď na e-mail nebo telefonickou komunikaci. V rámci rozhovorů nastal problém především v komunikaci některých oslovených respondentů, kteří nereagovali na oslovení nebo nechtěli odpovídat na dané otázky. Rovněž jsem si vědoma toho, že získané odpovědi mohou být ovlivněny osobními vztahy a respondenti podali svůj subjektivní názor na danou problematiku.

Mikroregion Buchlov je unikátní především pro svou propojenost kulturního a přírodního dědictví. Na území mikroregionu se rozléhá z velké části přírodní park Chřiby, kde se nachází mnoho přírodních atraktivit. Mikroregion je tedy velmi atraktivní pro příznivce sportovního turismu, jelikož se zde nachází síť turistických stezek, které vedou k mnoha turistickým cílům a také cyklostezek a cyklotras. Rovněž se zde nachází mnoho historických památek a turistických atraktivit. Největšímu turistickými centry jsou

především obce Buchlovice, Velehrad a Modrá. V mikroregionu funguje významná spolupráce s Centrálou cestovního ruchu Východní Morava a také s Regionem Slovácko.

Mikroregionu Buchlov však chybí větší spolupráce mezi členskými obcemi. Některé obce spolupracující mezi sebou, avšak je potřeba, aby mikroregion fungoval jako celek, což může výrazně napomoct ke zvýšení propagace celého území a přilákání nových návštěvníků. Je potřeba aby turisticky významná centra spolupracovali s turisticky méně významnými obcemi a napomohli jim tak ke zvýšení návštěvnosti a ke zvýšení atraktivity. K tomu mohou výrazně napomoct vhodně zvolené marketingové nástroje.

Na základě všech získaných dat byl navržen projekt pro rozvoj cestovního ruchu v mikroregionu Buchlov, u kterého je předpokládáno, že přiláká nové návštěvníky sportovního turismu a zároveň zvýší atraktivitu pro obyvatele mikroregionu. Jedná se o projekt „Buchlovice Run“, což je jednodenní sportovní akce pro amatérské běžce a rodiny s dětmi a seniory. Předpokladem pro další rozvoj projektu je, že na základě úspěšnosti se bude periodicky opakovat. U dalších ročníků se bude propozice závodu měnit a budou využity poznatky z předchozích ročníků, které napomůžou k jeho zlepšení a zvýšení efektivity. Projekt mimo jiné může přispět k vzájemné spolupráci mezi jednotlivými obcemi a zároveň zvýší kvalitu života obyvatel, napomůže k veřejnému blahu a posílí regionální soudržnost.

SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

ALLAN M WILLIAMS. Tourism and Tourism Spaces. 1st ed. SAGE Publications Inc, 2004, 311 s. ISBN 0-7619-6991-6

CAPONE, Francesco, ed. Tourist Clusters, Destinations and Competitiveness: Theoretical Issues and Empirical Evidences. 1st ed. London: Routledge, 2016, 187 s. ISBN 978-113-8891-692.

HOLEŠINSKÁ, Andrea a Jitka ZICHOVÁ. Destinační management jako nástroj regionální politiky cestovního ruchu: turismus České republiky. 2. aktualiz. a rozš. vyd. Brno: Masarykova univerzita, Ekonomicko-správní fakulta, 2012, 151 s. ISBN 978-802-1058-477.

MATIAS, Álvaro, Peter NIJKAMP a Manuela SARMENTO, ed. Tourism Economics: Impact Analysis. 1st ed. Berlin: Physica-Verlag, 2011, 293 s. ISBN 978-379-0827-248.

NEJDL, Karel. Management destinace cestovního ruchu. 1. vyd. Praha: Wolters Kluwer Česká republika, 2011, 204 s. ISBN 978-80-7357-673-8.

PALATKOVÁ, Monika a Jitka ZICHOVÁ. Ekonomika turismu: turismus České republiky. 2. aktualiz. a rozš. vyd. Praha: Grada, 2014, 262 s. ISBN 978-802-4736-433.

PALATKOVÁ, Monika. Mezinárodní cestovní ruch: analýza pozice turismu ve světové ekonomice, význam turismu v mezinárodních ekonomických vztazích, evropská integrace a mezinárodní turismus. 1. vyd. Praha: Grada, 2011, 224 s. ISBN 978-80-247-3750-8.

PLZÁKOVÁ, Lucie a Petr STUDNIČKA. Řízení cestovního ruchu v České republice – minulost, současnost, budoucnost. 1. vyd. Praha: Wolters Kluwer, 2014, 204 s. ISBN 978-807-4785-931.

SYROVÁTKOVÁ, Jaroslava. Specifické formy cestovního ruchu. 1. vyd. Liberec: Technická univerzita v Liberci, 2013, 84 s. ISBN 978-807-3729-271.

VANHOVE, Norbert. The Economics of Tourism Destinations. 3rd ed. London: Taylor & Francis, 2017, 384 s. ISBN 978-1-351-26380-1.

WANG, Youcheng a Abraham PIZAM. Destination marketing and management: theories and applications. 1st ed. Oxfordshire: CABI, 2011, 384 s. ISBN 978-1-84593-762-1.

Internetové zdroje

Boršice, 2022©. Mikroregion Buchlov [online]. [cit. 2022-04-19]. Dostupné z: https://www.buchlov.cz/borsice/

Buchlovice, 2022©. Mikroregion Buchlov [online]. 2022© [cit. 2022-03-20]. Dostupné z: https://www.buchlov.cz/buchlovice/

Cestovní ruch – statistický přehled, 2021. Businessinfo.cz [online]. [cit. 2022-03-15]. Dostupné z: https://www.businessinfo.cz/clanky/cestovni-ruch-statisticky-prehled/

CESTOVNÍ RUCH ČESKÉ REPUBLIKY – Ing. Liběna Jarolímková, Ph.D, 2018. Vysoká škola ekonomická v Praze [online]. [cit. 2022-04-19]. Dostupné z: https://kcr.vse.cz/otevrene-vzdelavaci-zdroje%20/

Cestovní ruch, 2021. Evropský parlament [online]. [cit. 2022-03-04]. Dostupné z: https://www.europarl.europa.eu/factsheets/cs/sheet/126/tourism

Dálnice D55, 2022©. Ředitelství silnic a dálnic ČR [online]. [cit. 2022-04-19]. Dostupné z: https://mapapp.rsd.cz/Upload/Stavby/448/infoletak_d55-5506-napajedla-babice.pdf

Hosté a přenocování v hromadných ubytovacích zařízeních, 2022©. Český statistický úřad [online]. [cit. 2022-04-19]. Dostupné z: https://vdb.czso.cz/vdbvo2/faces/cs/index.jsf?page=vystup-objekt&z=T&f=TABULKA&skupId=1330&katalog=31743&pvo=CRU03a&pvo=CRU03a&str=v300&u=v300__VUZEMI__43__592102

Hotel Buchlov, 2022©. Booking.com [online]. [cit. 2022-04-19]. Dostupné z: https://www.booking.com/

Hotel Buchlov, 2022©. Hotel Buchlov [online]. [cit. 2022-04-19]. Dostupné z: https://www.hotelbuchlov.cz/

Hotel Buchlovice, 2022©. Booking.com [online]. [cit. 2022-04-19]. Dostupné z: https://www.booking.com/

Hotel Buchlovice, 2022©. Google.com [online]. [cit. 2022-04-19]. Dostupné z: https://google.com/

Hotel Buchlovice, 2022©. Hotel Buchlovice [online]. [cit. 2022-04-19]. Dostupné z: http://www.hotelbuchlovice.cz/

Infocentrum Velehrad, 2022©. Google.com [online]. [cit. 2022-04-19]. Dostupné z: http://google.com/

Infocentrum Velehrad, 2022©. Velehrad – informační portál poutního místa Velehrad [online]. [cit. 2022-04-19]. Dostupné z: http://www.velehradinfo.cz/infocentrum/

Informační centrum, 2022©. Městys Buchlovice [online]. [cit. 2022-04-19]. Dostupné z: https://www.buchlovice.cz/mestys/informacni-centrum/

INSTITUCE A REGULACE A PODPORA PODNIKÁNÍ V REAKCI NA COVID-19, 2022©. Národní plán obnovy [online]. [cit. 2022-02-23]. Dostupné z: https://www.planobnovycr.cz/instituce-a-regulace-a-podpora-podnikani-v-reakci-na-covid-19

Integrovaná strategie území MAS Buchlov pro období 2014–2020, 2022©. MAS Buchlov [online]. [cit. 2022-04-19]. Dostupné z: https://www.buchlov.cz/2014-2020/strategie-mas-2014-2020/

Koncepce rozvoje venkova, 2022©. Ministerstvo pro místní rozvoj ČR [online]. [cit. 2022-04-19]. Dostupné z: https://www.mmr.cz/cs/ministerstvo/regionalni-rozvoj/regionalni-politika/koncepce-a-strategie/koncepce-rozvoje-venkova

Koncepce státní politiky cestovního ruchu v ČR na období 2014–2020, 2022©. Ministerstvo pro místní rozvoj ČR [online]. [cit. 2022-02-23]. Dostupné z: https://www.mmr.cz/cs/ministerstvo/cestovni-ruch/koncepce-strategie/koncepce-statni-politiky-cestovniho-ruchu-v-cr-(1)

Krizový akční plán cestovního ruchu 2020–2021, 2022©. Ministerstvo pro místní rozvoj ČR [online]. [cit. 2022-04-19]. Dostupné z: https://mmr.cz/cs/ministerstvo/cestovni-ruch/koncepce-strategie/krizovy-akcni-plan-cestovniho-ruchu-2020-2021

Lázně Leopoldov, 2022©. Lázně Leopoldov [online]. [cit. 2022-04-19]. Dostupné z: https://www.lazneleopoldov.cz/

Lovecký zámeček, 2022©. Booking.com [online]. [cit. 2022-04-19]. Dostupné z: https://www.booking.com/

Malý lexikon obcí ČR 2021, 2022©. Český statistický úřad [online]. [cit. 2022-04-19]. Dostupné z: https://vdb.czso.cz/vdbvo2/faces/cs/index.jsf?page=vystup-objekt&z=T&f=TABULKA&skupId=4089&katalog=33335&pvo=MLO202126&pvo=MLO202126&pvokc=65&pvoch=7207#w=

Mikroregion Buchlov, 2022©. Městys Buchlovice [online]. [cit. 2022-03-17]. Dostupné z: https://www.buchlovice.cz/mestys/mikroregion-buchlov/

Mikroregion Buchlov, 2022©. Mikroregion Buchlov [online]. [cit. 2022-03-17]. Dostupné z: https://www.buchlov.cz/uvod-2/

MIKROREGION BUCHLOV, SVAZEK OBCÍ PRO ROZVOJ CESTOVNÍHO RUCHU, 2022©. Zlínský kraj [online]. [cit. 2022-04-19]. Dostupné z: https://www.kr-zlinsky.cz/mikroregion-buchlov-svazek-obci-pro-rozvoj-cestovniho-ruchu-cl-2826.html

Modrá, 2022©. Mikroregion Buchlov [online]. 2022© [cit. 2022-03-20]. Dostupné z: https://www.buchlov.cz/modra/

Muzeum Podhradí, 2022©. Městys Buchlovice [online]. [cit. 2022-04-19]. Dostupné z: https://www.buchlovice.cz/mestys/volny-cas/muzeum-podhradi/

Muzeum sklářství, 2022©. Slovácko [online]. 2022© [cit. 2022-03-24]. Dostupné z: https://www.slovacko.cz/misto/muzeum-sklarstvi/

O Centrále cestovního ruchu Východní Moravy, 2022©. Centrála cestovního ruchu Východní Moravy o.p.s. [online]. [cit. 2022-04-19]. Dostupné z: https://www.ccrvm.cz/doc/o-nas-1

O nás, 2022©. Slovácko [online]. [cit. 2022-04-19]. Dostupné z: https://www.slovacko.cz/o-nas/

O Živé vodě – Areál, 2022©. Živá voda Modrá [online]. 2022© [cit. 2022-03-20]. Dostupné z: https://www.zivavodamodra.cz/areal

Orgány MAS, 2022©. MAS Buchlov [online]. [cit. 2022-04-19]. Dostupné z: https://www.buchlov.cz/o-nas/organy-mas-1/

Osvětimany, 2022©. Mikroregion Buchlov [online]. [cit. 2022-04-19]. Dostupné z: https://www.buchlov.cz/osvetimany/

OVATION Switzerland, 2022©. Meetings.myswitzerland.com [online]. [cit. 2022-03-15]. Dostupné z: https://meetings.myswitzerland.com/en/service/service-providers/organisations/ovation-switzerland/

Povodňový plán, 2022©. Městys Buchlovice [online]. [cit. 2022-03-29]. Dostupné z: https://www.buchlovice.cz/urad/povodnovy-plan/

Představení obce a památky, 2022©. Tupesy [online]. 2022© [cit. 2022-03-24]. Dostupné z: https://tupesy.cz/predstaveni-obce-a-pamatky/

Přehled silnic v okrese Uherské Hradiště, 2022©. Ředitelství silnic Zlínského kraje [online]. [cit. 2022-04-19]. Dostupné z: https://www.rszk.cz/vozovky/silniceuh.php

Rekreační středisko Dopravák, 2022©. Google.com [online]. [cit. 2022-04-19]. Dostupné z: https://www.google.com/

Restaurant penzion u Buchlovského zámku, 2022©. Google.com [online]. [cit. 2022-04-19]. Dostupné z: https://google.com/

Satelitní účet cestovního ruchu, 2021. Český statistický úřad [online]. [cit. 2022-02-23]. Dostupné z: https://www.czso.cz/csu/czso/satelitni_ucet_cestovniho_ruchu

Strategický plán LEADER 2007–2013, 2022©. MAS Buchlov [online]. [cit. 2022-03-26]. Dostupné z: https://www.buchlov.cz/2009-2013/

Strategie komunitně vedeného místního rozvoje MAS BUCHLOV, z. s. na období 2021–2027, 2022©. MAS Buchlov [online]. [cit. 2022-03-26]. Dostupné z: https://www.buchlov.cz/2021-2027/

Strategie regionálního rozvoje ČR 2021+, 2022©. Ministerstvo pro místní rozvoj ČR [online]. [cit. 2022-04-19]. Dostupné z: https://mmr.cz/cs/microsites/uzemni-dimenze/regionalni-rozvoj/strategie-regionalniho-rozvoje-cr-2021

Strategie rozvoje cestovního ruchu ČR 2021–2030, 2022©. Ministerstvo pro místní rozvoj ČR [online]. [cit. 2022-03-15]. Dostupné z: https://www.mmr.cz/cs/ministerstvo/cestovni-ruch/koncepce-strategie/strategie-rozvoje-cestovniho-ruchu-cr-2021-2030

Terárium, 2022©. Skanzen Modrá [online]. 2022© [cit. 2022-03-20]. Dostupné z: https://www.skanzenmodra.cz/terarium.html

The Austrian Tourist Office, 2022©. B2b Austria [online]. [cit. 2022-03-15]. Dostupné z: https://b2b.austria.info/us/about-us-1/the-austrian-national-tourist-office/

Turistické centrum Velehrad, 2022©. Google.com [online]. [cit. 2022-04-19]. Dostupné z: http://google.com/

TURISTICKÉ CENTRUM VELEHRAD, 2022©. Obec Velehrad [online]. [cit. 2022-04-19]. Dostupné z: https://www.velehrad.cz/zakladni-informace-centrum

Turisty nejvyhledávanější místa Česka roku 2020, 2021. CzechTourism [online]. [cit. 2022-02-14]. Dostupné z: https://www.czechtourism.cz/cs-CZ/e60d9d99-f76b-4aa9-8b08-48eee4502f08/article/turisty-nejvyhledavanejsi-mista-v-cesku-za-covidov

Ubytování, 2022©. Městys Buchlovice [online]. [cit. 2022-04-19]. Dostupné z: https://www.buchlovice.cz/mestys/informacni-centrum/ubytovani/?ftresult=ubytov%C3%A1n%C3%AD

UNESCO PAMÁTKY, 2022©. České dědictví UNESCO [online]. [cit. 2022-03-15]. Dostupné z: https://www.unesco-czech.cz/unesco-pamatky/

Velkomoravská poutní cesta, 2022©. Slovácko [online]. [cit. 2022-04-19]. Dostupné z: https://www.slovacko.cz/misto/velkomoravska-poutni-cesta/

Základní informace o agentuře CzechTourism, 2022©. CzechTourism [online]. [cit. 2022-03-15]. Dostupné z: https://www.czechtourism.cz/cs-CZ/O-nas/Zakladni-informace/Zakladni-informace-o-agenture-CzechTourism

Živá voda, 2022©. Skanzen Modrá [online]. 2022© [cit. 2022-03-20]. Dostupné z: https://www.skanzenmodra.cz/ziva-voda.html

SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK

ANTO	Austrian National Tourist Office
CR	Cestovní ruch
ČR	Česká republika
DMC	Destination Management Company
DMO	Destination Management Organization
ETC	The European Travel Commission
EU	Evropská unie
FO	Fyzická osoba
HUZ	Hromadné ubytovací zařízení
IZS	Integrovaný záchranný systém
MAS	Místní akční skupina
MMR ČR	Ministerstvo pro místní rozvoj České republiky
NOK	Národní koordinační orgán
NUTS	Nomenklatura územních statistických jednotek
OECD	Organization of Economic Co-Operation and Development
PO	Právnická osoba
PPP	Public-Private Partnership
PR	Public relations
UNESCO	United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization
UNWTO	World Tourism Organization
WEF	World Economic Forum's
WTO	World Trade Organization

SEZNAM OBRÁZKŮ

Obrázek 1 Poloha a členění Mikroregionu Buchlov (Buchlov.cz, 2022©) 56

Obrázek 2 Podíl stravovacích zařízení v mikroregionu Buchlov v roce 2022 (vlastní zpracování) 80

Obrázek 3 Navrhovaná trasa prvního ročníků běžeckého závodu „Buchlovice Run“ pro amatérské běžce (Mapy.cz; vlastní zpracování) 95

Obrázek 4 Navrhovaná trasa prvního ročníků běžeckého závodu „Buchlovice Run“ pro rodiny s dětmi a seniory (Mapy.cz; vlastní zpracování) 96

SEZNAM TABULEK

Tabulka 1 Základní údaje o jednotlivých obcích na území mikroregionu Buchlov (ČSÚ, 2022©; vlastní zpracování)..... 57

Tabulka 2 Věková struktura obyvatelstva v mikroregionu Buchlov v letech 2017–2021 (ČSÚ, 2022©; vlastní zpracování)..... 59

Tabulka 3 Počet ubytovacích zařízení a počet lůžek v Buchlovicích (Městys Buchlovice, 2022©; vlastní zpracování)..... 77

Tabulka 4 Počet hostů a přenocování v hromadných ubytovacích zařízeních v obci Buchlovice v letech 2016–2020 (ČSÚ, 2022©; vlastní zpracování)..... 77

Tabulka 5 Přehled ubytovacích zařízení v mikroregionu Buchlov (Městys Buchlovice, 2022©; vlastní zpracování)..... 78

Tabulka 6 SWOT analýza (vlastní zpracování)..... 90

Tabulka 7 Harmonogram projektu „Buchlovice Run“ (vlastní zpracování)..... 99

Tabulka 8 Předpokládané náklady na projekt v tis. Kč (vlastní zpracování)..... 100

Tabulka 9 Analýza předpokládaných rizik projektu (vlastní zpracování)..... 102

SEZNAM PŘÍLOH

Příloha P I: Návrh propagačního letáku

PŘÍLOHA P I: NÁVRH PROPAGAČNÍHO LETÁKU