

# **Analýza cestovního ruchu v mikroregionu Luhačovské Zálesí**

Michaela Marková

---

Bakalářská práce  
2008

 Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně  
Fakulta managementu a ekonomiky

---

Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně

Fakulta managementu a ekonomiky

Ústav managementu

akademický rok: 2007/2008

## ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Michaela MARKOVÁ**

Studijní program: **B 6208 Ekonomika a management**

Studijní obor: **Management a ekonomika**

Téma práce: **Analýza cestovního ruchu v mikroregionu  
Luhačovské Zálesí**

Zásady pro vypracování:

Úvod

I. Teoretická část

- Proveďte literární průzkum a zpracujte literární rešerši o cestovním ruchu.

II. Praktická část

- Analyzujte současný stav cestovního ruchu v mikroregionu Luhačovské Zálesí na základě SWOT analýzy.
- Vyhodnoťte průzkum potřeb a požadavků návštěvníků mikroregionu Luhačovské Zálesí.
- Navrhněte možnosti zvýšení turistického ruchu v mikroregionu Luhačovské Zálesí.

Závěr

Rozsah práce: **40 stran**  
Rozsah příloh:  
Forma zpracování bakalářské práce: **tištěná/elektronická**

Seznam odborné literatury:

[1] HORNER, Susan. SWARBROOKE, John. Cestovní ruch, ubytování a stravování, využití volného času: aplikovaný marketing služeb. Praha : Grada, 2003. 488 s. ISBN 80-247-0202-9.

[2] KINCL, Jan a kol. Marketing podle trhů. 1. vyd. Praha : Alfa, 2004. 176 s. ISBN 80-86851-02-8.

[3] KIRÁL'OVÁ, Alžbeta. Marketing destinace cestovního ruchu. 1. vyd. Praha : Ekopress, 2003. ISBN 80-86119-56-4.

[4] MIRVALD, Stanislav a kol. Geografie cestovního ruchu. 3. upravené vyd. Plzeň : ZČU, 1996. ISBN 55-097-96.

[5] PETRŮ, Zdenka. Základy ekonomiky cestovního ruchu. 1. vyd. Praha : Idea servis, 1999. ISBN 1866-050-99.

Vedoucí bakalářské práce: **doc. Ing. Josef Kubík, CSc.**  
Ústav managementu  
Datum zadání bakalářské práce: **21. března 2008**  
Termín odevzdání bakalářské práce: **23. května 2008**

Ve Zlíně dne 21. března 2008

  
doc. Dr. Ing. Drahomíra Pavelková  
*děkan*



  
Ing. Pavla Staňková, Ph.D.  
*ředitel ústavu*

## **ABSTRAKT**

V mé bakalářské práci se zabývám možnostmi zvýšení cestovního ruchu v mikroregionu Luhačovské Zálesí. V teoretické části jsem definovala základní pojmy cestovního ruchu, jeho účastníky, rozdělení, předpoklady rozvoje a především marketing cestovního ruchu, který je podkladem pro praktickou část.

Praktická část je věnována analýze současného stavu mikroregionu Luhačovské Zálesí. Podrobněji jsem popsala nejvýznamnější města a obce mikroregionu. Dotazníkovým šetřením jsem získala informace od návštěvníků i obyvatel mikroregionu - tyto se staly podkladem pro vypracování SWOT analýzy a návrhů na zvýšení cestovního ruchu, které jsem podrobila nákladové analýze.

**Klíčová slova:** cestovní ruch, marketing cestovního ruchu, marketingová strategie, SWOT analýza, mikroregion Luhačovské Zálesí

## **ABSTRACT**

My bachelor's thesis deals with the opportunities available for increasing tourism in the Zálesí region of Luhačovice. In the theoretical part I have defined the basic terms in the tourist trade, its participants, local and international visitors and the possibility for the development and marketing of tourism, which is the basis of the practical part.

The practical part includes an analysis of the current situation of area in Zálesí. I have described most towns and villages of the region in some detail. I have interviewed visitors and inhabitants – it was the basis for working-out the SWOT analysis and the proposal for increasing in the tourist trade which I have subjected to costs analysis.

**Keywords:** tourism, tourism marketing, marketing strategy, SWOT analysis, Zálesí region of Luhačovice



*„Vize bez činů jsou pouhým snem.*

*Činy bez vize jsou ztrátou času.*

*Vize následované činy mohou změnit svět.“*

*(J. Barker)*

Na tomto místě bych ráda poděkovala vedoucímu mé bakalářské práce doc. Ing. Josefu Kubíkovi, Csc. za odbornou pomoc, cenné rady a připomínky. Zároveň děkuji panu Stanislavu Bartošovi, starostovi obce Ludkovice, že mi poskytl možnost zpracovat bakalářskou práci pod záštitou Obecního úřadu Ludkovice a panu Antonínovi Gallovi, starostovi obce Provodov za poskytnuté informace.

# OBSAH

<b>ÚVOD</b> .....	<b>8</b>
<b>I TEORETICKÁ ČÁST</b> .....	<b>9</b>
<b>1 VYMEZENÍ CESTOVNÍHO RUCHU</b> .....	<b>10</b>
1.1 DEFINICE CESTOVNÍHO RUCHU .....	10
1.2 DRUHY CR .....	10
1.2.1 Podle délky pobytu.....	10
1.2.2 Podle místa pobytu.....	11
1.2.3 Podle typu účastníků .....	11
1.2.4 Podle způsobu a organizace zabezpečení služeb.....	11
1.2.5 Podle motivu a cílů.....	12
1.3 ÚČASTNÍCI CESTOVNÍHO RUCHU	
13	
<b>2 PODMÍNKY A PŘEDPOKLADY ROZVOJE CESTOVNÍHO RUCHU</b> .....	<b>14</b>
2.1 PŘÍRODNÍ PODMÍNKY .....	14
2.2 KULTURNĚ-HISTORICKÉ PŘEDPOKLADY .....	14
2.3 ÚROVEŇ URBANIZACE.....	15
2.4 SOCIOLOGICKÉ A EKOLOGICKÉ PŘEDPOKLADY .....	15
2.5 DEMOGRAFICKÁ STRUKTURA .....	16
2.6 POLITICKÉ PŘEDPOKLADY.....	16
2.7 DOPRAVNÍ PŘEDPOKLADY .....	17
2.8 PŘEDPOKLADY MATERIÁLNĚ TECHNICKÉ ZÁKLADNY.....	17
<b>3 PŘÍNOSY A DOPADY CESTOVNÍHO RUCHU</b> .....	<b>20</b>
3.1 POZITIVNÍ PŘÍNOSY A DOPADY.....	20
3.2 NEGATIVNÍ DOPADY .....	21
<b>4 MARKETING CESTOVNÍHO RUCHU</b> .....	<b>24</b>
4.1 SPECIFIKA CESTOVNÍHO RUCHU .....	24
4.2 ORGANIZACE CESTOVNÍHO RUCHU V DESTINACI .....	25
4.3 MARKETINGOVÝ VÝZKUM.....	26
4.3.1 Kvantitativní výzkum.....	27
4.3.2 Kvalitativní výzkum.....	28
4.4 SWOT ANALÝZA .....	28
4.5 MARKETINGOVÁ STRATEGIE .....	29
4.5.1 Marketingový mix .....	29
<b>5 POSTAVENÍ CESTOVNÍHO RUCHU</b> .....	<b>31</b>
5.1 POSTAVENÍ CESTOVNÍHO RUCHU V ČESKÉ REPUBLICE .....	31
5.1.1 Cestovní ruch České republiky v roce 2007 v číslech .....	32

5.2	POSTAVENÍ CESTOVNÍHO RUCHU V EVROPĚ .....	33
5.3	ZÁVĚRY Z TEORETICKÉ ČÁSTI .....	34
<b>II PRAKTICKÁ ČÁST .....</b>		<b>35</b>
<b>6 CHARAKTERISTIKA MIKROREGIONU .....</b>		<b>36</b>
6.1	HISTORIE MIKROREGIONU LUHAČOVSKÉ ZÁLESÍ .....	38
6.2	PŘÍRODNÍ PODMÍNKY .....	39
6.3	NEJVÝZNAMNĚJŠÍ OBCE MIKROREGIONU .....	40
6.3.1	Březůvky .....	40
6.3.2	Luhačovice .....	41
6.3.3	Pozlovice .....	44
6.3.4	Provodov .....	45
6.3.5	Slavičín .....	46
6.3.6	Velký Ořechov .....	49
<b>7 ANALÝZA MIKROREGIONU LUHAČOVSKÉ ZÁLESÍ.....</b>		<b>51</b>
7.1	ANALÝZA UBYTOVACÍCH ZAŘÍZENÍ V MIKROREGIONU .....	51
7.2	DOTAZNÍKOVÉ ŠETŘENÍ – ANALÝZA POŽADAVKŮ NÁVŠTĚVNÍKŮ .....	51
7.3	ANALÝZA SWOT .....	58
<b>8 NÁVRHY NA ZVÝŠENÍ CESTOVNÍHO RUCHU V MIKROREGIONU LUHAČOVSKÉ ZÁLESÍ.....</b>		<b>61</b>
8.1	NAUČNÁ CYKLOSTRASA .....	61
8.1.1	Projekt Cyklisté vítání .....	64
8.2	ROZHLEDNA .....	65
8.3	NÁKLADOVÁ ANALÝZA .....	67
8.3.1	Nákladová analýza cyklotrasy .....	67
8.3.2	Nákladová analýza rozhledny .....	68
8.4	PROPAGACE .....	68
8.4.1	Propagace v zahraničí .....	70
8.5	ZÁVĚRY Z PRAKTICKÉ ČÁSTI .....	70
<b>ZÁVĚR.....</b>		<b>72</b>
<b>SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY .....</b>		<b>76</b>
<b>SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK .....</b>		<b>80</b>
<b>SEZNAM OBRÁZKŮ .....</b>		<b>81</b>
<b>SEZNAM TABULEK.....</b>		<b>82</b>
<b>SEZNAM PŘÍLOH.....</b>		<b>83</b>

## ÚVOD

Cestovní ruch se stal v posledních desetiletích významným celosvětovým fenoménem, zejména jako důležitá součást tzv. průmyslu volného času. Jeho ekonomické, ekologické, sociální, politické, kulturní a mnohé další dopady jsou neoddiskutovatelnou součástí proměn dnešního světa. Cestovní ruch představuje u nás i ve světě velmi dynamicky se rozvíjející segment ekonomiky. Svým objemem tržeb se řadí ve světě na třetí místo za petrochemický a automobilový průmysl a rovněž rozsahem zaměstnanosti a tvorbou kvalitních pracovních příležitostí patří mezi nejvýznamnější ekonomická odvětví. Cestovní ruch má významný vliv na rozvoj ekonomicky slabších regionů, jeho dlouhodobý rozvoj je podmíněn zachováním zdravého životního prostředí a atraktivního území a při jeho rozvíjení je nutno zohledňovat principy udržitelného rozvoje.

Každá destinace má jiné předpoklady pro rozvoj cestovního ruchu, je třeba vyzdvihnout její klady, minimalizovat nedostatky, pracovat s příležitostmi a vytvořit z nich silné stránky. Je nutné budovat kvalitní materiálně-technickou základnu pro návštěvníky a destinaci vhodně prezentovat a vzbudit o ni zájem.

Mikroregion Luhačovské Zálesí nabízí turistům a návštěvníkům čisté životní prostředí, krásnou rozmanitou přírodu, architektonické zajímavosti i kulturní vyžití. Cestovní ruch se ovšem zaměřuje na lázeňské město Luhačovice a okolní obce stojí v jeho pozadí.

Ačkoliv se to na první pohled nezdá, počet návštěvníků a pacientů Luhačovic i celého mikroregionu neustále pozvolna klesá.

Proto jsem se rozhodla zpracovat bakalářskou práci, která by poukázala na skutečnost, že *oblast celého mikroregionu Luhačovské Zálesí* je turisticky zajímavá. Důvodem, proč jsem se rozhodla právě pro mikroregion Luhačovské Zálesí, je, že jsem se zde narodila a mám k němu kladný vztah.

Cílem mé bakalářské práce je zjistit možnosti zvýšení turistického potenciálu celého mikroregionu, které by vedly k rozšíření nabídky pro kvalitní trávení volného času a aktivním zapojením obcí mikroregionu by zajistily růst návštěvnosti celého mikroregionu Luhačovské Zálesí.

Doufám, že tato bakalářská práce bude přínosem pro Luhačovský mikroregion a přispěje k rozšíření okruhu turistických návštěvníků, kteří ho budou vyhledávat.

## **I. TEORETICKÁ ČÁST**

# 1 VYMEZENÍ CESTOVNÍHO RUCHU

## 1.1 Definice cestovního ruchu

**Cestovní ruch** (dále jen CR) je činnost osoby cestující na přechodnou dobu (u mezinárodního CR maximálně jeden rok, u domácího šest měsíců) do místa mimo své trvalé bydliště, přičemž hlavní účel její cesty je jiný, než vykonávat výdělečnou činnost v navštíveném místě.

Cílem účastníků cestovního ruchu je rekreace, poznávání a navazování kontaktů s lidmi ve volném čase. Cestovní ruch je realizován hlavně v rekreačním prostoru, který má příznivé přírodní podmínky s minimálním narušením, ale i ve městech s atraktivními lidskými výtvo-ry. CR zabezpečuje potřebu člověka se realizovat v souvislosti s růstem životní úrovně a prodlužováním délky volného času. Umožňuje mu uplatnit jeho společenské potřeby, jako např. odpočinek, změnu prostředí, potřebu poznávání, získávání nových dojmů a estetických vjemů, seberealizaci, možnost komunikace a získávání prestiže.

Cestovní ruch může pomáhat zvyšovat životní úroveň lidí žijících v dané oblasti a to prostřednictvím ekonomických přínosů, které jsou do oblasti vnášeny v podobě tržeb za realizované služby. Navíc rozvojem infrastruktury mohou vznikat nové pracovní příležitosti.

Ideálně by měl cestovní ruch být rozvíjen v daném území tak, aby to odpovídalo kulturním, historickým i ekonomickým tradicím místa. Řádně usměrňovaný a řízený rozvoj cestovního ruchu může maximalizovat výhody z toho vyplývající a minimalizovat případné negativní dopady zintenzivněné činnosti lidí v daném regionu. [13]

## 1.2 Druhy CR

Cestovní ruch lze rozlišovat podle různých kritérií:

### 1.2.1 Podle délky pobytu

- *krátkodobý* – pobyt mimo trvalé bydliště do 3 dnů (nejvýše 2 přenocování)
- *dlouhodobý* – pobyt trvá déle než 3 dny, nikoliv však déle než 6 měsíců

### 1.2.2 Podle místa pobytu

- *domácí* – cestovní ruch, při němž účastníci nepřekračují státní hranice své vlastní země

- *zahraniční*
  - příjezdový (aktivní) – znamená příjezdy a pobyt zahraničních návštěvníků; z pohledu příslušného státu je přínosem platebních prostředků a přispívá k aktivní straně platební bilance
  - výjezdový (pasivní) – znamená vycestování vlastních občanů do zahraničí a jejich pobyt v zahraničí; představuje výdej platebních prostředků do zahraničí a zatěžuje pasivní stranu platební bilance
- *mezinárodní*
  - vnitřní CR – zahrnuje pohyb a pobyt účastníků CR uvnitř hranic jednoho státu, tedy souhrn účastníků domácího a příjezdového cestovního ruchu
  - národní CR – zahrnuje pohyb a pobyt účastníků CR uvnitř vlastní země a mimo ni, tedy souhrn účastníků domácího a výjezdového cestovního ruchu

### 1.2.3 Podle typu účastníků

- *skupinový CR* – takový CR, kdy cestuje formální (např. podnikový) kolektiv nebo jinak vytvořená neformální skupina
- *individuální CR* – účastník cestuje sám nebo se svou rodinou

Skupinový i individuální cestovní ruch může být:

### 1.2.4 Podle způsobu a organizace zabezpečení služeb

- *neorganizovaný CR* – vše potřebné si zajišťuje účastník sám, resp. pouze částečně využívá služeb cestovní kanceláře, např. k výměně valut, prodeji lodních lístků apod.
- *organizovaný CR* – cestu i pobyt zajišťuje organizace, zejména cestovní kanceláře [12]

### 1.2.5 Podle motivu a cílů

- *rekreační*, realizovaný ve vhodném přírodním prostředí s cílem odpočinku, reprodukce a zlepšení fyzické a psychické kondice,

- *kulturně-poznávací*, zaměřený na poznávání historie, kultury, tradic a zvyků vlastního i jiných národů, základem jsou stavební a architektonické památky, umělecká díla, přírodní zajímavosti, společenské události,
- *náboženský*, jako jsou návštěvy poutních a posvátných míst, církevních památek a účast na církevních obřadech a oslavách,
- *vzdělávací*, jehož cílem je něco nového se naučit, poznat,
- *společenský*, kdy jde o setkávání příbuzných, vytváření přátelských vztahů a známostí lidí se stejnými zájmy a zálibami, o společenský život,
- *zdravotní (lázeňsko-léčebný)*, zahrnující zdravotní prevenci, rehabilitaci, rekonvalescenci i léčení následků nemocí v lázních či jiných zdravotně příznivých prostředích,
- *sportovní*, kdy jde nejen o vlastní sportovní aktivity na upevnění fyzické kondice, ale i pasivní diváctví na sportovních akcích,
- *poznávání přírody* v podobě návštěv přírodních rezervací, národních parků, specifickým typem je ekoturistika, kdy se z hlediska motivů hovoří o návratu k přírodě,
- *dobrodružný*, spojený s nebezpečím (adrenalinové sporty), testováním fyzických a psychických vlastností účastníků,
- *profesní*, zahrnující obchodní služební cesty, účast na kongresech, veletrzích a výstavách a incentívni (odměňující, povzbuzující) cestovní ruch, který má zlepšit vztahy se zaměstnanci, příp. se zákazníky,
- *politický* cestovní ruch zahrnuje sjezdy, mítinky politických stran, upevňování česko-slovenských vztahů při setkávání prezidentů,
- *nákupní* cestovní ruch představuje cesty za nákupy,
- *specifický*, jako je například turistika pro vozíčkáře nebo seniory [1].

### 1.3 Účastníci cestovního ruchu

Účastníky cestovního ruchu jsou:

- **návštěvník** – každá osoba cestující do jiného místa, v němž nemá trvalé bydliště
- **výletník** – jednodenní návštěvník, který v novém místě nepřenocuje



- **krátkodobě pobývající turista** – návštěvník, který v novém místě přenocuje nejvíce dvakrát
- **turista na dovolené** – návštěvník, který přenocuje nejméně 3krát
- **stálý obyvatel (rezident)** – osoba, která v daném místě žije alespoň šest po sobě jdoucích měsíců

Důležitým pojmem v cestovním ruchu je destinace. **Destinace cestovního ruchu** je přirozeným celkem, který má z hlediska podmínek rozvoje cestovního ruchu jedinečné vlastnosti, odlišné od jiných destinací. Podle Světové organizace cestovního ruchu (WTO)<sup>1</sup> představuje destinace místo s atraktivitami a s nimi spojenými zařízeními a službami cestovního ruchu, které si účastník cestovního ruchu nebo skupina vybírá pro svou návštěvu a které poskytovatelé přinášejí na trh [6].

Destinace představuje sociálně-kulturní jednotku fyzickou (geografická lokalita) stejně jako nehmotnou (historie, lidé, tradice). Pojem destinace nemusí nutně označovat jen to, co skutečně existuje, ale i určitý mentální koncept v myslích klientů. Destinace je ovlivňována nejen současností, ale i minulostí [9].

---

<sup>1</sup> Světová organizace cestovního ruchu (WTO) je vedoucí mezinárodní organizací cestovního ruchu. Sdružuje 142 států jako řádných členů a na 350 přidružených členů (pozorovatelů), kterými jsou zástupci soukromého sektoru, vzdělávací instituce, asociace CR, lokální vlády apod. Základním úkolem WTO je propagace, podpora a rozvoj mezinárodního cestovního ruchu s cílem napomáhat hospodářskému rozvoji členských zemí, mezinárodnímu porozumění a všeobecnému respektování a dodržování lidských práv a základních svobod. Sídlem WTO je Madrid [24].

## 2 PODMÍNKY A PŘEDPOKLADY ROZVOJE CESTOVNÍHO RUCHU

Vznik a další rozvoj cestovního ruchu je projevem hlavně dvou lidských potřeb, a to:

- **potřeby rekreace**, tj. oddychu (odpočinku)
- **potřeby bezprostředního poznávání** [12].

### 2.1 Přírodní podmínky

Umožňují regeneraci fyzických i duševních sil, neboť přinášejí změny životních stereotypů civilizované společnosti. Přírodní podmínky mění svoji hodnotu pro cestovní ruch v různých ročních obdobích.

Stále příjemné klima bez velkých výkyvů a extrémních charakteristik je významným činitelem cestovního ruchu. Pro letní sezónu je teplota vzduchu, srážky a sluneční svit limitujícím faktorem. Zimní sezónní CR je závislý na teplotách pod bodem mrazu, výšce sněhové pokrývky a její prostorové souvislosti. V oblastech s mlhami, s pravidelnými srážkami, s větrným počasím a inverzními situacemi nejsou předpoklady pro intenzivnější CR.

Vodstvo ovlivňuje CR zejména v letní sezóně. Důležitým činitelem jejich využití pro účely CR je přístup k vodě, využitelnost břehů pro rekreaci a kvalita dna. U moří se cení nejvíce písčité pláže, které nemají příliš jemný písek. Přitažlivost podzemních vod je dána jejich léčebnými účinky, teplotou (termální voda), vydatností a formou vývěru.

Reliéf určuje místo výskytu CR – atraktivní jsou kontrastní formy reliéfu, jež vytvářejí skalní města, soutěsky, kaňony, krasové jevy. Příroda jako celek přitahuje svojí unikátností a exotičností. Cílem turistů bývají často chráněná území, k nimž náleží zejména národní parky.

### 2.2 Kulturně-historické předpoklady

Patří k nim objekty kulturní činnosti a život lidí v kontextu historického vývoje společnosti. Atraktivita kulturně-historických památek je stanovena hierarchickým členěním na světové, národní a lokální. V případě jejich značné koncentrace vznikají velkoplošné komplexy, chráněné v městských památkových rezervacích.

Kulturně-historické památky můžeme členit na:

- národní kulturní památky
- památkové rezervace
- národně-historické památky – pamětní domy, hřbitovy, památníky, pomníky
- urbanistické památky – architektonické zvláštnosti sídel, skanzeny
- výtvarné památky – umístěné v muzeích, galériích, parcích
- parky a zahrady, rozhledny
- památky lidové kultury – zachycující etnografické zvláštnosti, součástí je lidová architektura, lidové kroje a zvyky, lidové výrobky
- historické stavby – hrady, zámky, tvrze.

### 2.3 Úroveň urbanizace

Stupeň urbanizace stále ovlivňuje účast obyvatel na cestovním ruchu. Ve velkých městech s větší hustotou zalidnění, se soustředěnou zástavbou a nižší kvalitou bydlení, je tendence obyvatel více cestovat. Obvykle tu bývá narušené životní prostředí a lidé tu více touží po návratu k přírodě, neboť jsou po většinu času obklopeni umělým prostředím. Obyvatelé jsou tu permanentně vystaveni exhalacím, hluku i nepříznivému vlivu rozsáhle zastavěných ploch. Vlastníci menších bytů mají větší potřebu pobývat v přírodním prostředí, které jim přináší kompenzaci nedostatečného životního prostoru.

### 2.4 Sociologické a ekologické předpoklady

Účast v cestovním ruchu pozitivně stimuluje vlastnictví auta, které usnadňuje mobilitu a využití pestřejších druhů i forem cestovního ruchu. Vlastnictví rekreačního objektu vyvolává také zvýšenou aktivitu, avšak zaměřenou jednostranně na víkendovou rekreaci.

CR ve vyspělých zemích se stává jednou z hlavních položek při výdajích domácností. Proto vyšší příjmy často podminují intenzivnější cestování. Vzhledem k tomu, že typickým znakem CR je cestování ve volném čase, je jeho délka přímo úměrná účasti obyvatel. Lidé zaměstnaní v soukromých službách nemají tolik možností cestovat jako ostatní zaměstnanci.

Kvalita životního prostředí v bydlišti ovlivňuje rozhodování obyvatel o vycestování z bydliště. V narušených zdevastovaných krajinách je snaha obyvatel opouštět bydliště při každé

příležitosti. Naopak v regionech s harmonickým prostředím, kde je rovnovážný stav všech složek v krajině, je potřeba cestování podstatě menší.

## 2.5 Demografická struktura

Lidé různého věku se podílejí na cestovním ruchu s rozdílnou intenzitou. Častějšími účastníky jsou mladší věkové skupiny, zvláště v rozmezí 15 – 39 let. Ani podíl mužů a žen není v rovnováze, častěji cestují muži.

Rodinný stav a počet dětí ovlivňují možnost cestování. Lepší předpoklady mají svobodní a rodiny s menším počtem dětí. Početnější rodiny s malými dětmi mají ztíženou mobilitu a někdy také nedostatek finančních prostředků.

Potřeba cestování je stimulována i vzděláním, vzdělanější lidé mívají obvykle větší potřebu poznávat a tím cestovat.

## 2.6 Politické předpoklady

V zahraničním cestovním ruchu mají determinující charakter politická opatření, jež jsou odrazem situace v daném státě. Možnost vycestovat z vlastní země je ovlivněna státní politikou, která může mít pozitivní anebo negativní přístup k rozvoji cestovního ruchu.

K hlavním bariérám státní politiky ve vztahu k cestovnímu ruchu patří způsob získávání cestovního pasu, povolení vycestování, možnost navštívit určitý stát. Aktivní účast na CR podporuje bezvízový styk a směnitelnost vlastní měny.

## 2.7 Dopravní předpoklady

Doprava zprostředkovává spojení mezi trvalým bydlištěm účastníků cestovního ruchu a rekreační oblastí. Při vyhodnocování dopravních předpokladů je důležité se zaměřit na analýzu dostupnosti oblastí CR a dopravní situace přímo v místě, kde se CR realizuje.

Rozhodování o druhu použitého dopravního prostředku je ovlivněno vzdáleností, formou cestovního ruchu a dostupností krajiny pro jednotlivé dopravní prostředky. Na kratší vzdálenosti je výhodnější silniční doprava. Vlaky se používají nejčastěji na střední vzdálenosti. Nejvzdálenější cestování a návštěva ostrovů jsou realizovány leteckými linkami. Námořní doprava mezi kontinenty se již používá spíše jako atraktivní zážitek na výletních lodích.

Více se využívá rekreačních plaveb. V případě potřeby častých kontaktů s prostředím (ná-  
vštěva více lokalit), je účastníky CR nejžádanější automobilová a autobusová doprava [7].

## 2.8 Předpoklady materiálně technické základny

Materiálně technická základna (MTZ) je tvořena souhrnem hmotných prostředků, které  
slouží k realizaci účasti na CR, k tvorbě a realizaci služeb pro účastníky CR a ke splnění  
očekávaných cílů této účasti.

Svým objemem a výkony služeb se může stát i limitujícím faktorem rozvoje CR v území a  
její skladba a rozmístění na území ovlivňuje efektivnost a rentabilitu podnikání v oblasti CR  
a rekreace.

Zařízení, která jsou zahrnována do MTZ však neslouží pouze účastníkům cestovního ruchu  
jak by se mohlo zdát z výše uvedené definice. CR v sobě totiž zahrnuje pohyb a pobyt mimo  
místo trvalého bydliště za účelem rekreace, poznávání atd., a s tím je spojena i řada činností  
a služeb, které jsou využívány i ostatními lidmi. Takovýmito službami mohou být např.  
služby obchodní sítě, bankovní či dopravní služby nebo služby poskytované sportovními a  
kulturními zařízeními. Tato zařízení také většinou vznikají jako součást občanské vybave-  
nosti sídel.

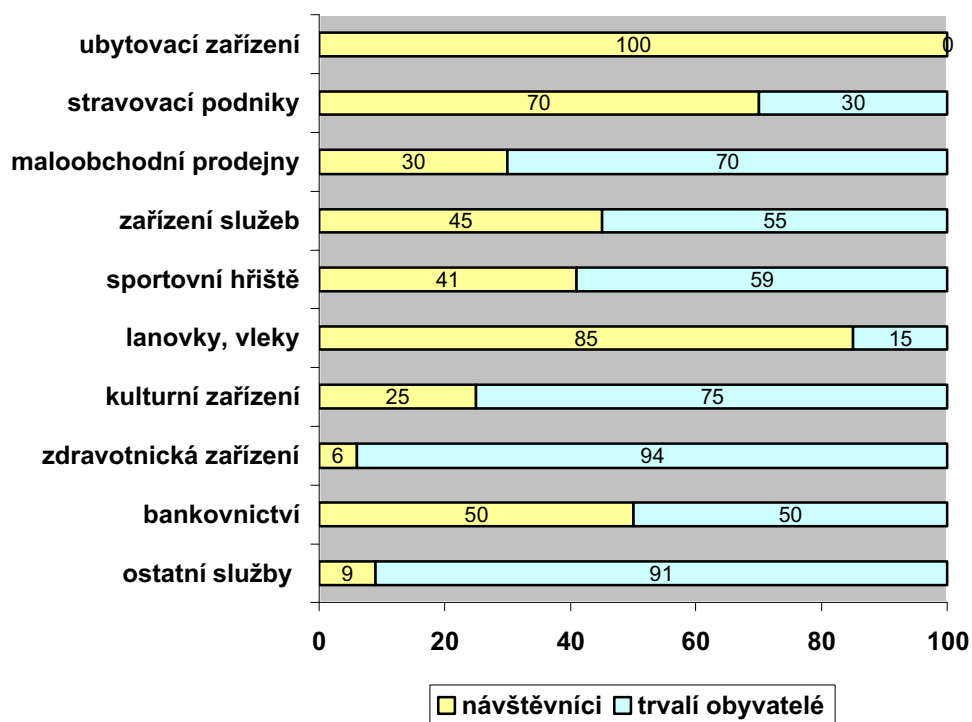
Z pohledu **občanské vybavenosti** dělíme MTZ na:

- *využívanou* – ta je tvořena zařízeními sloužícími obyvatelstvu i účastníkům CR
- *vlastní* – to jsou zařízení, která převážně nebo výlučně slouží účastníkům CR domácího  
i zahraničního [13].

Zařízení MTZ členíme **podle účelu**, kterému slouží, na:

- 1) *základní* – sem řadíme zařízení poskytující základní služby pro účastníky CR, jsou to:
  - a) ubytovací zařízení – bývají často ohniskem rozvoje středisek CR. Jejich úroveň je dá-  
na kvalitou ubytování a počtem lůžek. Dají se rozdělit na pevná hromadná ubytovací za-  
řízení a na pohyblivá ubytovací zařízení
  - b) stravovací zařízení – mají výrazný vliv na CR ve městech, při hlavních komunikacích  
a v centrech pěší turistiky
  - c) dopravní zařízení

- 2) *doplňková* – do této skupiny patří sportovní, kulturní a zábavní zařízení. U náročnějších turistů nabývají na popularitě a zvyšují podíl na výdajích účastníků CR
- 3) *speciální* – zařazujeme sem cestovní kanceláře, informační centra, směnárny
- 4) *všeobecně prospěšná* – poskytují služby místnímu obyvatelstvu, avšak také účastníkům CR. Jedná se např. o zdravotnická zařízení, policii, komunální služby [7].



Obrázek 1 Využívání MTZ návštěvníky a obyvateli [13, s. 37]

### 3 PŘÍNOSY A DOPADY CESTOVNÍHO RUCHU

Bylo by krátkozraké tvrdit, že rozvoj CR a příliv návštěvníků mají jen pozitivní vliv na ekonomiku, a nebrat v úvahu jeho možný negativní vliv na přírodní prostředí, na supra a infrastrukturu apod. V této souvislosti je nutná určitá regulace rozvoje CR tak, aby byl dlouhodobě udržitelným.

#### 3.1 Pozitivní přínosy a dopady

V oblasti ochrany životního prostředí se CR stává pro destinaci přínosem především, když:

- jsou příjmy ze vstupného použity na financování ochrany přírody
- daně a poplatky pomáhají financovat ochranu přírodních zdrojů
- přispívá k uznání důležitosti ochrany životního prostředí veřejností a k výchově místních obyvatel k jeho ochraně
- důsledkem atraktivity přírodního prostředí a přírodních zdrojů pro CR je vytvoření národních parků, přírodních rezervací apod.
- vytváří pracovní příležitosti a tím může zabránit devastování přírodního prostředí místními obyvateli (např. pytláčení, ilegální kácení lesů apod.)
- reguluje počty návštěvníků v chráněných územích.

Pozitivní působení CR v **sociálně-kulturní oblasti** se v destinaci projevuje

- vytvářením pracovních míst a podporou sociálního rozvoje, přerozdělením příjmů, zmírňováním chudoby, což má za následek posilování komunity v destinaci
- prostřednictvím kulturně-výchovné funkce CR, kdy se lidé kontaktují a vnitřně se navzájem obohacují, ztrácejí předsudky
- prostřednictvím funkce CR jako mírotvorného činitele
- zvyšováním životního standardu místních obyvatel, kdy mohou využívat zařízení vybudovaná pro návštěvníky destinace
- prostřednictvím záchrany kulturních tradic, historie, tradičních řemesel apod.

- zainteresováním místních obyvatel na ochraně přírodních a kulturních hodnot, stimulací jejich pocitu hrdosti na tradice a historii.

**V ekonomické oblasti** je pozitivní vliv CR na destinaci markantní především

- ve zlepšení platební bilance státu prostřednictvím aktivního CR
- prostřednictvím daní a poplatků zvyšujících příjmy do místních i do státního rozpočtu
- v oblasti podpory rozvoje malého a středního podnikání
- ve zvyšování zaměstnanosti
- v oblasti stimulování investic do místní infrastruktury (vodovody, kanalizace, elektrifikace, telekomunikace, silniční a železniční síť, letiště) apod.

### 3.2 Negativní dopady

Negativní dopad CR **na životní prostředí** se projevuje především v případě, kdy počet návštěvníků destinace překročí míru únosnosti a životní prostředí ztratí schopnost vypořádat se s nadměrným využíváním bez znatelných změn, což může vést nejen k jeho oslabení, ale i k jeho zničení. Nejmarkantněji se v této souvislosti projevuje neúměrné využívání přírodních zdrojů, znečišťování přírodního prostředí či fyzické znečišťování, a to

- eroze půdy způsobená odlesňováním
- zamoření ovzduší, půdy a vody
- hluk
- vznik lesních požárů z nedbalosti návštěvníků
- estetické znečištění přírodního prostředí
- zvýšená spotřeba místních zdrojů (energie, potravin, surovin, vody)
- vymírání živočišných a rostlinných druhů

Negativní dopad CR na destinaci **v sociálně-kulturní oblasti** se projeví v případě, kdy se změní systém hodnot a chování místních obyvatel, čímž je ohrožen původní způsob života. CR může způsobit změny v místní lokalitě a hodnotách prostřednictvím přímého a nepřímého kontaktu návštěvníků s obyvateli destinace a interakce s průmyslem cestovního ruchu. Jde o tyto negativní dopady:



- *komercializace* – místní tradice se stanou jednou z komodit prodeje návštěvníkům
- *standardizace* – destinace riskují standardizací sekundární nabídky CR, protože není mnoho návštěvníků, kteří skutečně chtějí zkusit plně nové věci (hledají známá zařízení v neznámém prostředí)
- *ztráta authenticity* – přizpůsobení se turistům ve zvyklostech a deklarování těchto nových zvyklostí jako „původní způsob života“
- přizpůsobení se výrobců lidového umění, suvenýrů, uměleckých předmětů apod. po-  
ptávce návštěvníků, jejich požadavkům – *zapomenutí tradičních technik a vzorů*
- *střet kultur* – CR předpokládá přemísťování lidí a vytváření sociálních vztahů mezi lid-  
mi, kteří by se za jiných podmínek nikdy nepotkali, což může vyvolat sociální střety me-  
zi rozdílnými kulturami, etniky a náboženskými skupinami
- *sociální stres* – konflikt mezi rozvojem CR a místními obyvateli v souvislosti s využívá-  
ním zdrojů
- *nerespektování etických norem* – s růstem urbanizace a rozvojem CR roste i kriminalita,  
prostituce, provozování hazardních her – vyvolává sociální napětí

Negativní **ekonomické dopady** rozvoje CR se v destinaci projevují prostřednictvím

- *skrytých nákladů*, které vznikají jako následek rozvoje CR, a to na infrastrukturu, na  
neviditelný import, v důsledku růstu cen zboží, služeb a nemovitostí, v důsledku odlivu  
kapitálu
- *ekonomické závislosti* lokální komunity *na CR*
- *sezónního charakteru práce* – přináší finanční nejistotu domácím obyvatelům
- *ekonomické krize* – může mít devastující účinek na příliv návštěvníků
- *vzniku tzv. enklávového CR* (komplexní balík služeb nedá příležitost místním obyvatel-  
ům profitovat z CR)
- *vzniku turistických ghett*, což způsobuje zvýšení cenové hladiny, snížení dostupnosti  
zboží běžné denní spotřeby, přetíženost kapacit apod.

Uvedeným negativním jevům lze předejít aplikací strategie dlouhodobě udržitelného rozvo-  
je. Je nutné definovat **únosné zatížení destinace**:

- *fyzicky únosná kapacita* určuje maximální množství osob, které může destinace pojmout (nárazově), aniž by došlo k její fyzické destrukci
- *ekologicky únosná kapacita* – maximální úroveň dlouhodobě chápané zátěže CR, se kterou se destinace vyrovná bez trvalých následků
- *socio-kulturně únosná kapacita* označuje hranici rozvoje CR, při jejímž překročení způsobují aktivity CR v místní komunitě nevratné změny v životním stylu, v hodnotách
- *psychologicky únosnou kapacitu* tvoří subjektivní ukazatele maximálního stupně rozvoje CR, který ještě umožňuje využívat v destinaci očekávané aktivity [6].

Udržitelný rozvoj znamená takový rozvoj, který odpovídá požadavkům současnosti a neomezuje schopnost budoucích generací zajistit si totéž. Udržitelný rozvoj turistiky uspokojuje potřeby současných turistů a hostitelských regionů a zároveň chrání a zvyšuje tyto možnosti do budoucna. Má vést k řízení všech zdrojů tak, aby byly uspokojeny ekonomické, sociální a estetické potřeby při zachování kulturní integrity nejdůležitějších ekologických procesů, biologické různorodosti a procesů, které umožňují život. Bude-li určitá kvalita udržitelná, může prakticky pokračovat i nadále [2].

## 4 MARKETING CESTOVNÍHO RUCHU

Alastar M. Morrison definuje marketing cestovního ruchu takto:

*„Marketing je plynulý proces probíhající v dílčích krocích, prostřednictvím něhož management v odvětví pohostinství a cestovního ruchu plánuje, zkoumá, naplňuje, kontroluje a vyhodnocuje činnosti navržené k zajištění jak zákaznickových potřeb a skrytých přání, tak i cílů své vlastní organizace. K dosažení největší účinnosti vyžaduje marketing úsilí každého jednotlivce a jeho účinnost se dále může zvýšit či snížit činností dalších komplementárních organizací.“ [8, s. 16]*

### 4.1 Specifika cestovního ruchu

Při aplikaci marketingu v CR je nutné vycházet z následujících specifík CR:

- CR je výrazně závislý na geografickém (rekreačním) prostředí
- danosti geografického prostředí jsou předpokladem pro výběr vhodné cílové skupiny, která bude své potřeby v uvedeném prostředí účastí na cestovním ruchu uspokojovat
- v CR vystupují jako subjekty trhu podniky CR i destinace CR – stát, region, obec
- podstatou CR je uspokojování specifických potřeb člověka
- potřeby se v CR uspokojují zbožím a službami různých odvětví činnosti, které na sebe navazují, často na sobě závisí a jsou tudíž vnímány jako komplex služeb
- poznání uvedených potřeb umožňuje co nejvíc přizpůsobit produkt potřebám a požadavkům vybrané cílové skupiny
- produkt CR nelze vyrábět na sklad
- v CR se projevuje zvýšená kolísavost mezi poptávkou a nabídkou, především v důsledku sezónnosti, s módností, tradicemi a dalšími nepředvídatelnými faktory
- poptávka je v CR výrazně ovlivňována fondem volného času, disponibilními příjmy potenciálních účastníků CR, cenovou hladinou nabízených služeb, životním stylem atd.
- nabídku v CR silně ovlivňuje rozvoj a využívání techniky a technologií
- těsný vztah mezi nabídkou a poptávkou se projevuje především při změně cen nabídky a při změně objemu disponibilních příjmů potenciálních účastníků CR

- pro CR je charakteristický vysoký podíl živé práce [6].

Velmi důležitou roli v CR sehrávají služby. Podle A. Payne je služba činnost, která má v sobě určitý prvek nehmataelnosti a vyžaduje určitou interakci se zákazníkem nebo s jeho majetkem. Výsledkem služby není převod vlastnictví. Služba může vést ke změně podmínek a její produkce může či nemusí být úzce spojena s fyzickým produktem [10].

Pro služby jsou charakteristické následující vlastnosti:

- **nehmotnost** – služby nelze před jejich nákupem vnímat žádnými smysly
- **různorodost** – proces poskytování služeb závisí na lidech, což znamená, že jsou subjektivní a nelze je standardizovat, pokaždé je vnímána odlišně
- **neoddělitelnost** – poskytování a spotřeba služeb je spjata s místem a časem poskytování a je vázána na přítomnost zákazníka
- **neexistence vlastnictví** – služby častěji produkují uspokojení než hmotnou věc
- **dočasnost (pomíjivost)** – služby nelze skladovat [4].

Pro rozvoj CR v destinaci je důležitá kvalitní nabídka, která je schopna přilákat návštěvníky a následně uspokojit jejich potřeby a požadavky.

## 4.2 Organizace cestovního ruchu v destinaci

V zájmu jednotného postupu při nabízení destinace na trhu CR je nutno vytvořit takovou organizaci CR, která bude efektivně koordinovat činnosti všech zainteresovaných subjektů působících v destinaci, bude schopna přizpůsobit se změnám na trhu a její odpovědnost za dosažené výsledky bude korespondovat s její možností tyto výsledky ovlivnit.

V organizaci CR by v této souvislosti měly být zastoupeny podnikatelské subjekty, občanské a kulturní organizace, orgány státní správy, orgány místních samospráv a obyvatelé destinace.

Koordinace zájmů všech zainteresovaných stran je jednou z podmínek nekonfliktního rozvoje CR v destinaci. Předpokladem úspěšné koordinace je

- systematická a kontinuální spolupráce všech zainteresovaných subjektů
- podnikatelské myšlení zainteresovaných subjektů

- vypracování a realizace koncepce rozvoje CR v destinaci
- znalost společných zájmů
- stanovení společných cílů
- vytvoření organizačních předpokladů pro realizaci a dosažení společných cílů.

### 4.3 Marketingový výzkum

Marketingový výzkum pomáhá realizovat mnohem efektivněji marketingová rozhodnutí. Správná marketingová rozhodnutí vznikají na základě lepší informovanosti, které dosáhneme právě výzkumem. V oblasti cestovního ruchu pomáhá získat znalosti o zákaznících, o tom, jak se daří uspokojovat jejich potřeby a jakou pozici má zkoumaná destinace na trhu.

Marketingový výzkum sestává z následujících kroků:

- definice problému
- rozhodnutí o formě výzkumu
- určení techniky sběru dat
- výběr vzorku respondentů
- sběr dat
- analýza a interpretace údajů
- vypracování zprávy o výsledcích výzkumu

Výzkum členíme na:

- **kvantitativní výzkum** – je prováděn s cílem postihnout dostatečně velký a reprezentativní vzorek jednotek (standardizace otázek, výběr vzorku)
- **kvalitativní výzkum** – snaží se zjistit důvody chování lidí, jejich příčiny a motivy.

Oba druhy výzkumů vyžadují jiný přístup a podávají různé informace. Výběr metody sběru informací závisí na tom, k čemu mají informace sloužit, kolik jich má být, jaká má být jejich kvalita a jaký vyžadujeme stupeň přesnosti.

### 4.3.1 Kvantitativní výzkum

K základním metodám kvantitativního výzkumu patří:

- *pozorování* spočívá ve sledování zákazníků a jejich chování a následném zaznamenání, aniž by pozorovatel do pozorovaných skutečností nějak zasahoval
- *experiment*, pokud chceme zjistit reakce potenciálních zákazníků
- *simulace* využívá výpočetní techniku k napodobování marketingových situací.
- *šetření* - formou šetření je osobní dotazování, písemné dotazování (nejčastěji předložením dotazníku), telefonické nebo elektronické dotazování

Hlavními výhodami písemného dotazování je, že dotazovaný je upřímnější, na odpovědi má dostatek času a není ovlivňován tazatelem; výzkum může být proveden na širokém území, lze kontaktovat i osoby jinak těžko dosažitelné a není finančně náročný.

Naopak nevýhodami je delší doba šetření, otázky musí být formulovány stručně a jasně, protože existuje riziko nepochopení otázky respondentem.

### 4.3.2 Kvalitativní výzkum

Kvalitativní výzkum má za cíl zjistit, proč spotřebitelé (návštěvníci) žádají to, co žádají, a ne něco jiného. Používá poznatky zejména z psychologie, sociologie a sociální psychologie.

Používá tyto metody:

- *individuální hloubkový rozhovor* – cílem je odhalit hluboce zakořeněné příčiny určitých názorů nebo určitého chování, které si respondent často vůbec neuvědomuje
- *skupinový rozhovor* – ve skupině vybraných osob dochází ke konfrontaci názorů
- *projekční techniky* – respondentovi se předkládá mnohoznačný podnět, který má interpretovat [5].

## 4.4 SWOT analýza

Marketingovou strategii nabídky destinace na trhu CR je třeba v tomto smyslu vypracovat na základě SWOT analýzy:

- určení silných stránek destinace – výhody destinace oproti konkurenci (bohatost nabídky, přírodní prostředí, dlouhá historie, celoroční atraktivita apod.)

- určení slabých stránek destinace - co se snažit odstranit (cenu produktu, neznalost cizích jazyků, vztah místních obyvatel k návštěvníkům destinace, image apod.)
- určení specifických předností destinace - co dělá destinaci zajímavou v porovnání s konkurenčními destinacemi a jak se od nich odlišuje
- určení ohrožení a příležitostí na domácím i mezinárodním trhu CR

Pro úplnost je třeba definovat cílový segment trhu – relativně homogenní skupiny lidí, které chce destinace na trhu CR oslovit [6].

Úspěšnost destinace cestovního ruchu závisí na schopnosti analyzovat chování a změny v potřebách a požadavcích jak současných, tak potenciálních návštěvníků a na základě výsledků uvedené analýzy stimulovat, případně vytvářet poptávku po destinaci, jejich produktových řadách či jednotlivých komponentech produktu.

Chování návštěvníka destinace cestovního ruchu ovlivňují:

- *vnější faktory* – ekonomické, politické, kulturní, společenské, psychologické, technologické a ekologické
- *osobní charakteristiky* – věk a stadium životního cyklu, ve kterém se návštěvník nachází, povolání, životní styl, ekonomická situace, osobnost a osobní image návštěvníka

Jeden z nejdůležitějších faktorů chování návštěvníků je z hlediska destinace motivace. *Motiv* je potřeba na určitém stupni naléhavosti, která vyvolává úsilí na její uspokojení.

#### **4.5 Marketingová strategie**

Na základě informací získaných marketingovým výzkumem a SWOT analýzou lze vypracovat kvalifikovanou marketingovou strategii.

Marketingová strategie je plánem, který obsahuje varianty možného rozvoje a uvádí principy k jejich dosažení.

Podstatou marketingové strategie je najít atraktivní možnosti na trhu za účelem dosažení zisku. Marketingová strategie je obrazem toho, jaké aktivity bude sdružení na vybraném trhu CR vyvíjet a jaké nástroje k dosažení vytyčených cílů využije [6].

#### 4.5.1 Marketingový mix

Součástí marketingové strategie je marketingový mix – soubor kontrolovatelných proměnných, které sdružení CR aktivizuje v zájmu uspokojení potřeb a požadavků vybraného segmentu trhu. V cestovním ruchu tvoří marketingový mix „8P“:

- *Produkt* - je pro návštěvníka to, co uspokojuje jeho potřeby a požadavky. V cestovním ruchu je produktem služba, u níž se klade důraz na kvalitu a osobní doporučení.
- *Price (cena)* - je z hlediska návštěvníka nejviditelnější součástí marketingového mixu, pro destinaci (poskytovatele) je jediným prvkem marketingového mixu, který vytváří příjmy.
- *Place (místo)* – poskytovatel hledá, jaký způsob dodání služeb CR bude nejefektivnější - vzdálené (neosobní), telefonické nebo osobní poskytnutí služby (přímý kontakt se zákazníkem).
- *Promotion (propagace)* – všechny techniky propagačního mixu (reklama, osobní prodej, podpora prodeje, public relations) jsou propojeny a vzájemně se doplňují, záměrem je modifikovat spotřební chování zákazníka.
- *People* – lidé nejenže poskytují služby návštěvníkům destinace, ale sdílejí s nimi i prostor, ve kterém žijí – destinaci. Pro návštěvníky je velmi důležité chování nejen zaměstnanců poskytujících jim služby, ale také obyvatel dané destinace.
- *Packaging* – sestavování balíků služeb, jež jsou výsledkem zjištění, co lidé potřebují a co si přejí. Na tomto základě jsou kombinovány různé služby a vybavení, aby odpovídaly těmto potřebám.
- *Programming* – tvorba balíků služeb a programování mají za cíl eliminovat působení faktoru času a místa, zlepšovat rentabilitu poskytovaných služeb, využívat segmentační strategii a iniciovat kooperaci subjektů.
- *Partnership (kooperace)* – velmi důležitá je spolupráce všech zainteresovaných fyzických i právnických osob, protože na ní závisí kvalita výsledného produktu - služby. Sdružuje a znásobuje energii a vkládané prostředky zúčastněných subjektů (orgánů státní správy, neziskových organizací, podnikatelů i místních občanů) [2, 8].



## 5 POSTAVENÍ CESTOVNÍHO RUCHU

### 5.1 Postavení cestovního ruchu v České republice

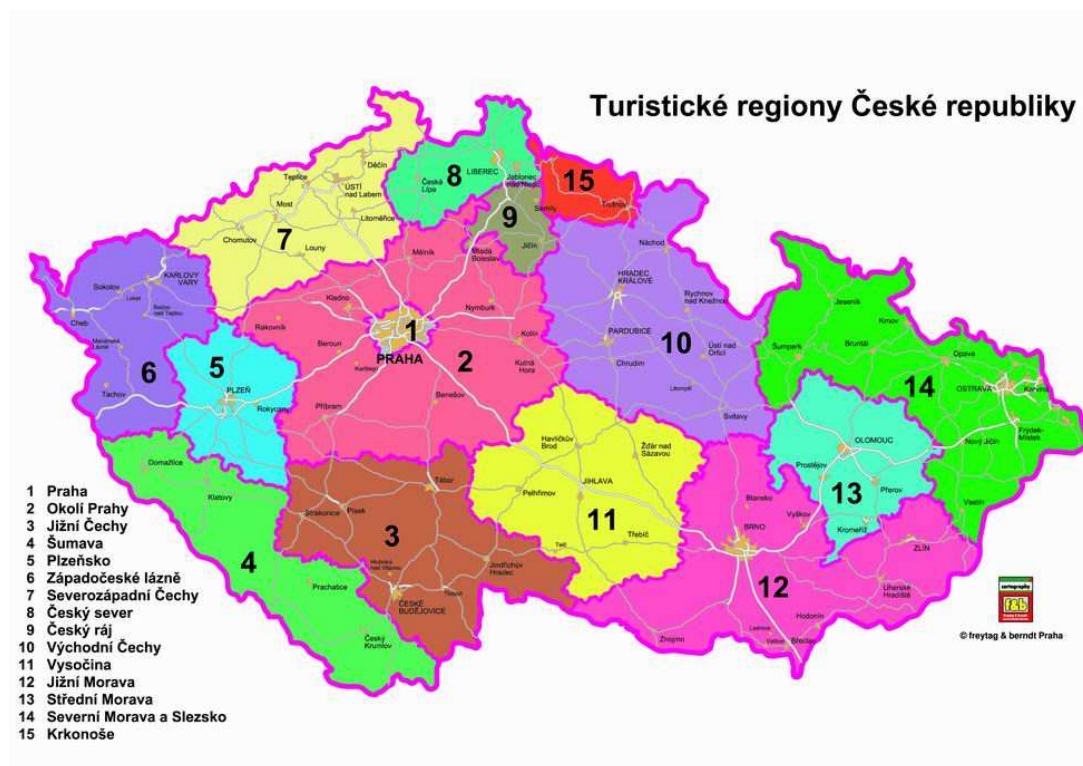
Česká republika je vnitroeurospouskou zemí bez přístupů k mořím, i když Baltské i Jaderské jsou vzdálena od jejích okrajů jen kolem 300 km. Má mimořádné předpoklady pro rozvoj CR vzhledem ke svému kulturnímu a přírodnímu bohatství. Z hlediska mezinárodního CR hraje důležitou úlohu její poloha ve středu Evropy a zároveň Evropské unie. Česká republika je významnou tranzitní zemí, jak ve směru sever – jih, tak ve směru západ – východ a opačně.

Za účelem propagace země jako atraktivní turistické destinace na zahraničním i domácím trhu byla v roce 1993 zřízena příspěvková organizace Česká centrála cestovního ruchu (ČCCR). Významnými partnery agentury při této propagaci jsou domácí turistické regiony, města a obce i podnikatelské subjekty. Organizace spadá pod Ministerstvo pro místní rozvoj ČR. Od 1. srpna 2003 její oficiální název zní Česká centrála cestovního ruchu – CzechTourism.

CzechTourism podporuje příjezdový a domácí cestovní ruch obecně, posláním je vytvářet v zahraničí „image“ České republiky jako turisticky přitažlivé země s množstvím kulturních památek, s bohatou historií a tradicemi. To znamená cílevědomé marketingové zaměření propagačního působení s využíváním reklamních kampaní v zahraničních TV, tisku apod., vydává a distribuuje obrovské množství prospektů v 17 jazykových mutacích a jiných propagačních materiálů a spravuje webové stránky zaměřené na odbornou veřejnost - [www.CzechTourism.cz](http://www.CzechTourism.cz) a na turisty z celého světa - [www.CzechTourism.com](http://www.CzechTourism.com) v 19 jazykových mutacích. K propagaci České republiky v oblasti cestovního ruchu přispívá 26 zahraničních zastoupení CzechTourism po celém světě.

Hlavní aktivity jsou směřovány do českých regionů a zvyšování jejich návštěvnosti je prioritou agentury CzechTourism.

V současné době je Česká republika rozdělena do 15 marketingových turistických regionů (viz obr. 2 ), z nichž v každém byl ustanoven koordinátor CR [15].



Obrázek 2 Turistické regiony České republiky [15]

### 5.1.1 Cestovní ruch České republiky v roce 2007 v číslech

Rok 2007 byl pro cestovní ruch České republiky relativně příznivý. Počty příjezdů hostů celkem vzrostly proti roku 2006 o 1,9 %. Počty příjezdů nerezidentů byly vyšší o 3,8 %, u rezidentů ale klesly o 0,1 %. V Evropě ovšem patříme k podprůměrným destinacím – na celém kontinentu vzrostl počet zahraničních turistů o 4,2 %. Z celosvětového srovnání vycházíme ještě hůře, počet turistů zde meziročně stoupl o 6 %.

Nárůst byl zaznamenán v hotelech a pensíoních, k poklesu pak došlo v ostatních hromadných ubytovacích zařízeních, zejména v chatových osadách a turistických ubytovnách a v kempech, což svědčí o rostoucí životní úrovni.

Ze všech hostů ubytovaných v roce 2007 v hromadných ubytovacích zařízeních bylo 51,5 % zahraničních turistů. Nejvíce hostů (4,5 milionu) navštívilo Prahu, z toho téměř 90 % byli zahraniční hosté. Dalšími nejvíce navštívenými byly kraje Jihomoravský (1,2 milionu osob) a Jihočeský (981 tisíc osob). Zahraniční turisté, po již uvedené Praze, nejčastěji směřovali do Karlovarského kraje (472 tisíc, téměř 70 % všech hostů) a dále do Jihomoravského kraje (432 tisíc, necelých 40 % všech hostů).

Nejvíce přijelo do ČR Němců, Britů, Italů, Američanů a Rusů. Přitom nejdelší průměrná doba pobytu ve dnech byla zaznamenána u Rusů (6,3 dne). Průměrná doba pobytu všech hostů byla 4,2 dne a cizinců 4,1 dne.

Celkový zisk z cestovního ruchu činil v loňském roce 60 miliard korun, což je o polovinu více než v roce 1993. Přesto důvod k optimismu není velký, jelikož zisky ČR z cestovního ruchu rostou dvaapůlkrát méně, než je evropský průměr. Tato bilance by se mohla do budoucna zlepšit, pokud se Česku podaří přilákat více turistů z bohatších zemí.

Zájem zahraničních turistů o Zlínský kraj se v minulém roce zvýšil; ubytovaných cizinců v roce 2006 bylo asi 72 tisíc, v roce 2007 se jednalo o 78 tisíc lidí [17, 29].

## 5.2 Postavení cestovního ruchu v Evropě

Přes polovinu příjmů u mezinárodního CR připadá na Evropu. Nejčastějšími návštěvníky evropských států jsou obyvatelé sousedních a jižněji položených zemí. Jižní Evropa stále náleží k neatraktivnějším turistickým oblastem. Nejvyšší příjmy z CR mají Španělsko a Itálie.

Evropané jsou nejčastějšími účastníky světového CR. Připadá na ně asi polovina všech turistů cestujících do zahraničí. Nejčastějšími účastníky CR jsou obyvatelé Německa. Mimo svůj světadíl cestují obyvatelé Evropy nejvíce do Severní Ameriky. V celkové struktuře návštěvníků jiných světadílů dominují Evropané v Africe a částečně také v Asii a v Austrálii [7, s. 28].

21. prosince 2007 se ČR spolu s dalšími osmi státy připojila k zemím schengenského prostoru. Tímto se zrušily pasové kontroly na pozemních hranicích i na mezinárodních letištích. Pasovou kontrolou prochází pouze cestující z /do zemí mimo schengenský prostor. Schengen přináší také další pozitivní změny pro cestovní ruch, především zjednodušení vízové politiky. Jednotné schengenské vízum, které umožňuje pobyt na území schengenského prostoru až po dobu 90 dnů, nyní platí i pro Českou republiku. Odpadá tak zdlouhavé vyřizování národních víz při návštěvě více evropských států. Žádost o vízum podává zájemce na velvyslanectví nebo konzulátu toho členského státu schengenského prostoru, který je jeho jedinou, hlavní, případně první vstupní destinací.

### 5.3 Závěry z teoretické části

V teoretické části bakalářské práce byly prozkoumány literární zdroje a zpracována literární rešerše z materiálů, které jsou podkladem pro vypracování praktické části. O cestovním ruchu a marketingu cestovního ruchu toho bylo napsáno hodně a v bakalářské práci není možné se věnovat všemu, proto jsem se zaměřila na oblasti týkající se tématu.

První část se věnuje definování cestovního ruchu a jeho rozdělení podle různých hledisek. Dále specifikuje účastníky, kteří se cestovního ruchu zúčastňují.

Ve druhé části jsou popsány podmínky a předpoklady rozvoje cestovního ruchu, ať už jsou to např. přírodní, kulturně-historické, ekologické, politické předpoklady nebo materiálně-technická základna, jako základ pro poskytování ubytovacích a stravovacích služeb.

Následuje rozbor pozitivních přínosů a negativních dopadů, a to v oblastech ochrany životního prostředí, v sociálně-kulturní, a rovněž v ekonomické oblasti.

Nejdůležitější částí teoretické části bakalářské práce je marketing cestovního ruchu, který je nosným pilířem praktické části. Každá oblast, která se chce rozvíjet a být konkurenceschopná, by měla využívat marketing a nástroje marketingového mixu, které musí mezi sebou spolupracovat.

Postavení cestovního ruchu v ČR i v celé Evropě se mění, jelikož cestovní ruch je se zvyšující se životní úrovní obyvatelstva a jejich rostoucími příjmy jedním z nejdynamičtěji se rozvíjejícím odvětvím národního hospodářství. Rozšíření schengenského prostoru rovněž přispívá k pohodlnějšímu cestování.

## **II. PRAKTICKÁ ČÁST**

## 6 CHARAKTERISTIKA MIKROREGIONU



Mikroregion Luhačovské Zálesí (MLZ) je součástí Zlínského kraje a spadá do něj celkem 21 obcí (viz tabulka 1). Rozkládá se na 219 km<sup>2</sup> a má více než 22 tisíc obyvatel.

Územní celek sousedí ve východní části s mikroregionem Jižní Valašsko, na jihu s mikroregionem Uherskobrodsko, v západní části s mikroregionem Za Moravů, na severu se Zlínskem a na severovýchodě s Vizovickem (viz Příloha I).



Obrázek 3 Mikroregion Luhačovské Zálesí na mapě [17]

Přirozeným spádovým střediskem obcí tohoto mikroregionu je především lázeňské město Luhačovice, jež se od r. 2003 stalo obcí s rozšířenou působností, některé obce spadají pod zlínský úřad. Významné místo v severovýchodní části zaujímá město Slavičín, které je i největším městem mikroregionu. Z historického hlediska jsou dle první písemné zmínky nejstarší obce Biskupce, Sehradice a Velký Ořechov.

Luhačovské Zálesí je oblíbeným cílem návštěvníků z domova i ze zahraničí. Láká je sem překrásná příroda Bílých Karpat a Vizovických vrchů s řadou zajímavých přírodních lokalit.

V roce 2007 založil MLZ obecně prospěšnou společnost Luhačovské Zálesí, o.p.s., čímž si vytvořil podmínky pro činnost místní akční skupiny (MAS), prostřednictvím které může čerpat podporu na financování projektů z Programu rozvoje venkova, osa IV. - Leader.



Obrázek 4 Obce mikroregionu Luhačovské Zálesí [17]

Tabulka 1 Obce sdružené v mikroregionu Luhačovské Zálesí (údaje k 31.12.2005)

Poř. čís.	Obec	První písemná zmínka z roku	Výměra v km <sup>2</sup> rok 2005	Obyvatelstvo celkem	Hustota obyvatel na km <sup>2</sup>	Spádová oblast
1	Biskupice	1 141	6,0	760	127,3	Luhačovice
2	Březůvky	1 406	8,0	647	81,2	Zlín
3	Dobrkovice	1 360	4,3	279	64,4	Zlín
4	Dolní Lhota	1 449	5,0	593	118,5	Luhačovice
5	Doubravy	1 406	10,2	458	45,0	Zlín
6	Horní Lhota	1 449	12,7	549	43,4	Luhačovice
7	Hřivínův Újezd	1 373	7,7	555	72,4	Zlín
8	Kaňovice	1 362	4,6	262	56,8	Zlín
9	Kelníky	1 362	3,8	160	41,9	Zlín
10	Lipová	1362	11,5	305	26,6	Luhačovice
11	Ludkovice	1 412	11,9	702	59,2	Luhačovice
12	Luhačovice	1 412	33,0	5 442	164,9	Luhačovice
13	Petrůvka	x	7,0	333	176,2	Luhačovice
14	Podhradí	1 563	3,5	200	81,2	Luhačovice
15	Pozlovice	1 287	9,6	1 184	123,5	Luhačovice
16	Provodov	1 412	11,9	738	61,8	Zlín
17	Rudimov	1440	10,0	246	24,5	Luhačovice
18	Sehradice	1 261	9,1	763	83,9	Luhačovice
19	Slavičín	1 256	33,7	7 004	207,9	Luhačovice
20	Slopné	1 261	9,7	576	59,6	Luhačovice
21	Velký Ořečov	1 141	6,2	705	113,4	Zlín

## 6.1 Historie mikroregionu Luhačovské Zálesí

Mikroregion Luhačovské Zálesí je téměř totožný s etnografickým vymezením Zálesí, přechodové oblasti Hané, Slovácka a Valašska a nachází se převážně ve Vizovické vrchovině. V období od poloviny 13. do poloviny 14. století v kraji probíhala významná kolonizační vlna (v této době byly založeny například Pozlovice, Sehradice, Slavičín a Slopné), která byla převážně česká. Po husitských válkách nastalo více než půlstoletí bojů, krize a zmatků, což ve svém důsledku znamenalo, že na území záleského mikroregionu zanikly některé tehdejší usedlosti, dokonce i několik vsí (Opatovice, Sobnovy, Březůvky aj.). Šestnácté století přineslo celé zemi klid a ekonomický vzestup. Byly obnoveny i mnohé zpustlé vesnice (právě Březůvky). Naopak 17. století přinášelo kraji proti předchozímu období prosperity a míru opět zkázu: bockajovský vpád, třicetiletá válka a vpády Turků. Barokní atmosféra velmi oživila zejména kulturní dění. Dala vzniknout mnoha architektonicky hodnotným stavbám. Zálesí bylo dříve především zemědělským krajem. Významnou roli zde hrálo dobytkářství, ovocnářství (rozšířeno bylo sušení ovoce a výroba pálenky), ale také včelařství. Mnoho lidí odcházelo za obživou na sezónní práce, nejednomu se jako nejlepší východisko jevílo vystěhování, poněkud dříve do Ameriky [25].

S historií Luhačovského Zálesí se může každý seznámit v luhačovickém muzeu, kde se nachází krásná kolekce archivních fotografií na téma lidová architektura a lidový kroj Luhačovského Zálesí.

Lidový kroj luhačovického Zálesí, jeho střih, materiál a výzdoba jsou odvozeny od způsobu života svých nositelů v různých historických obdobích. Vývojové formy lidového oděvu ovlivňuje kromě přírodních podmínek především zaměstnání, kulturní tradice, politické členění území, příslušnost k církevní správě a sociální poměry. Lidový kroj luhačovického Zálesí představuje samostatný regionální typ. V minulosti využíval podomácku zpracované materiály jako sukno, konopné a lněné plátno a přináležel k valašské krojové skupině. Kroj luhačovického Zálesí z tradičních materiálů se vyznačoval tvarovou uměřeností a jednoduchou barevností. Postupně přejímal továrně vyráběné materiály a nové, slovácké prvky [11].



## 6.2 Přírodní podmínky

Území mikroregionu je po geologické stránce součástí magurského flyše<sup>2</sup> vnějšího karpatského oblouku. Charakteristickým rysem jsou zde členité hřbety, které jsou vzájemně odděleny údolními vodními toků. Některá z těchto údolí respektují průběh vrás ve směru severovýchod - jihozápad, u dalších je patrná orientace k jihu, což je vysvětlováno zlomovými poruchami zemské kůry.

Reliéf mikroregionu je tvořen Bílými Karpatami a zejména Vizovickou vrchovinou, jejíž jihovýchodní část se také nazývá Luhačovická vrchovina. V mikroregionu dosahuje největší výšky Komonec (672 metrů nad mořem). Severovýchodně od Luhačovic probíhá další hřeben s největšími vrcholy Kameničná a Uhliska (oba 521 m n. m.). Ploché hornatiny jsou tvořeny převážně z odolných pískovců.

Na nerostné suroviny je mikroregion chudý. Nejvýznamnější jsou cihlářská ložiska v Biskupicích, kde se nachází vápnité jílovce eocenního stáří<sup>3</sup>, zvětraliny jílovců a svahové hlíny. Jediným stavebním kamenem jsou zde pískovce.

Území je chudé i na podzemní vody vzhledem k téměř nepropustným horninám karpatského flyše. Vodní toky jsou krátké, typické pro oblast Bílých Karpat.

Poměrně bohaté je území na minerální prameny. V luhačovské oblasti se vyskytují uhličitě vody, které se charakterizují jako uhličitě, hydrogenuhlíčitano - chloridové, sodné, jodové, studené, hypotonické, s další přísadou bromu, železa, lithia, bária a kyseliny metaborité. Původ těchto vod souvisí s procesy v třetihorách. Druhou skupinou minerálních vod jsou sirné vody, které obsahují především sirovodík.

Velký význam pro tuto oblast mají povrchové vody, protože při velkém nedostatku podzemních vod jsou zdrojem pitné vody. V roce 1930 byla vybudována na Luhačovickém potoce, 2 km severovýchodně od lázní přehrada, jejíž plocha činí 40 ha (viz Pozlovice). Nádrž

---

<sup>2</sup> Jako flyš označujeme zhruba jeden kilometr mocný nános sedimentárních hornin, tvořený střídáním pískovců, jílovců a slepence vápenatých slínovců. Flyš vzniká přemísťováním materiálu gravitačními proudy. Tyto jednorázové události se odehrávají po stovkách a tisících let [30].

<sup>3</sup> Eocén (55,8 Ma - 33,9 Ma) je geologická epocha v období třetihor. Vyznačuje se velmi vysokými teplotami. Většinu planety pokrývaly lesy (dokonce i na jižním pólu), tropické deštné lesy zasahovali až k 45° zeměpisné šířky. V této době se vyvinuli přímí předchůdci dnešních savců[30].

má ochranný význam. V roce 1968 byla dobudována nádrž Ludkovice na Ludkovickém potoce o ploše 12,4 ha, jež slouží výhradně k vodárenským účelům. Na Částkovském potoce se nachází vodní nádrž o ploše 2,5 ha [25].

### 6.3 Nejvýznamnější obce mikroregionu

Širší okolí Luhačovic se ve vlastivědných textech nazývá Luhačovské Zálesí. Z hlediska lidové kultury bývá tento region považován za nejsevernější oblast Slovácka. Někdy však také za samostatný přechodný mikroregion, v němž se stýkají vlivy Slovácka, Valašska a také Hané. Přechodnost tohoto malého regionu byla v minulosti patrná především u lidových stavení, kde docházelo k zajímavému prolínání lidových technik a tvarů. Domy a hospodářské objekty se tady stavěly ze dřeva nebo z hlíny, většinou však z obou materiálů kombinovaně.

#### 6.3.1 Březůvky

Nejstarší zmínka o obci je z r. 1406, kdy byly Březůvky součástí malenovického panství. V r. 1571 prodal Burjan Tetour z Tetova pusté Březůvky i se sousedními Doubravami rytíři Václavu Gajovskému z Gáje, který kolem r. 1580 nechal Březůvky znovu obnovit a osídlit novými poddanými. V letech 1652-1848 byl pak velkoořechovský statek včetně Březůvek součástí panství Uherský Brod.

Od r. 1850 patřily Březůvky k uherskobrodskému politickému i soudnímu okresu. Po zřízení soudního okresu ve Zlíně r. 1923 byly Březůvky připojeny ke Zlínu. Obec je plynofikována, má i obecní vodovod. Ve školní budově je základní i mateřská škola.

Ve **víceúčelové budově**, která je jednou z dominant obce, je mimo obecního úřadu kulturní



zařízení s velkým sálem, pošta, zdravotní středisko a hospoda. Své místo zde najde i obecní knihovna. Další dominantou obce je kaple zasvěcená Anežce české (viz Naučná cyklostezka). V roce 2006 si obec připomněla 600 let od první písemné sbírky o obci Březůvky. Obec vydává nepravidelně obecní noviny "Březůvčan".

Areál zdraví „Kapřín“ vytváří podmínky pro uspořádání sportovních soutěží a závodů, tradicí se již stala každoroční mezinárodní setkání motocyklistů pod názvem Motor Rock Show, Mistrovství Moravy v orientačním běhu nebo Rockový festival.

V okolí Březůvek se nachází pramen a několik studánek – ke každé se váže zajímavá pověst. Pramen Lukáštěna vytéká zpod skály a pro svoje vlastnosti je oblíbený v širokém okolí. Jedná se o dobrou vodu používanou pro kojence ale také v místní pálenici (nekalí slivovici). Pramen najdete hned vedle státní silnice Březůvky - Ludkovice u lesa v lokalitě zvané Slatiny. Asi 100 m od pramene se nachází místo, kde bylo roku 1964, v hloubce 946,5 až 1207 m, nalezeno malé ložisko ropy. Tato zásoba, která je uložena v souvrství račanské jednotky magurského flyše, je zatím zapečetěna jako rezerva pro budoucnost [3].

### 6.3.2 Luhačovice

První stopy slovanského osídlení v tomto kraji jsou doloženy již v 7. a 8. století, což do svědčují archeologické nálezy v Oboře u Luhačovic. Byla to pohraniční oblast, sužována mnoha nepřátelskými vpády, které i v dalších staletích ztěžovaly budování vesnic a osad.



První písemnou zprávu o Luhačovicích známe z roku 1412. To však ne znamená, že by Luhačovice byly teprve osídleny. Zdrojem obživy v kopcovitém kraji Luhačovicka bylo dobytčářství a ovocnářství, o čemž svědčí pečeť - košatý strom s jablky, vpravo krojidlo a vlevo radlice.

V roce 1590 náležely Luhačovice rodu Bartodějských z Bartoděj. Po Bílé Hoře propadly konfiskaci a získal je Maxmilián z Lichtenštejna. Ten je 1629 odprodal Gabrielovi Serenyimu, v jehož rodě zůstaly do roku 1945. Tento rod sehrál v dalším rozvoji místa mimořádnou úlohu. Serenyiové si uvědomili význam léčivých vod a jejich využitelnost pro podnikání. Názvy pramenů jsou odvozeny od křestních jmen mužských členů šlechtické rodiny (např. Amand Serenyi – Amandka, Vincent Serenyi – Vincentka).



Obrázek 5 Luhačovské prameny – Aloiska, Vincentka, Ottovka, Sv. Josef [19]

Zprávy o hojivé moci luhačovických vod se roznesly po okolí a u pramenů se začali objevovat první hosté. Pro několikadenní pobyt, který byl předpokladem léčebného účinku, nebylo ubytování, chyběla možnost stravování i léčebná zařízení, která se díky vzrůstajícímu zájmu o prameny začala stavět od r. 1789. V roce 1795 byla vystavěna kaplička Svaté Alžběty se znakem hraběcí rodiny Serenyiů. Hlas zvonu na její věžičce oznamoval začátek a konec léčebného dne. Kaple stojí dodnes a je nejstarší stavbou lázeňského středů.

Konec 19. století zastihla luhačovické lázně stagnace a hrozící úpadek. Přeměna lázní v akciovou společnost v roce 1902 byla výrazným mezníkem pro Luhačovice. Byla vybudována železniční trať Újezdec u Luhačovic – Luhačovice a do Luhačovic začaly jezdit přímé vozy z Prahy, Brna a Olomouce (1905).

Předsedou správní rady akciové společnosti byl zvolen hrabě Otto Serenyi, ředitelem lázní se stal MUDr. František Veselý a jejich správcem Slovák Cyril Holuby. Všichni usilovali o jejich maximální rozvoj, vybavení a vysokou léčebnou úroveň; věnovali mimořádnou péči minerálním pramenům a uvědomovali si význam kvalitního a bohatého kulturního a společenského života v místě.

Společně s nimi realizoval sen o lázních moderních a komfortních architekt Dušan Jurkovič, který svými stavbami vtiskl Luhačovicím jejich typický ráz. Na výstavbě Luhačovic se v meziválečném období podíleli známí architekti, kteří vtiskli městu svérázný půvab a neopakovatelnou tvář. - arch. Bohuslav Fuchs (Bílá čtvrť) a arch. J. L. Holzl (lázeňský dům Morava).



Obrázek 6 Jurkovičův dům [20]

V roce 1928 byla dokončena a napuštěna přehrada nad Luhačovicemi (v katastru Pozlovic) chránící lázeňský areál před nenadálými přívaly vod, které dříve lázním velmi škodily. V roce 1931 byla obec elektrifikována. Vzhled lázeňského areálu se radikálně změnil v roce 1934

stavbou Společenského domu podle návrhu architekta J. Roita. 3. července 1936 byly Luhačovice povýšeny na město.

Osvobozením v květnu 1945 začala pro luhačovické lázně nová etapa vývoje. Bylo dostavěno lázeňské náměstí s Velkou a Malou kolonádou a Bruselskou fontánou převezenu ze světové výstavy EXPO 58 v Bruselu.

V popředí kulturního života byla vždy hudba, pokládána za součást léčení, protože příznivě působí na duševní stav pacienta. Mnozí umělci se v Luhačovicích léčili a stali se příznivci lázní. Patřil k nim Leoš Janáček, který navštívil Luhačovice pětadvacetkrát, měl je rád, staly se mu místem léčení, odpočinku, skladatelské činnosti i osudovou inspirací. Na jeho počest se pořádá každoročně hudební festival Janáček a Luhačovice.

Do lázní rádi přijížděli i další skladatelé, dirigenti a pěvci, například Otakar Ostrčil, Josef Suk, Dr. Janko Blaho, Libuše Domanínská, Sylvie Kodetová. Luhačovice jsou neoddělitelně spjaty s tvorbou Antonína Slavíčka, Joži Úprky, Zdeňky Vorlové a mnoha dalších.

V současnosti jsou Luhačovice největší moravské lázně, ve kterých se léčí:

- onemocnění dýchacího ústrojí (astma, alergická onemocnění dýchacích cest, chronická bronchitida, poruchy hlasu a chraptivost, pooperační stavy dýchacích cest, průduškové astma, fibróza plic.)
- nemoci trávicího ústrojí (poruchy trávení a nechutenství, klidové stádium vředové nemoci žaludku a dvanácterníku, stavy po operacích jícnu, žaludku a žlučníku.)
- nemoci z poruch látkové výměny (cukrovka, otylost.)
- poruchy pohybového aparátu (bolestivá onemocnění šlach, svalů, úponů, mimokloubní revmatismus, bolestivé syndromy páteře.)
- nemoci oběhového ústrojí
- onkologické nemoci (onkologické případy po ukončení léčby) [20].

### 6.3.3 Pozlovice

Pozlovice patří k starým sídlům Luhačovského Zálesí. První písemná zpráva je z roku 1412, kdy patřily Elišce ze Šternberka na světlovském panství. Vlastnila totiž gotický hrad Starý Světlov (jeho ruiny možno najít na rozhraní katastru Pozlovic a Podhradí směrem ke Ko-

monci). Za císařovny Marie Terezie (25. 2. 1785) byly Pozlovice povýšeny na městečko s tržním právem - 2 trhy (týdenní a výroční nebo dobytčí). Dominantou obce je zrenovovaný katolický kostel sv. Martina. Původní dřevěný kostel byl přestavěn v roce 1642 nákladem majitele panství Pavla Serenyiho. Kostel je obklopen prastarým hřbitovem a ohrazen. Pod pravou kaplí je možno zhlédnout náhrobky posledních příslušníků rodu Serenyiů. Interiér kostela svatého Martina je proveden v barokním stylu. V roce 1790 až 1798 byly pořízeny historicky cenné varhany, nyní renovované.

V katastru obce Pozlovice se nachází vodní nádrž s názvem Luhačovická přehrada – údolní



**přehrada** typu zemní hráze - budovaná v letech 1912-1928. Pravý břeh tvoří hranice Chráněné krajinné oblasti „Bílé Karpaty“. Retenční prostor hráze 1,5 milionu m<sup>3</sup>. Hráz vyrovnává a reguluje stálý vodní stav (250 tis. m<sup>3</sup>), slouží k účelům sportovním, rekreačním i rybolovu.

V roce 2001 byly Pozlovice zařazeny do seznamu lázeňských míst ČR. Mají k dispozici 450 lůžek v lázeňských zařízeních a přes 2 tisíce ve vybavených hotelového typu i soukromých vilách.

Ve státním seznamu kulturních památek jsou: kříž pod kostelem (1763), socha sv. Jana Nepomuckého (1774), Boží muka při polní cestě k Horní Lhotě (poč. 18. stol.), Boží muka při cestě na Luhačovice (1801), Boží muka při křižovatce Řetechov (1719), kamenný kříž jižně od kostela (poč. 18. století), kříž nad Martincovým mlýnem (1663).

K nejvýznamnějším osobnostem Pozlovic patří univerzitní profesor PhDr. Antonín Václavík (1891 – 1959), autor monografie Luhačovské Zálesí z r. 1930 [26].

#### 6.3.4 Provodov

První písemná zmínka z roku 1412 uvádí, že Provodov náležel k hradu Světlov. Jméno je pravděpodobně odvozeno od jména rodového Provod nebo Provoda. Staří obyvatelé byli toho mínění, že jejich ves dostala jméno od nejstarších usedlíků, kteří nabízeli pocestným doprovod přes neschůdné hory. V předchozích dobách byly osady na dnešním území Provodova několikrát vypleněny tatarskými nájezdníky. Obec odedávna měla zemědělský charakter s valašským způsobem hospodářství, později s rozšířeným ovocnářstvím. Téměř kaž-



dé pole bylo zároveň sadem a v obci byly sušírny i pálenice. Provodov je obklopen lesy, tudíž láká turisty, kteří tíhnou k čistotě kraje, prostředí, vzduchu, k romantice.

Obec je známá jako slavné poutní místo. Farní kostel Panny Marie Sněžné na vrchu zvaném Malenisko zbudoval r. 1734 hrabě Wolfgang Serényi z vděčnosti za uzdravení svého zraku původně jako kapli poblíž studánky s léčivou vodou. Od kostela vede křížová cesta, na jejímž konci stojí kaple.

Nejstarší památkou v obci je kamenný kříž na Malenisku blízko fary. Je zde přes 300 let. Dalšími památkami jsou zřícenina hradu Rýsov, zřícenina hradu Starý Světlov a **socha sv.**



#### **Jana Nepomuckého.**

K velmi památným a svým způsobem „tajemným“ místům patří pozoruhodné pískovcové skalisko **Čertův kámen** na úbočí Rýsova, chráněné jako přírodní památka. Podle lidových pověstí hledali zoufalí vesničané v době pustošivých nájezdů loupeživých žoldnéřů pod Čertovým kamenem bezpečný úkryt a ochranu. Má podobu trojhranného jehlanu a snad zde sídleli už Keltové [27, 34].



Obrázek 7 Čertův kámen, pozůstatky hradů Rýsov a Starý Světlov [27]

### **6.3.5 Slavičín**

První historická zmínka o Slavičínsku pochází již z r. 1141. Počátek Slavičina se však datuje od roku 1256, kdy dle darovací listiny olomouckého biskupa Bruna ze Schauenburku byl Slavičín 2. června 1256 věnován v léno Helembertovi de Turri. V té době byl zde kostel a fara, Slavičín byl městečkem s právem tržním, celním, hrdelním.

V areálu parku ve Slavičíně stojí barokní zámek, který pochází z roku 1750. Posledním majitelem zde byla rodina Wichterlů, které byl zámek vrácen zpět v rámci restituce.

Prostory zámku jsou využívány pouze ke komerčním účelům (restaurace, vinárna, prodejny).



Obrázek 8 Barokní zámek ve Slavičíně [21]

Na náměstí Mezi Šenky v centru města stojí budova Záložna. V roce 1893 postavený dům byl střediskem místního kulturního a společenského života a pokroku. V přízemí budovy je restaurace, v 1. poschodí je několik menších místností a reprezentační sál se zachovalou nástrojnými malbami, restaurovanou v roce 1999. V posledních letech město jako vlastník objektu provedlo četné stavební úpravy.



Obrázek 9 Zložna Slavičín [21]

Obnovovaný **Pivečkův lesopark**, původně majitele továrny na obuv JAPIS pana Jana Pivečky ze Slavičina, se nachází ve čtvrti Lukšín. Cílem lesoparku je poskytnout občanům města místo k odpočinku a relaxaci a dětem k jejich hrám. Od roku 1994 jsou zde umístována sochařská díla, která vznikají v rámci sochařského symposia. Hlavním iniciátorem vzniku obnoveného lesoparku (za první republiky známé místo oddechu) je pan Jan Pivečka, syn původního majitele, jehož Nadace Jana Pivečky přispívá na obnovení lesoparku [21].





Obrázek 10 Pivečkův lesopark [21]

### 6.3.6 Velký Ořechov

Název obce je odvozen od území porostlého ořeším. Ve středověku měl Velký Ořechov mezi sousedními vesnicemi významnější postavení nejen jako sídlo farnosti, ale i tím, že byl střediskem dosti velikého feudálního statku, jehož majitelé zde měli také své sídlo - tvrz.

Gotická tvrz, přestavěná v renesanční a barokní zámek, se nachází uprostřed obce. Od 14. století, kdy byla postavena, se její majitelé často měnili. Od roku 1652 až do konce 19. století drželi Ořechov Kounicové, kteří tvrz na přelomu 17. a 18. století přestavěli v nevelký barokní zámek, který sloužil jen jako správní budova. Dnes v jeho značně přestavěné budově sídlí základní škola [28].



Obrázek 11 Gotická tvrz ve Velkém Ořechově [28]

## 7 ANALÝZA MIKROREGIONU LUHAČOVSKÉ ZÁLESÍ

### 7.1 Analýza ubytovacích zařízení v mikroregionu

Mezi základní zařízení materiálně-technické základny cestovního ruchu patří ubytovací, stravovací a dopravní zařízení. Zaměřila jsem se na ubytovací zařízení v mikroregionu, abych zjistila, zda jsou menší obce připraveny nabídnout ubytování návštěvníkům, kteří vyhledávají ubytování na klidném místě mimo města.

Tabulka 2 Ubytovací kapacity (počet lůžek) v obcích mikroregionu

Ubytovací zařízení	Hotely a penziony	Ubytování v soukromí	Celkem
Březůvky	20	0	20
Hřivínův Újezd	18	0	18
Ludkovice	15	0	15
Luhačovice	3500	195	3695
Pozlovice	830	65	895
Slavičín	78	0	78
<b>Celkem</b>	<b>4461</b>	<b>260</b>	<b>4721</b>

Údaje jsou vypočteny na základě skutečných ubytovacích kapacit.

Z tabulky je zřejmé, že kromě Luhačovic a Pozlovic není prakticky připravena žádná obec. Počty lůžek, které nabízí obce Březůvky, Hřivínův Újezd, Ludkovice a město Slavičín, jsou zanedbatelné. Jelikož se zmíněné obce nachází mimo lázeňskou zónu, doporučuji jejich zviditelnění na internetových portálech cestovního ruchu (viz 8.4 Propagace) s nabídkou výhodných cen mimo lázeňskou zónu.

### 7.2 Dotazníkové šetření – analýza požadavků návštěvníků

Chce-li být mikroregion úspěšný v oblasti cestovního ruchu, musí uspokojovat potřeby návštěvníků a turistů - musí jim nabídnout to, o co mají největší zájem. Aby se mu to však dařilo, musí tyto potřeby znát. Cílem mého marketingového průzkumu bylo zjistit, zda respondenti znají mikroregion Luhačovské Zálesí a co by v něm rádi našli a navštívili, aby se do něho rádi opakovaně vraceli.

Marketingový průzkum jsem provedla formou dotazníku (viz příloha P II) mezi respondenty, které jsem rozdělila do dvou skupin:

- návštěvníci mikroregionu Luhačovické Zálesí
- respondenti bydlící v mikroregionu Luhačovické Zálesí.

Část dotazníků jsem předávala respondentům osobně, část jsem poslala e-mailem. Respondenty jsem si vytypovávala podle toho, zda mají povědomí o Luhačovicích a jejich okolí. Respondent, který o Luhačovicích nebo jejich okolí nikdy neslyšel, by mi neposkytl potřebné informace.

V úvodu dotazníku je vysvětlen důvod sběru dat – bude sloužit pro studijní účely k vypracování bakalářské práce.

Dotazník je anonymní. U některých otázek (č. 7, 8, 9, 10, 11, 14, 15, 18) je možné zaškrtnout více odpovědí, u ostatních je možná jen jedna odpověď.

U všech respondentů mě zajímalo, zda znají mikroregion Luhačovické Zálesí a jeho internetové stránky, co by v mikroregionu změnili pro zvýšení cestovního ruchu a zda si myslí, že zápis Luhačovic do seznamu UNESCO bude mít kladný vliv na CR mikroregionu.

Návštěvníků jsem se navíc ptala na důvod jejich návštěvy, délku pobytu, použitý dopravní prostředek a která města a obce je nejvíce zaujaly.

Průzkum jsem provedla v ulicích města Luhačovic a ve Zlíně i jeho okolí v měsících říjen - listopad 2007 a březen – duben 2008. Rozdala jsem 227 dotazníků, 171 se mi vrátilo vyplněných, což je 75%. Grafické zpracování vyhodnocení dotazníků se nachází v příloze P III.

#### *Respondenti podle pohlaví*

Ve zkoumaném souboru bylo 78% žen a 22% mužů mezi návštěvníky a 62% žen a 38% mužů mezi rezidenty. Dotazník vyplnily častěji ženy, dle mého názoru proto, že jsou sdílnější a ochotnější podělit se o své názory a vyplnit dotazník.

#### *Bydliště dotazovaných*

Bydliště bylo zjišťováno u návštěvníků - šest jich přijelo z Čech, převážně z Prahy, čtyři z východního Slovenska, ostatní jsou z Moravy, převážně z okresů Zlín (28 návštěvníků), Vsetín (15) a Uherské Hradiště (10).

*Věková struktura*

Tabulka 3 Věková struktura respondentů

Věk.skupina	Návštěvníci		Rezidenti		Celkem	
do 17 let	5	4%	1	2%	6	4%
18 – 30 let	38	36%	17	26%	55	32%
30 – 50 let	41	38%	25	39%	66	38%
50 – 65 let	21	20%	18	28%	39	23%
65 a více	2	2%	3	5%	5	3%
Celkem	107	100%	64	100%	171	100%

Početně nejsilnější byla věková skupina respondentů 30-50 let, mezi návštěvníky bylo v tomto věku 38% dotazovaných, u rezidentů dokonce 39%. U návštěvníků byla druhou nejpočetnější kategorie 18-30 let (36%), u rezidentů kategorie 50-65 let (28%).

*Povědomí o mikroregionu Luhačovské Zálesí*

Z výzkumu vyplývá, že z místních obyvatel zná mikroregion 94% lidí, z návštěvníků je to 69%.

*Rezidenti a návštěvníci*

Podle toho, zda žije dotazovaný v mikroregionu Luhačovské Zálesí, jsem je rozdělila na rezidenty a návštěvníky. V MLZ žije 64 z dotázaných (37 %), návštěvníků odpovídalo 107 (63 %).

*Navštívenost mikroregionu Luhačovské Zálesí*

Analýza odpovědí ukazuje, že 20 % návštěvníků ještě nikdy nenavštívilo mikroregion Luhačovské Zálesí, naopak 80 % se v mikroregionu líbilo natolik, že se vrátilo. To je pozitivní informace, protože se ve většině případů nejednalo o pacienty, kteří se vrací z důvodu léčení.

*Spolucestující*

Z odpovědí vyplývá, že lidí, kteří cestují sami, je málo (13%). Nejčastěji cestují s rodinou (51%) a s přáteli (36%), proto by se nabídka destinace měla zaměřit na rodiny s dětmi. Obzvláště v současné době, kdy zavedením regulačních poplatků pro dětské pacienty i jejich doprovod se počet dětí s rodiči snížil o třetinu.

*Návštěvnost měst a obcí mikroregionu Luhačovské Zálesí*

Podle předpokladů se ukázalo, že Luhačovice jsou nejnavštěvovanějším městem mikroregionu, navštívilo je 84 návštěvníků. Ve větší míře jsou ještě navštěvovány Pozlovice (22 návštěvníků), Slavičín (16) a Provodov (9), ostatní obce stojí v pozadí zájmu.

*Způsob získávání informací o mikroregionu Luhačovské Zálesí*

V této otázce jsem chtěla zjistit, zda je Luhačovské Zálesí dostatečně propagováno v tisku, na internetu či nabízeno jako rekreace v cestovních kancelářích. Zjistila jsem, že tomu tak vůbec není. Nejvíce se lidé spoléhají na doporučení svých známých (43%) a na vlastní zkušenost (45%). To je na jedné straně pozitivní, protože to znamená, že lidé, kteří navštívili dané místo a byli spokojeni, sdělili své zkušenosti svým známým a doporučili jim mikroregion navštívit. Také se ukázalo, že se lidé spoléhají na vlastní zkušenost, a pokud je pozitivní, vrací se.

Negativní ovšem je, že MLZ je zřejmě málo propagován. Velmi malý počet lidí se o Luhačovském Zálesí dozvědělo z internetu (7%), tisku (3%) či v cestovní kanceláři (1,9%).

*Důvod návštěvy MLZ*

V MLZ je zdravá příroda se zajímavými památkami. Proto je poznávání přírody, pěší turistika, procházky v okolí lázní a poznávání památek nejčastější příčinou návštěvy tohoto mikroregionu. Hodně lidí má také v této oblasti své přátele a využívá turistické stezky a cyklotrasy. Dotazovaní nepřikládají velkou váhu rybaření a lyžování v této oblasti.

Tabulka 4 Důvod návštěvy MLZ

Odpověď	počet	Odpověď	počet
poznávání přírody	40	plavání	8
poznávání památek	37	poznávání folklóru	4
pěší turistika	33	obchod	3
návštěva přátel	16	práce	3
léčení	16	dovolená	2
cykloturistika	15	rybolov	1
jiné	10	lyžování	1

*Způsob dopravy*

U následující otázky se potvrdilo, že lidé používají pro cestování nejvíce osobní auto, téměř 60% lidí. To má své výhody – lidé nejsou časově omezeni, mohou si svůj pobyt načasovat

dle svých přání a potřeb a mohou navštívit další zajímavá místa mikroregionu i ve vzdálenějších obcích. Vlákem nebo autobusem přicestoval zhruba stejný počet návštěvníků (vlakem 14%, autobusem 13%), o něco méně jich přijelo na kole (11%).

#### *Dopravní dostupnost*

Při hodnocení dopravní dostupnosti se respondenti rozdělili na dvě skupiny – jedna hodnotí dopravní dostupnost jako dobrou, druhá pouze jako průměrnou, a to jak u návštěvníků, tak u rezidentů. 36% návštěvníků a 45% rezidentů hodnotilo dopravní dostupnost jako dobrou, 34% návštěvníků a 38% rezidentů jako průměrnou.

Tabulka 5 Hodnocení dopravní dostupnosti

Odpoověď	Návštěvníci		Respondenti		Všichni	
kvalitní	6	6%	6	9%	12	7%
dobrá	39	36%	29	45%	68	40%
průměrná	36	34%	24	38%	60	35%
nevyhovující	2	2%	4	6%	6	4%
neodpovědělo	24	22%	1	2%	25	15%

#### *Délka pobytu*

Z výzkumu vyplývá, že téměř polovina návštěvníků přijíždí na krátkodobé výlety na 1-2 dny (48%), zřejmě víkendové, kdy se chtějí odreagovat a odpočinout si. Na 4-6 denní pobyty přijelo 22% návštěvníků, na 7 a více dnů 19% návštěvníků. Výzkum může být zkreslen díky tomu, že byl prováděn i mimo mikroregion. Pokud by se prováděl převážně mezi lázeňskými hosty, pravděpodobně by byl nejvyšší podíl dlouhodobých pobytů 7 dní a více.

#### *Ubytovací zařízení*

Tentýž důvod se jistě projevil i v druhu použitého ubytovacího zařízení, kde přestože je ubytování v hotelu (28%) nebo penzionu (20%) nejčastější, vidíme i vysoký podíl bydlení u známých (17%) a rodiny (14%).

#### *Stravování*

Luhačovice a Pozlovice jsou vybaveny množstvím restaurací, které využilo 84 % dotazovaných návštěvníků. V okolních obcích se většinou nachází pohostinství bez možnosti stravování. Zde mají obce prostor ke zlepšení, pokud chtějí zvýšit svůj cestovní ruch. Teplou ku-

chyni nabízí Mlýn v Hřivínově Újezdě, Koliba na Březůvkách a Zámek a Záložna ve Slavičíně. 11% návštěvníků se o stravování postaralo vlastními silami.

#### *Návštěvnost v jednotlivých ročních obdobích*

Léto je nejoblíbenějším ročním obdobím pro cestování všeobecně, přijelo 61 návštěvníků. Jaro a podzim jsou vzácně vyrovnané (22 a 23 návštěvníků), zimní sezóna je v mikroregionu slabá (pouze 2 návštěvníci) a považují ji za velkou příležitost v rozvoji CR destinace. Potěšující je docela vysoký podíl celoročních návštěvníků, a to 16.

#### *Aktivní odpočinek na dovolené*

Ze získaných odpovědí lze formulovat závěr, že 88 % návštěvníků upřednostňuje aktivní odpočinek na dovolené, což koresponduje s celosvětovým trendem.

#### *Přání aktivit v mikroregionu Luhačovské Zálesí*

Respondenti vybírali z nabídnutých odpovědí, co jim v MLZ schází. Přání návštěvníků i rezidentů mikroregionu jsou podobná a vyjadřují touhu po aktivním odpočinku – nejvíce jim schází krytý bazén a koupaliště, uvítali by rozhlednu a více cyklostezek, ty převážně místní občané. Krytý bazén by pomohl zvýšit návštěvnost v zimních měsících.

Tabulka 6 Schází Vám něco v mikroregionu Luhačovské Zálesí?

Odpověď	Návštěvníci		Rezidenti		Všichni	
krytý bazén	40	37%	33	52%	73	43%
rozhledna	29	27%	28	44%	57	33%
cyklostezky	16	15%	28	44%	44	26%
koupaliště	20	19%	20	31%	40	23%
stopy pro běžkaře	5	5%	8	13%	13	8%
turistické stezky	7	7%	5	8%	12	7%
hřiště a atrakce pro děti	2	2%	7	11%	9	5%
půjčovna sport. nářadí	3	3%	4	6%	7	4%
naučné stezky	6	6%	2	3%	8	5%

#### *Změnili by respondenti něco v MLZ pro zvýšení cestovního ruchu, případně co?*

V této otázce dostali respondenti prostor ke sdělení, co by změnili v MLZ pro zvýšení cestovního ruchu. Ukázalo se, že otevřené otázky nejsou u lidí oblíbené, protože tuto možnost využila jen necelá polovina z nich (48,5%), vhodnější jsou otázky s výběrem odpovědí. Přesto z vyplněných dotazníků lze vyčíst, že nejvíce trápí návštěvníky stejně jako rezidenty dopravní situace, ať už parkování, obchvat města (14% návštěvníků a 30% rezidentů



z vyplněných odpovědí) nebo doprava jako celek (12%, resp. 15%), a čistota vody v přehradě (12%, resp. 10%). Odpověď „ne, nevím“ může vyjadřovat spokojenost se situací a možnostmi regionu, ale taky neochotu přemýšlet nad odpovědí.

Tabulka 7 Co by respondenti rádi změnili v MLZ pro zvýšení cestovního ruchu

Odpověď	Návštěvníci		Rezidenti		Všichni	
ne	14	33%	8	20%	22	27%
nevím	9	21%	2	5%	11	13%
doprava	5	12%	6	15%	11	13%
parkování	2	5%	6	15%	8	10%
obchvat města	6	14%	12	30%	18	22%
vyčistit přehradu	5	12%	4	10%	9	11%
více cyklostezek	1	2%	1	3%	2	2%
více kult. vyžití	1	2%	1	3%	2	2%

### *Znalost internetových stránek*

Negativní je, že  $\frac{3}{4}$  návštěvníků a téměř polovina rezidentů neznají internetové stránky mikroregionu, myslím si, že vyhledávají stránky konkrétních měst a obcí. Možností zlepšení mohou být propagační letáčky mikroregionu s nejzajímavějšími místy a aktivitami, cyklotrasou a rozhlednou a odkazem na webové stránky rozdávané v informačních centrech a při kulturních akcích (viz 8.4 Propagace).

### *Zápis do UNESCO*

Převážná většina dotázaných (90% návštěvníků a 83% rezidentů) si myslí, že zápis Luhačovic do seznamu UNESCO bude mít kladný vliv na CR. Souhlasím, město Luhačovice se dostane více do povědomí lidí, a to i v zahraničí.

## **7.3 Analýza SWOT**

Cílem SWOT analýzy je určení silných a slabých stránek mikroregionu, jeho příležitostí a hrozeb. Ve SWOT analýze je přihlédnuto k výsledkům dotazníkového šetření.

### **Silné stránky:**

- kvalitní životní prostředí neohrožované těžkým průmyslem
- CHKO Bílé Karpaty a činnost její Správy v Luhačovicích
- vhodný terén pro pěší turistiku, cykloturistiku



- věhlas regionu Luhačovské Zálesí od počátku 20. století
- světoznámá architektura Dušana Jurkoviče a urbanismus 30. let 20. století
- dostatek ubytovacích zařízení všech cenových kategorií
- koncerty známých osobností
- kvalitní místní propagace včetně www stránek
- pestrá nabídka doplňkových forem trávení volného času aktivně, i v příp. nepříznivého počasí v letním období

**Slabé stránky:**

- zapojení venkova do cestovního ruchu
- soustředěnost CR na Luhačovicko (především ubytování), okolní obce v pozadí
- nevyhovující podmínky pro veřejné koupání
- místa střetu zájmů CR a ochrany přírody
- nedostatečné čištění odpadních vod a funkčních systémů kanalizace (nad přehradou)
- silná kamionová i osobní doprava, nedostatek parkovacích míst
- nedostatečná informovanost o regionu mimo jeho území, hlavně v zahraničí
- omezené podmínky pro zimní turistickou sezonu, chudá nabídka kulturního i sportovního vyžití v zimním období
- vysoké ceny díky lázeňské oblasti
- řídká síť cyklostezek
- nedostatečné značení kulturních a historických památek mimo Luhačovice
- většina obyvatel mikroregionu je nucena dojíždět za prací

**Příležitosti:**

- zapojení okolních obcí do CR, vytvoření směrových cedulek a informačních tabulí ve všech obcích mikroregionu
- rozšíření a zkvalitnění služeb pohostinství ve všech obcích mikroregionu pro zvyšování celodenních výletů

- jazykové znalosti zaměstnanců recepcí a restauračních zařízení
- rozšíření kulturních a sportovních nabídek v zimním období
- rozšíření nabídek aktivit pro rodiny s dětmi všech věkových kategorií
- vybudování cyklistických tras a naučných stezek přes obce mikroregionu, mapy s informacemi o zázemí pro cykloturisty
- půjčovna cyklistického vybavení, možnost opravy
- vyřešení možností koupání
- vytvoření místního motivačního systému pro obyvatele na údržbu krajiny a vzhledu obcí – „Obec roku“
- omezení kamionové i osobní dopravy - průjezd lázeňským městem
- zvýšení povědomí o regionu v zahraničí – zápis do UNESCO
- využití prostředků z fondů EU na rozvoj obcí
- vybudování turisticky zajímavého a vyhledávaného místa
- zvýšení turistických míst s turistickými známkami
- cílená propagace celého mikroregionu, propagační DVD

**Hrozby:**

- ohrožení architektonického vzhledu města a lázní Luhačovice
- překročení hranice únosného zatížení destinace
- přetrvávající špatný stav Luhačovické přehrady a jejího okolí
- oddalování řešení průjezdu kamionové dopravy lázeňským městem
- nedořešení problematiky veřejného koupání
- nedostatek finančních prostředků na realizaci plánovaných potřebných aktivit pro zvýšení cestovního ruchu v mikroregionu
- solventnost potenciálních klientů

## 8 NÁVRHY NA ZVÝŠENÍ CESTOVNÍHO RUCHU V MIKROREGIONU LUHAČOVSKÉ ZÁLESÍ

### 8.1 Naučná cyklostrasa

Zatímco Luhačovice, lázně s širokým věhlasem, zná kdekdo, okolní kraj zůstává většinou návštěvníků utajen. Z hlediska komerčního turismu v něm totiž nic moc pozoruhodného není, vnímavý poutník s otevřenými očima tady však může najít mnoho krásných míst, která si zachovala svůj půvab.

Objevovat lze poutní místa, lidovou architekturu i neokoukané krajinné scenérie. Po silnicích jezdí málo aut a je radost tudy putovat na kole. Téma lidové architektury může určit i směr cyklistického výletu.

Z dotazníkového šetření vyplynulo, že návštěvníci mikroregionu Luhačovské Zálesí by zde uvítali naučné stezky a cyklostezky. Cykloturistika je rychle se rozvíjející a stále oblíbenější forma trávení volného času, naučná stezka přináší návštěvníkům nové poznatky.

Navrhují obě činnosti spojit a vybudovat *historicky-naučnou cyklostrasu „Luhačovským Zálesím“*, která pomůže zapojit okolní obce do cestovního ruchu mikroregionu. Cyklostrasa bude cykloturisty seznamovat s kulturním a historickým bohatstvím mikroregionu.

Existující turistické trasy a cyklotrasy se nachází na východ od Luhačovic (viz Příloha IV). Navrhují historicko-naučnou cyklostrasu procházející obcemi v západní části mikroregionu (viz Příloha V), aby se i tyto dostaly do povědomí návštěvníků, pacientů, i turistů vyznávajících aktivní turistiku na dovolené. V krátkém časovém horizontu lze vést a označit cyklostrasu po stávajících silnicích a komunikacích. Při dostatku finančních prostředků lze v delším časovém horizontu zbudovat cyklostezku mimo silnice pro zvýšení bezpečnosti cyklistů i pohody a klidu<sup>4</sup>.

---

<sup>4</sup> Zatímco cyklostezka je cesta určená jen pro kola, po cyklotrasách jezdí i auta.

**Historicko-naučná cyklotrasa „Luhačovským Zálesím“:**

Z luhačovského nádraží se vydáme na jihozápad podél železniční trati. Přes první světelný přejezd přejedeme do ulice Družstevní až po křižovatku s ulicí Stráň. Zde si můžeme vybrat, zda zvolíme do Biskupic náročnější, ale klidnější trasu přes letiště nebo snazší, ale nebezpečnější trasu po silnici č. 492, kdy asi po 2 km odbočíme na Zlín<sup>5</sup>.

V Biskupcích je první zastávkou kamenný kříž z r. 1866 zdobený drobným reliéfem lidového charakteru, který se nachází na začátku obce na mírném stoupání po levé straně silnice. Budeme pokračovat směrem na Zlín a před budovou Základní školy se zastavíme u sochy Sv. Jana Nepomuckého – barokní skulptury z r. 1796 [35].

Pokračujeme po silnici do Kaňovic. Mezi obcemi navrhují první odpočívadlo u polní cesty, asi 50 m od hlavní cesty. Alej po straně polní cesty poskytne ochranu cyklistů před zraky motoristů z hlavní cesty. Na křižovatce v Kaňovicích odbočíme doprava na místní komuni-



kaci a přijedeme k ukázce lidové architektury – **rolnické usedlosti č.p. 19**, vedle níž stojí osamoceně patrová komora. Její izolovaná poloha měla být ochranou potravinových zásob před případným požárem v domě. Rázovitý hliněný dům, charakteristický pro Zálesí, byl založen v r. 1788 a v současné době probíhá jeho rekonstrukce za přispění dotace z Ministerstva kultury ČR v Praze. V prostorách zrekonstruovaných chlévů vznikne menší skanzen tzn. stálá expozice dobových nástrojů, náradí a zařízení. Asi o 30 m dále stojí **rolnická usedlost č.p. 23**, která je stále obydlená.



Vrátíme se na hlavní silnici a pojedeme do Hřivínova Újezdu. Zde naši pozornost upoutá **komplex roubených stodol** – v obci napočítáme 15 roubenek, které jsou postaveny z charakteristicky zakřivených bukových trámů. V minulosti

<sup>5</sup> Obě tyto trasy nahradí v časovém horizontu asi pěti let úsek Luhačovice - Biskupice cyklostezky Luhačovice – Kunovice, která je navržena v projektové dokumentaci zadavatele města Luhačovice (úsek Luhačovice - Polichno) a města Uherský Brod (úsek Polichno – Kunovice). Cyklostezka povede po polní cestě podél železniční trati. Je nutné vyřešit majetkové vztahy a odvodnění v lesní části stezky.

zde totiž chybělo rovné jehličnaté dřevo, což mělo za následek velmi archaický až primitivní vzhled veškerých roubených staveb. U hospodářských budov to nevadilo, obytné domy se však zvenku lícily vápnem, aby se podobaly "kvalitnějšímu" hliněnému domu z "bohatšího" slováckého jihu.

Pokračujeme na severozápad do Doubrav. Zde u hlavní silnice stojí **dřevěná roubená zvonička**, typická pro Luhačovské Zálesí. Po zvládnutí mírného stoupání nám bude odměnou druhá zastávka v Doubravách, což je **patrová komora s pavlačí u č.p. 21**, poslední v obci. Vrátime se zpět ke zvoničce, pod kterou odbočíme doleva a změním směr na východ. Velmi klidná, ale kopcovitá cesta, po které budeme pokračovat, nás zavede do Březůvek. Na kopečku s výhledem na Březůvky i široké okolí navrhuji druhé odpočívadlo, které přijde vhod po zvládnutém stoupání.

První objekt, ke kterému v Březůvkách přijedeme, je **Kaple Sv. Anežky České**. Byla slavnostně vysvěcena 31. srpna 2002 biskupem Mgr. Hrdličkou. Základní kámen posvětil při návštěvě papež Jan Pavel II. v roce 1990. Se stavbou bylo započato v roce 1998. Na zakázku byl ve zvonářské dílně pana Tkadlece z Halenkova vyroben zvon, který byl slavnostně posvěcen 6. srpna 2000 v Provodově. Centrální obraz sv. Anežky České vytvořila akad. malířka Marie Molová z Prahy. Při výstavbě bylo proinvestováno přes čtyři milióny korun [3].



Projedeme malebnou obcí a stavíme se na občerstvení v **Kolibě Hutě** u umělé nádrže „Kapřín“, která slouží v létě i ke koupání. Koliba je stylově zařízena a nabízí ubytování pro 16 osob. Březůvky opustíme a vydáme se cestou lesem do Ludkovic. Mezi obcemi se zastavíme v lokalitě Slatiny u oblíbeného **pramene Lukáštěna** (viz Březůvky). Zde je výhodné místo pro zbudování třetího odpočívadla. Pramenitá voda v dosahu a nevelká skaliska, oblíbená především u dětí, budou vděčnou zastávkou před závěrečnou částí cyklotrasy.

V Ludkovicích stojí za zastavení **kamenný kříž** s barokní výzdobou na návsi z roku 1761. Pokračovat budeme stoupáním ke kříži zvanému „**BOŽÍ MUKA**“ z roku 1786 na rozcestí Luhačovic, Pozlovic, Řetechova a Ludkovic, rozhraní čtyř katastrů [33]. Oborou nad lázněmi budeme směřovat k cíli – zpět do Luhačovic. Poslední zastávku si uděláme u **jezírka Lásky**. Zde se nám nabízí možnost příjemného posezení u jezírka obklopeného ze všech stran lesy a táboráku pod střechou altánu.

Cyklotrasa je dlouhá 28 km (viz Příloha VI), s přestávkami na jednotlivých zastaveních a odpočívadlech (viz Příloha VII) a obědem na Kolibě si uděláme příjemný polodenní výlet.

Výškové převýšení cyklotrasy se zdá na první pohled vysoké (viz Příloha VI), ale celkové převýšení je jen 156 m, pouze stoupaní by mohla být o něco kratší. Méně zdatní cyklisti nebo rodiny s dětmi, které se chtějí vyhnout nejdelšímu stoupaní z Ludkovic k Božím mukám, se mohou z Ludkovic vrátit zpět rovinkou přes Biskupice. Ochudí se ovšem o Jezírko lásky a možnost táboráku. Naopak zdatní cyklisté si mohou z Březůvek trasu prodloužit do Provodova a navštívit Čertův kámen nebo zříceniny hradů Rýsov a Starý Světlov, musí ovšem počítat s opravdu náročným stoupaním.

### 8.1.1 Projekt Cyklisté vítání

Zatímco standard služeb pro cykloturistiku ve státech západní Evropy je kvalitní a rychle roste, v ČR obsahují cyklistické trasy malý podíl bezpečných cyklistických stezek a nejslabší stránkou zůstává nízká kvalita hlavních a doplňkových služeb.

Lidé si rychle zvykají na lepší služby a vyhledávají služby s garantovanou kvalitou. Z toho důvodu vznikl předloni projekt Cyklisté vítání, jehož cílem je zlepšování kvality služeb CR pro specifickou skupinu cyklistů a cykloturistů. Ve stravovacích a ubytovacích zařízeních s certifikátem „Cyklisté vítání“ by neměl být problém bezpečně uschovat kola, umýt je, opravit, vyprat si a usušit oblečení na další den, dobře se najíst... [16]

V projektu Cyklisté vítání vidím velkou příležitost pro ubytovací a stravovací zařízení v obcích MLZ.

Ideální předpoklady i polohu pro místo s certifikátem „Cyklisté vítání“ na navrhované cyklotrase má Koliba v Březůvkách. Koliba má stylovou restauraci, k dispozici 16 lůžek, prostory pro úschovu kol i jejich nezbytné opravy, výhodnou polohu v mikroregionu a navíc možnost koupání - skvělá kombinace.

## 8.2 Rozhledna

Rozhledny ještě před deseti lety znalo a navštěvovalo jen pár zasvěcených milovníků dalekých výhledů, zatímco dnes patří mezi nejpulárnější cíle turistických výletů.

Terén mikroregionu je mírně zvlněný, má ráz ploché vrchoviny prořezané údolíčky s vesnicemi. Převažují pole, louky a drobné lesíky, krajina je otevřená a za dobré dohlednosti se odtud otevírají daleké výhledy.

Myšlenka rozhledny nad Luhačovským Zálesím není nová, ale zatím vždy zůstalo jen u myšlenky. Už ve 30. letech minulého století byla v plánu výstavba dokonce dvou rozhleden, jak uvádí Antonín Václavík:

*„Ruch nabude větších rozměrů, jakmile se postaví rozhledny na Obětové a Komonci a až při dobudování údolní přehrady nad lázněmi se otevrou nová sportovní hřiště, umožní se veslování atd.“ [14, str. 275]*

Naposledy se myšlenka rozhledny na Komonci objevila v programu obnovy venkova obcí Podhradí, Pozlovice a Provodov v roce 2003. Od stavebního projektu a realizace stavby rozhledny se upustilo.

Vracím se k myšlence více než 80 let staré a navrhuji postavit na Komonci dřevěnou rozhlednu. Dále navrhuji tuto rozhlednu zapsat do seznamu rozhleden a jako turistické známkové místo.<sup>6</sup> V okrese Zlín<sup>7</sup> je 16 turistických známkových míst, předpokládám tedy, že rozhledna přiláká dva druhy turistů:

- milovníky rozhleden a krásných výhledů,
- sběratele turistických známek.

Rozhlednu na Komonci přivítají i pacienti a návštěvníci lázní, jak vyplynulo z dotazníkového šetření. Příjemně se tak prodlouží vycházková trasa i do vzdálenějšího okolí lázní.

Z následující tabulky je zřejmé, že ve Zlínském kraji se nachází 8 rozhleden a na Moravě celkem je mnohem méně rozhleden než v Čechách.

---

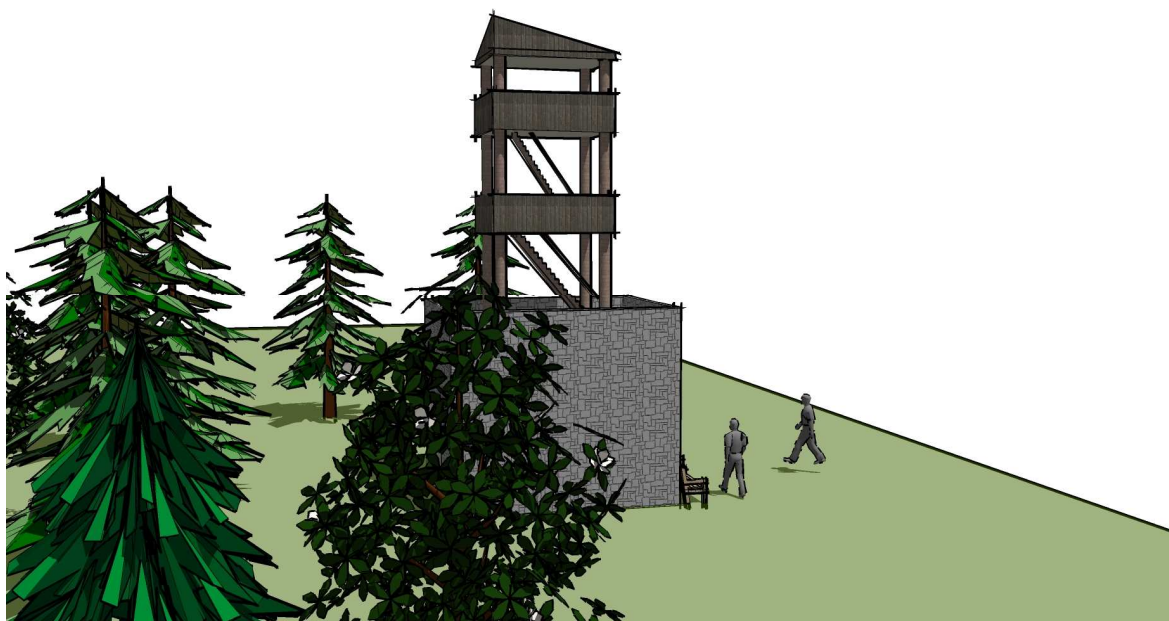
<sup>6</sup> V mikroregionu mají turistickou známku „Městské informační středisko Luha info, Luhačovice“, „Městské muzeum Slavičín“ a „Muzeum luhačovského Zálesí“.

<sup>7</sup> Na webových stránkách „Turistické známky“ lze známky vyhledat podle jednotlivých okresů.

Tabulka 8 Počet rozhleden v jednotlivých krajích ČR

Kraj	Počet rozhleden	Kraj	Počet rozhleden
Jihočeský	18	Pardubický	15
Karlovarský	21	Vysočina	6
Královéhradecký	17	Jihomoravský	15
Liberecký	19	Moravskoslezský	17
Ústecký	32	Olomoucký	7
Plzeňský	17	Zlínský	8
Středočeský	23		

[vlastní zpracování dle 31]



Obrázek 12 Vizualizace rozhledny [vlastní zpracování]

### 8.3 Nákladová analýza

#### 8.3.1 Nákladová analýza cyklotrasy

Starostové obcí si uvědomují důležitost cestovního ruchu pro rozvoj obcí i stále rostoucí zájem o cyklistiku, proto většina z nich navrženou cyklotrasu „Luhačovským Zálesím“ přivítá-



la. Navrhuji zpracovat projekt na cyklotrasu a požádat o dotace ze Strukturálních fondů Ministerstva pro místní rozvoj ČR nebo z Evropského fondu pro regionální rozvoj [33, 35].

Následující tabulka zobrazuje finanční prostředky potřebné na vyznačení historicko-naučné cyklotrasy, kterou je možné po zpracování projektové dokumentace realizovat v relativně krátké době:

Tabulka 9 Odhad nákladů

Č.pól.	Mobiliář	Počet kusů	Cena ks (bez DPH)	Cena celkem (bez DPH)
1	Směrová tabule cyklotrasy	7	2 500,00	17 500,00
2	Odpočívadlo zastřešené	3	10 240,00	30 720,00
3	Stojan na kola	3	2 480,00	7 440,00
4	Odpadkový koš plastový	3	1 990,00	5 970,00
	<b>Celkem</b>			<b>61 630,00</b>

[vlastní zpracování dle 18, viz Příloha VIII]

Pokud se přistoupí k výstavbě bezpečnější cyklostezky, náklady na 1 km cyklostezky se pohybují v rozmezí 2,5 – 3 mil. Kč. Záleží:

- na původním terénu, na kterém se cyklostezka buduje - louka, polní cesta, les, ve kterém se musí porazit některé stromy,
- na podloží - zda se musí zpevnit,
- použitý materiál – asfalt, šterkopísek, cementobetonový povrch, jestli je materiál probarvený (asfaltový kryt černý cca 250,- Kč/1m<sup>2</sup>, asfaltový kryt červený cca 850,- Kč/1m<sup>2</sup>),
- odvodnění – jestli je třeba budovat propustky nebo jestli stačí jen příkopové žlabovky, vybudovat novou dešťovou kanalizaci popř. přípojky (zejména ve městech a obcích).

Ceny jsou stanoveny dle Cenových ukazatelů ve stavebnictví pro rok 2008, dle ÚRS a RTS<sup>8</sup> – katalogů cen stavebních prací [32].

<sup>8</sup> ÚRS Praha, a.s. a RTS, a.s. Brno jsou tradičním zpracovatelem databází oceňovacích podkladů a směrných cen stavebních prací, pravidelně aktualizované výstupy jsou vydávány v tištěné i elektronické podobě

Cena 27 km cyklostezky se tedy může pohybovat v rozmezí 67,5 – 81 milionů Kč. Na financování by se podílely obce, kterými by cyklostezka procházela, a požádaly by o dotace ze Strukturálních a Evropských fondů (viz 8.3.2 Nákladová analýza rozhledny).

### 8.3.2 Nákladová analýza rozhledny

Financování rozhledny je pro rozpočet obce Provodov, v jehož katastru se bude rozhledna nacházet, neúnosné. Obce Pozlovice a Podhradí, které leží rovněž přímo pod Komoncem a měly by zájem na postavení rozhledny, by se na financování částečně podílely. Další finanční prostředky lze získat:

- prostředky z městských nebo obecních rozpočtů měst a obcí, které budou mít zájem na postavení rozhledny pro zvýšení cestovního ruchu v mikroregionu
- dotace ze Zlínského kraje
- dotace ze Strukturálních fondů Ministerstva pro místní rozvoj ČR, např. Regionální operační rozvoj – Jihovýchod, nebo Operační programy Přeshraniční spolupráce ČR – Slovensko [24]
- Evropský fond pro regionální rozvoj (EFRR)
- Finanční příspěvky soukromých firem [33, 34].

Předběžný rozpočet nákladů na výstavbu rozhledny na Komonci vychází na cca 4 794 124,- Kč s DPH (viz příloha P X). Ceny jsou stanoveny dle ÚRS a RTS – katalogů cen stavebních prací [32].

## 8.4 Propagace

V každé obci se nachází informační tabule obsahující základní informace o mikroregionu Luhačovské Zálesí a kulturních a historických památkách každé jednotlivé obce. Potenciální návštěvníci projíždějící obcí autem zahlédnou informační tabuli, ale nejsou schopni zaměřit a přečíst, co je na ní napsáno. Doporučuji rozmístit směrové ukazatele k zajímavým turistickým cílům, jako jsou výše uvedené rolnické usedlosti v Kaňovicích a Doubravách. Poznávání naší historie je nezbytné pro budování naší budoucnosti, proto by měly být vidět.

Aby se oba nové turistické cíle – cyklotrasa i rozhledna, dostaly do povědomí široké veřejnosti, bude třeba zajistit jejich propagaci. Protože podíl hledání informací na internetu stále

roste, nejúčinnějším reklamním prostředkem, hned po ústním doporučení, bude jistě internet. V mikroregionu doporučuji umístit upoutávky na historicko-naučnou cyklotrasu i rozhlednu na webové stránky všech obcí patřících do MLZ i na webové stránky mikroregionu Luhačovské Zálesí. V rámci spolupráce s okolními mikroregiony bude dobré umístit upoutávky na nová turistická místa na jejich webové stránky do odkazů informujících o zajímavých turistických místech v jejich okolí.

Další významné portály zabývající se cestovním ruchem, na které rovněž doporučuji umístit odkazy:

- [www.vychodni-morava.cz](http://www.vychodni-morava.cz),
- [www.slovacko.cz](http://www.slovacko.cz),
- [www.cykloturistika.cz](http://www.cykloturistika.cz),
- [www.rozhledny.cz](http://www.rozhledny.cz).

Reklamou oslovující široké vrstvy je reklama v televizi - např. v pořadu České televize „Toulavá kamera“, na jehož konci každou neděli vyzývají diváky k zaslání pozvánky na zajímavá turistická místa v Česku na adresu [www.toulavakamera.cz](http://www.toulavakamera.cz).

Další možností reklamy je zařazení do aktuálního povětrnostního zpravodajství prostřednictvím panoramatických kamer v pořadu „Panorama“ na ČT 2, kde jsou uvedena nejen telefonní čísla informačního centra daného místa, ale také odkazy na webové stránky, připravované kulturní akce a zajímavá turistická místa. Nejbližší záběry kamer jsou z Kroměříže, Lednice a Pusteven, na východní Moravě žádná kamera umístěná není a Luhačovice jsou významným centrem – perlou východní Moravy.

Klasickou reklamou jsou pohlednice, které jsou stále populární. Proto navrhuji tisk pohlednic s motivem rozhledny a nejzajímavějšími místy a mapkou cyklostezky.

Doporučuji vytvořit propagační DVD mikroregionu Luhačovské Zálesí, jež by se prodávalo v informačních centrech MLZ, v restauracích obcí MLZ, muzeu Luhačovského Zálesí, případně by se prodávalo při folklórních, kulturních a jiných společenských akcích, např. při Otevírání pramenů.

#### 8.4.1 Propagace v zahraničí

Lázně Luhačovice jsou zaměřeny na německy mluvící klienty, a tomu odpovídají jazykové znalosti personálu hotelů, penzionů a restauračních zařízení. Navrhuji rozšířit jejich jazykové vybavení o světový jazyk – angličtinu.

Všechny internetové stránky lze otevřít i v anglické verzi, potenciální návštěvník si tedy najde základní informace na internetu. Pokud ovšem zavolá na recepci hotelu, aby si zamluvil ubytování v hotelu, narazí na problém - recepční zpravidla nemluví anglicky, pouze německy.

Významným přínosem v oblasti propagace v zahraničí bude zápis města Luhačovic do seznamu UNESCO, pokud se zdaří.

### 8.5 Závěry z praktické části

Úvod praktické části bakalářské práce charakterizuje mikroregion Luhačovské Zálesí z historického pohledu, jeho přírodní podmínky pro rozvoj cestovního ruchu a popisuje jeho nejvýznamnější obce s jejich kulturními a historickými památkami.

Druhá část se zabývá analýzou ubytovacích a stravovacích zařízení v mikroregionu, která jsou základem nabídky cestovního ruchu. Dotazníkovým šetřením byla zjištěna přání a požadavky rezidentů a především návštěvníků, které jsou nosným pilířem rozvoje destinace. Tato zjištění a vlastní znalost prostředí byly využity při zpracování analýzy SWOT.

Na základě zjištěných skutečností navrhuje třetí část bakalářské práce možnosti, které by přispěly ke zvýšení cestovního ruchu v mikroregionu. Jednou z možností je vybudování historicko-naučné cyklotrasy spojující obce v západní části MLZ, kde se prozatím žádná turistická ani cyklistická trasa nenachází, druhou možností je výstavba rozhledny na Komonci, jejíž první myšlenka je stará více než 80 let. K oběma návrhům jsou vypracovány předběžné kalkulace nákladů. Označením rozhledny jako známkového místa by se okruh potenciálních návštěvníků zvýšil kromě milovníků širokých výhledů a rozhledů i o sběratele turistických známek.

## ZÁVĚR

Trh cestovního ruchu je nestabilní. Poptávka po stále nových destinacích a aktivitách nutí destinace cestovního ruchu rozšiřovat své produktové řady o nové komponenty, nové aktivity, kterými zaujmou.

Mezi současnými destinacemi existuje velká konkurence a neustále se objevují nové, které se osvědčují. Proto je pro mikroregion Luhačovské Zálesí nutností, aby co nejlépe poznal nejen své návštěvníky, jejich potřeby a požadavky, ale i své možnosti, příležitosti i nedostatky.

Charakteristika současného stavu v mikroregionu ukázala, že cestovní ruch je zaměřen na Luhačovice, ačkoliv Luhačovské Zálesí nabízí i jiná turisticky zajímavá místa. Ta je třeba zviditelnit a přiblížit potenciálním návštěvníkům, ale i těm, kteří se vracejí a ani neví, co všechno ještě neviděli.

Luhačovice, jako středisko mikroregionu, se potýkají s velkým nedostatkem parkovacích míst a hustou kamionovou dopravou, která velmi narušuje klid potřebný k léčení. O obchvatu, který by lázním velmi odlehčil, se diskutuje více než 30 let. Nyní Krajský úřad Zlínského kraje společně s obcí Luhačovice usilují o odklonění kamionové dopravy.

Město Luhačovice má dostatečnou ubytovací kapacitu, ale nemá k ní dostatek parkovacích míst. I tahle ožehavá otázka se řeší již dlouho a v územním plánu města je zapracováno dvoupodlažní parkoviště v centru města. Při předkládání projektů nových objektů je po investorech požadováno podzemní parkování.

Velkým nedostatkem, na který už dlouho poukazují návštěvníci i obyvatelé města, je koupání pro veřejnost. Lázeňská zařízení sice disponují malými bazény, ty ovšem pojmu jen malé skupinky plavců a ne každý je ochotný koupat se společně s pacienty. V současné době probíhá projektová příprava krytého bazénu s celoročním provozem. V létě budou po otevření skleněné stěny k dispozici i letní terasy na opalování (viz Příloha XI). Rovněž probíhá projektová příprava venkovního koupání v oblasti přehrady.

Počet pacientů lázní, jimž hradí pobyt zdravotní pojišťovna, se snížil díky reformě zdravotnictví o třetinu. Jedná se zejména o rodiče s dětmi, protože povinnost platit regulační poplatky se týká dětského pacienta i jeho doprovodu. Svaz léčebných lázní usiluje o zrušení regulačního poplatku pro dětské pacienty, ale není jisté, zda a kdy se to podaří.

V loňském roce navštívilo Lázně Luhačovice 29 870 pacientů, z toho 7 500 mělo pobyt hrazený zdravotními pojišťovkami. Úbytek pacientů tedy činí asi 2 500 [22].

Je třeba, aby destinace nabídla něco nového, co by přilákalo pozornost, návštěvnost se opět začala zvyšovat.

Dotazníkové šetření odhalilo, že nejen návštěvníci, ale i obyvatelé mikroregionu chtějí trávit svůj volný čas a dovolenou aktivně, nejčastěji se svou rodinou, zahrnujíc děti všech věkových kategorií.

Cílem mé bakalářské práce bylo zjistit možnosti pro zvýšení návštěvnosti mikroregionu Luhačovské Zálesí. Domnívám se, že cíl bakalářské práce byl splněn.

Pomocí marketingového výzkumu, dotazníkovým šetřením, jsem zjistila názory, přání a tužby nejen návštěvníků, ale i rezidentů, kteří se chtějí podílet na rozvoji svého města a okolí a kvalitním trávením svého volného času.

Pro další rozvoj celého mikroregionu a zvýšení návštěvnosti navrhuji historicky-naučnou cyklotrasu „Luhačovským Zálesím“ s vybudováním jednoduchého zázemí pro aktivní turisty, která je zaměřena na území mikroregionu, na kterém se doposud nenachází žádná turistická ani cyklistická trasa. Velkou příležitostí zastupitelům obcí i soukromým osobám nabízí projekt Cyklisté vítáni, díky němuž mohou přilákat návštěvníky, zvýšit zaměstnanost v obci a zároveň zviditelnit svou obec.

Druhým návrhem je dřevěná rozhledna na nejvyšším kopci oblasti, Komonci, jejíž první myšlenka je více než 80 let stará a doposud se jí nepodařilo zrealizovat. Rozhledna přiláká do mikroregionu Luhačovské Zálesí nové dva druhy návštěvníků – milovníky výhledů a sběratele turistických známek.

Aby se oba návrhy dostaly do povědomí široké veřejnosti, je potřebná účinná propagace, ke které by účinně přispěly všechny dosavadní osvědčené propagační možnosti a navíc propagační DVD mikroregionu.

Z dlouhodobého hlediska je pro rozvoj CR v destinaci důležité vyřešit čistotu vody v Luhačovické přehradě a využití jejího okolí. Luhačovická přehrada bývala velmi oblíbeným místem ke koupání, přes léto se k ní sjížděly stovky lidí denně a louky na jejích březích nestačily ani pojmout to množství dek. V současnosti je však přehrada mezi prvními v kraji znečištěna nadměrným množstvím sinic a koupání je jen na vlastní nebezpečí.

Po hladině se proháněly lodičky a šlapací kola, na jejich zapůjčení se stály fronty.

Aby se zlaté časy Luhačovické přehrady vrátily, je nejdůležitější vybudování čističek odpadních vod v obcích ležících nad přehradou, jejichž splašky vtékají do přehrady a jsou hlavními znečišťovateli vody.

Druhým důvodem je nadměrné krmení ryb v přehradě, jejichž lov se stal hlavní činností na přehradě.

Doporučila bych omezení lovu ryb jen na část jarní a hlavně podzimní sezónu. Obnovení koupání v přehradě po celou letní sezónu by sem vrátilo drobné podnikatele a zajistilo provoz zašlých stánků s rychlým občerstvením a restaurací v okolí přehrady i rekonstrukci půjčovny lodiček a šlapacích člunů.

Cestu, která vede kolem přehrady, navrhuji rozšířit a rozdělit na část pro pěší a druhou část pro cyklisty a in-line brusle. Současný stav, kdy cyklisté i jezdci na bruslích kličkují mezi chodci, je nevyhovující a neudržitelný.

Okolí přehrady také nabízí jak prostor k odpočinku a relaxaci, sportu, ale také kulturním programům a programům pro rodiny s dětmi i veřejnost. Doporučuji spolupráci podnikatelských subjektů s městem Luhačovice a organizacemi ve městě, které by mohli tyto aktivity nabídnout, realizovat i finančně podpořit. V lesíku u přehrady je vhodný nevyužitý prostor pro lanové aktivity a lezecké stěny. Louky nabízí možnost umístění letního kina, k provozování různých kulturních akcí a venkovních diskoték a večírků.

V Horní a Dolní Lhotě obyvatelé udržují tradici masopustu s průvodem masek, množstvím masopustních pokrmů, koblih a výbornou slivovicí. Následuje masopustní veselice a zábava v kulturních zařízeních. Spoluprací starostů obcí a obyvatel i účinnou propagací těchto aktivit by se mohlo podařit přilákat i milovníky těchto lidových zvyků a tradic.

V blízkosti Slavičina se nachází motokrosová dráha, na které se jezdí regionální přebory v motokrosu, ale povědomí o těchto závodech není. Doporučuji zvýšit propagaci této atraktivní podívané, jediné v širokém okolí.

Pro zvýšení cestovního ruchu v zimní sezóně doporučuji městu Luhačovice zakoupit rolbovací stroj na úpravu běžeckých stop, které by navázaly na běžecké stopy v okolí Petrůvky a Slavičina. Krásy okolní přírody i vhodný terén by mohly být rájem pro běžkaře a návštěvníky v zimním období.

Věřím, že navržená doporučení budou přínosem pro mikroregion Luhačovské Zálesí a poslouží jako návod pro zvýšení atraktivity destinace a zvyšování cestovního ruchu mikroregionu všem těm, kteří budou o vhodných řešeních v oblasti rozvoje cestovního ruchu v budoucnosti rozhodovat.



## SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

### Monografie

- [1] FORET, Miroslav, FORETOVÁ, Věra. *Jak rozvíjet místní cestovní ruch*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2001. 180 s. ISBN 80-247-0207-X.
- [2] HESKOVÁ, Marie. *Základní problémy cestovního ruchu*. 1. vyd. Praha: VŠE Praha, 1999. 142 s. ISBN 80-7079-047-4.
- [3] HOLÍK, Jaroslav. *Březůvky*. 1. vyd. Luhačovice: Atelier IM, 2006. 215 s. ISBN 80-85948-60-5.
- [4] HORNER, Susan, SWARBROOKE, John. *Cestovní ruch, ubytování a stravování, využití volného času: aplikovaný marketing služeb*. Praha: Grada Publishing, 2003. ISBN 80-247-0202-9.
- [5] KINCL, Jan a kol. *Marketing podle trhů*. 1. vyd. Praha: Alga, 2004. ISBN 80-86851-02-8.
- [6] KIRÁLOVÁ, Alžběta. *Marketing destinace cestovního ruchu*. 1. vyd. Praha: Ekopress, 2003. 173 s. ISBN 80-86119-56-4.
- [7] MIRVALD, Stanislav. *Geografie cestovního ruchu*. 3. vyd. Plzeň: Vydavatelství ZČU, 1996. 128 s. ISBN 55-097-96.
- [8] MORRISON, Alastar M. *Marketing pohostinství a cestovního ruchu*. 1. vyd. Praha: Victoria publishing, 1995. 523 s. ISBN 80-85605-90-2.
- [9] PALATKOVÁ, Monika. *Marketingová strategie destinace cestovního ruchu*. 1. vyd. Praha: Grada, 2006. ISBN 80-247-1014-5.
- [10] PAYNE, Adrian. *Marketing služeb*. 1. vyd. Praha: Grada, 1996. ISBN 80-7169-276-X.
- [11] PETRÁKOVÁ, Blanka. *Lidový kroj luhačovického Zálesí*. 1. vyd. Zlín: Muzeum jihovýchodní Moravy ve Zlíně, 2007. ISBN 978-80-903411-9-7.
- [12] PETRŮ, Zdenka. *Základy ekonomiky cestovního ruchu*. 1. vyd. Praha: IDEA SERVIS, 1999. ISBN 1866-050-99.

- [13] TRNKOVÁ, Olga a kol. *Území a cestovní ruch a regionální rozvoj*. 1. vyd. Praha: VŠE 1993. 95s. ISBN 80-7079-123-3.
- [14] VÁCLAVÍK, Antonín. *Luhačovské Zálesí*. 2. vyd. Luhačovice: Atelier IM, 2005. 877 s. ISBN 80-85948-58-3.

#### Internetové zdroje:

- [15] *Czech Tourism: Informace o Czech Tourism*. [online]. [cit. 2008-03-11]. Dostupné z www: <<http://www.czechtourism.cz/?mitem=000000&show=007000>>.
- [16] *Cykloturistika: Tip: cyklisté vítáni*. [online]. [cit. 2008-05-02]. Dostupné z www: <http://www.cykloturistika.cz/cykliste-vitani/>
- [17] *Český statistický úřad: Zlín: Mikroregiony Zlínského kraje 2005*. [online]. [cit. 2008-03-12]. Dostupné z www: <[http://www.czso.cz/xz/ediciplan.nsf/t/47002FC7CB/\\$File/72070630.jpg](http://www.czso.cz/xz/ediciplan.nsf/t/47002FC7CB/$File/72070630.jpg)>.
- [18] *DoZnač, dopravní značení a cyklotrasy, s.r.o.: Značení cyklotras*. [online]. [cit. 8.května 2008]. Dostupné z www: <<http://www.doznac.cz/>>.
- [19] *Město Luhačovice: Historie a folklór*. [online]. [cit. 2008-03-12]. Dostupné z www: <<http://www.luhacovice.cz/page/1614.historie-a-folklor-luhacovice/>>.
- [20] *Město Luhačovice: Oficiální průvodce městem*. [online]. [cit. 2008-03-12]. Dostupné z www: <<http://www.luhacovice.cz/page/1333.lazne-luhacovice/>>.
- [21] *Městský úřad Slavičín – rezervační a informační systém*. [online]. [cit. 2008-03-16]. Dostupné z www: <[http://www.slavicin.urad.cz/encyklopedie/objekty1.phtml?id=72873&id\\_obce=18258](http://www.slavicin.urad.cz/encyklopedie/objekty1.phtml?id=72873&id_obce=18258)>.
- [22] *Mladá Fronta DNES – jihovýchodní Morava: mfdnes on-line*. [online]. [cit. 2008-05-05]. Dostupné z www: <<http://mfdnes.newtonit.cz/default.asp?cache=390209>>.
- [23] *Ministerstvo pro místní rozvoj: Strukturální fondy*. [online]. [cit. 2008-04-06]. Dostupné z www: <<http://www.mmr.cz/programovaci-obdobi-2007-2013>>.
- [24] *Ministerstvo pro místní rozvoj: Světová organizace cestovního ruchu*. [online]. [cit. 2008-04-06]. Dostupné z www: <<http://www.mmr.cz/1-svetova-organizace-cestovniho-ruchu-wto-a-clenstvi-ceske-republiky-v-teto-organizaci>>.

- [25] *Luhačovské Zálesí: mapový server*. [online]. [cit. 2008-03-11]. Dostupné z www: <<http://www.luhacovske-zalesi.cz/index.php?ID=110> >.
- [26] *Obec Pozlovice: O obci Pozlovice*. [online]. [cit. 2008-03-12]. Dostupné z www: <<http://www.pozlovice.cz/obec.php>>.
- [27] *Obec Provodov: O obci*. [online]. [cit. 2008-03-12]. Dostupné z www: <[http://www.provodov.cz/index.php?option=com\\_content&task=view&id=13&Itemid=27](http://www.provodov.cz/index.php?option=com_content&task=view&id=13&Itemid=27)>.
- [28] *Obec Velký Ořechov: Historie a současnost*. [online]. [cit. 2008-03-16]. Dostupné z www: <<http://www.velkyorechov.cz/historie.htm>>.
- [29] *Zlínský deník. Cizinci: nárůst o šest tisíc*. [online]. [cit. 2008-05-08]. Dostupné z www: <[http://zlinsky.denik.cz/zpravy\\_region/cizinci-narust-o-sest-tisic20080404.html](http://zlinsky.denik.cz/zpravy_region/cizinci-narust-o-sest-tisic20080404.html)>.
- [30] *Wikipedie, otevřená encyklopedie*. [online]. [cit. 2008-05-08]. Dostupné z www: <<http://cs.wikipedia.org/wiki/Eoc%C3%A9n>>.
- [31] *Rozhledny.cz: Rozhledny*. [online]. [cit. 8.května 2008]. Dostupné z www: <<http://www.rozhledny.cz/>>.
- [32] *Stavební standardy: Cenové ukazatele ve stavebnictví*. [online]. [cit. 10.května 2008]. Dostupné z www: <[http://80.83.66.232/doc/ceny/Cen\\_ukazatele\\_2008.htm#\\_Toc113684979](http://80.83.66.232/doc/ceny/Cen_ukazatele_2008.htm#_Toc113684979)>.

#### **Ostatní zdroje:**

- [33] Rozhovor se Stanislavem Bartošem, starostou obce Ludkovice
- [34] Telefonický rozhovor s Antonínem Gallou, starostou obce Provodov
- [35] Telefonický rozhovor s Vojtěchem Josefíkem, starostou obce Biskupice u Luh.
- [36] Vlastní archiv fotografií
- [37] Interní materiály firmy UPOSS, spol. s r.o., Luhačovice

**SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK**

EFRR	Evropský fond pro regionální rozvoj.
CR	Cestovní ruch.
MLZ	Mikroregion Luhačovské Zálesí
MAS	Místní akční skupina
WTO	Světová organizace cestovního ruchu.
HSV	Hlavní stavební výroba
PSV	Pomocná stavební výroba
VRN	Vedlejší rozpočtové náklady
ZRN	Základní rozpočtové náklady
HZS	Hodinové zúčtovací sazby

**SEZNAM OBRÁZKŮ**

Obrázek 1 Využívání MTZ návštěvníky a obyvateli [13, s. 37] .....	18
Obrázek 2 Turistické regiony České republiky [15] .....	30
Obrázek 3 Mikroregion Luhačovské Zálesí na mapě [17] .....	34
Obrázek 4 Obce mikroregionu Luhačovské Zálesí [17].....	35
Obrázek 5 Luhačovské prameny – Aloiska, Vincentka, Ottovka, Sv. Josef [19]..	39
Obrázek 6 Jurkovičův dům [20] .....	40
Obrázek 7 Čertův kámen, pozůstatky hradů Rýsov a Starý Světlov [27] .....	43
Obrázek 8 Barokní zámek ve Slavičíně [21] .....	44
Obrázek 9 Záložna Slavičín [21].....	44
Obrázek 10 Pivečkův lesopark [21].....	45
Obrázek 11 Gotická tvrz ve Velkém Ořechově [28] .....	45
Obrázek 12 Vizualizace rozhledny [vlastní zpracování].....	60

**III**

**SEZNAM TABULEK**

Tabulka 1 Obce sdružené v mikroregionu Luhačovské Zálesí (údaje k 31.12.2005) .....	35
Tabulka 2 Ubytovací kapacity (počet lůžek) v obcích mikroregionu.....	46
Tabulka 3 Věková struktura respondentů .....	48
Tabulka 4 Důvod návštěvy MLZ.....	49
Tabulka 5 Hodnocení dopravní dostupnosti.....	50
Tabulka 6 Schází Vám něco v mikroregionu Luhačovské Zálesí?.....	51
Tabulka 7 Co by respondenti rádi změnili v MLZ pro zvýšení cestovního ruchu..	52
Tabulka 8 Počet rozhleden v jednotl. krajích ČR .....	60
Tabulka 9 Odhad nákladů.....	61

**IV**

**SEZNAM PŘÍLOH**

P I	SOUSEDNÍ MIKROREGIONY .....	76
P II	DOTAZNÍK .....	77
P III	VYHODNOCENÍ DOTAZNÍKŮ .....	79
P IV	STÁVAJÍCÍ TURISTICKÉ TRASY A CYKLOTRASA .....	87
P V	NAVRŽENÁ HISTORICKO-NAUČNÁ CYKLOTRASA .....	88
P VI	VÝŠKOVÝ PROFIL CYKLOTRASY .....	89
P VII	ZASTAVENÍ A ODPOČÍVADLA .....	90
P VIII	MOBILIÁŘ CYKLOTRASY – CENY .....	94
P IX	VIZUALIZACE ROZHLEDNY .....	95
P X	PŘEDBĚŽNÝ ROZPOČET ROZHLEDNY .....	96
P XI	VIZUALIZACE MĚSTSKÉ PLOVÁRNY ..	98





## PŘÍLOHA P II DOTAZNÍK

Vážená paní, vážený pane, dovoluji si Vás požádat o vyplnění dotazníku, který bude sloužit pro účely vypracování bakalářské práce. Prohlašuji, že veškeré údaje budou použity pouze pro studijní účely.

*Je možné zaškrtnout více odpovědí.*

Michaela Marková

Děkuji za ochotu

studentka FAME, management a marketing

Datum vyplnění dotazníku .....

1. Jste  ŽENA  MUŽ
2. Odkud pocházíte (ve kterém městě bydlíte)? .....
3. Váš věk je  do 17 let  18-30 let  30-50 let  50-65 let  65 a více
4. Znáte mikroregion „Luhačovské Zálesí“?  ANO  NE
5. Žijete v mikroregionu Luhačovské Zálesí?  ANO  NE *Pokud ANO, přejděte na otázky č. 12, 18, 19, 21 a 22*
6. Navštívil(a) jste (navštívíte) někdy mikroregion Luhačovské Zálesí?  ANO  NE
7. Mikroregion jste navštívil(a) (navštívíte)  SÁM/SAMA  S RODINOU  S PŘÁTELI
8. Která města a obce Luhačovského Zálesí pro Vás byly (budou) nejzajímavější?  
.....  
( Biskupice, Březůvky, Dobrkovice, Dolní Lhota, Doubravy, Horní Lhota, Hřivínův Újezd, Kaňovice, Kelníky, Ludkovice, Luhačovice, Petřůvka, Podhradí, Pozlovice, Provodov, Sehradice, Slavičín, Slopné, Velký Ořechov)
9. Pro návštěvu Luhačovského Zálesí jste se rozhodl(a) (rozhodnete) na základě  vlastní zkušenosti či nápadu  
 reklamy v tisku  doporučení známých nebo příbuzných  nabídky cest. kanceláře  internetu  
 jiné .....
10. Příčina Vaší návštěvy  léčení  poznávání památek  poznávání přírody  plavání, koupání  pěší turistika  cykloturistika  návštěva přátel/rodiny  poznávání folklóru  rybolov  lyžování  obchod  práce  studium  jiné .....
11. Jakým dopravním prostředkem jste mikroregion navštívili (navštívíte)?  AUTEM  VLAKEM  
 AUTOBUSEM  NA KOLE  LETADLEM  PĚŠKY
12. Jak hodnotíte dopravní dostupnost regionu?  KVALITNÍ  DOBRÁ  PRŮMĚRNÁ  
 NEVYHOVUJÍCÍ
13. Jak dlouhý byl (bude) Váš pobyt v regionu?  1-2 DNY  3 DNY  4-6 DNŮ  7 A VÍCE DNŮ
14. Jaké ubytovací zařízení jste použili (použijete)?  KEMP  CHATA  PENZION  UBYTOVNA  
 HOTEL  U ZNÁMÝCH  U RODINY
15. Využívali jste (využijete) restauračních zařízení?  ANO  NE  VLASTNÍ STRAVOVÁNÍ

16. V kterém roční období jste mikroregion navštívil(a) (navštívíte)?  JARO  LÉTO  PODZIM  ZIMA

celoročně

17. Provozujete na dovolené „aktivní“ odpočinek?  ANO  NE

18. Schází Vám něco v mikroregionu Luhačovské Zálesí?  KOUPALIŠTĚ  KRYTÝ BAZÉN

CYKLOSTEZKY  TURISTICKÉ STEZKY  NAUČNÉ STEZKY  ROZHLEDNA  PŮJČOVNA  
 SPORT. NÁŘADÍ  HŘIŠTĚ PRO DĚTI  STOPY PRO BĚŽKAŘE  JINÉ

.....

19. Změnili byste něco v mikroregionu Luhačovské Zálesí pro zvýšení cestovního ruchu, případně co?

.....

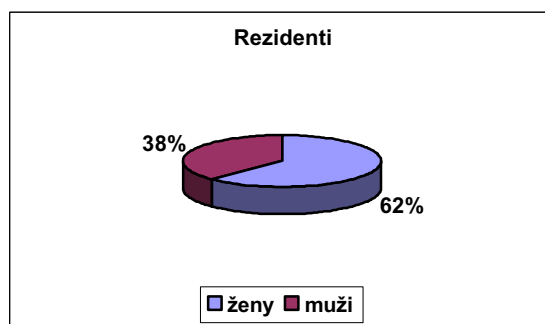
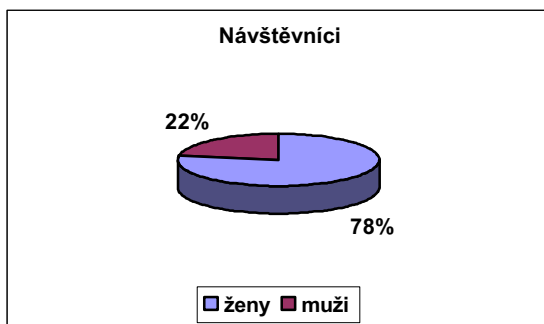
20. Znáte internetové stránky mikroregionu Luhačovské Zálesí?  ANO  NE

21. Myslíte si, že bude mít zápis Luhačovic do seznamu UNESCO kladný vliv na cestovní ruch mikroregionu Luhačovské Zálesí?  ANO  NE

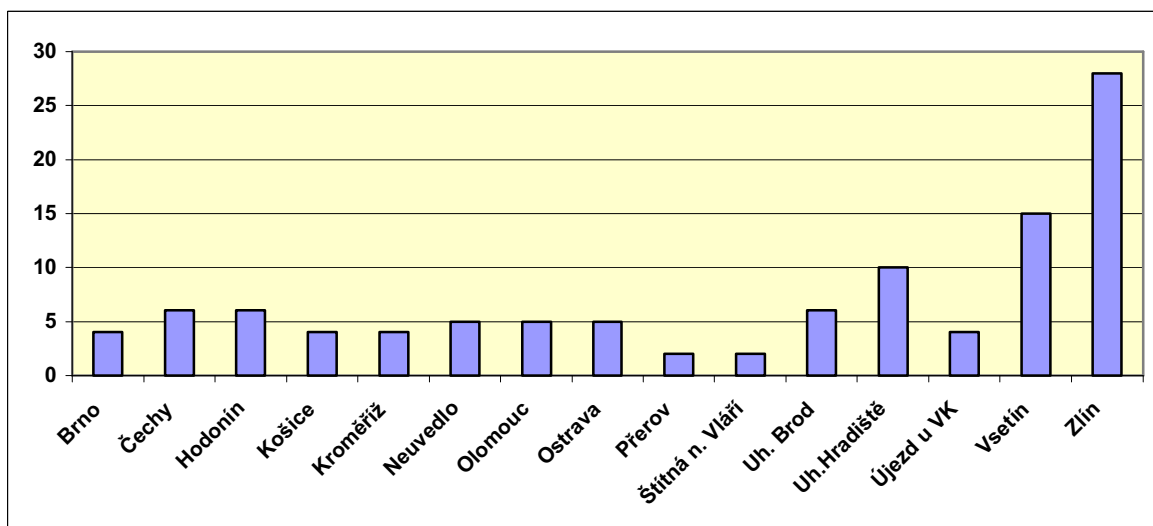
Děkuji za spolupráci

## PŘÍLOHA P III VYHODNOCENÍ DOTAZNÍKŮ

Otázka 1: Jste  ŽENA  MUŽ

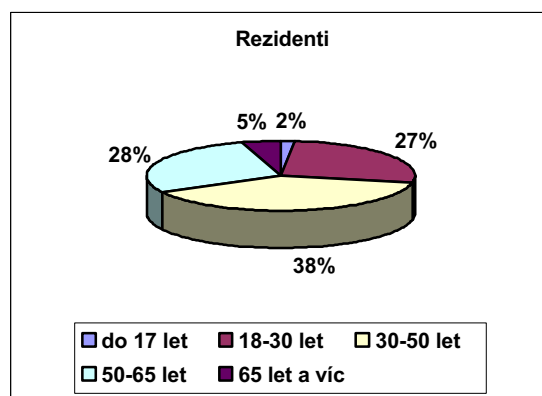
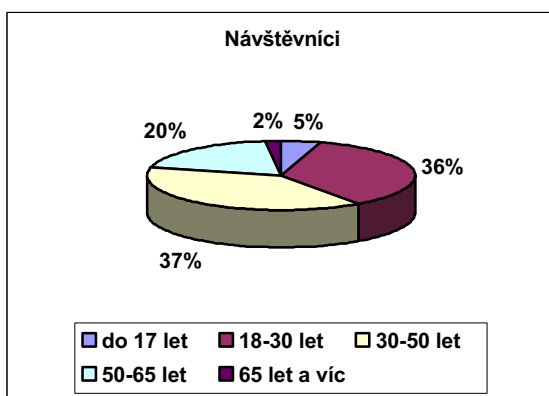


Otázka 2: Odkud pocházíte (ve kterém městě bydlíte)?

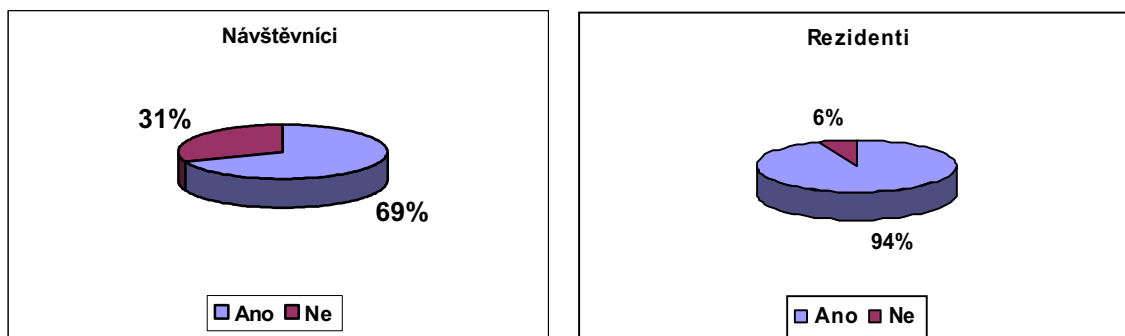


Otázka 3: Váš věk je

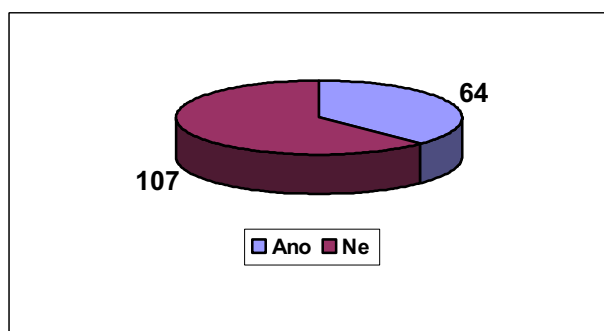
Věková struktura v grafu:



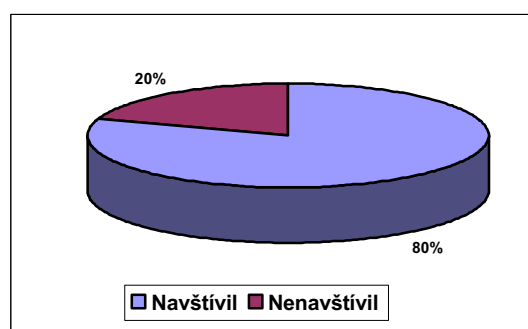
Otázka 4: Znáte mikroregion „Luhačovské Zálesí“?



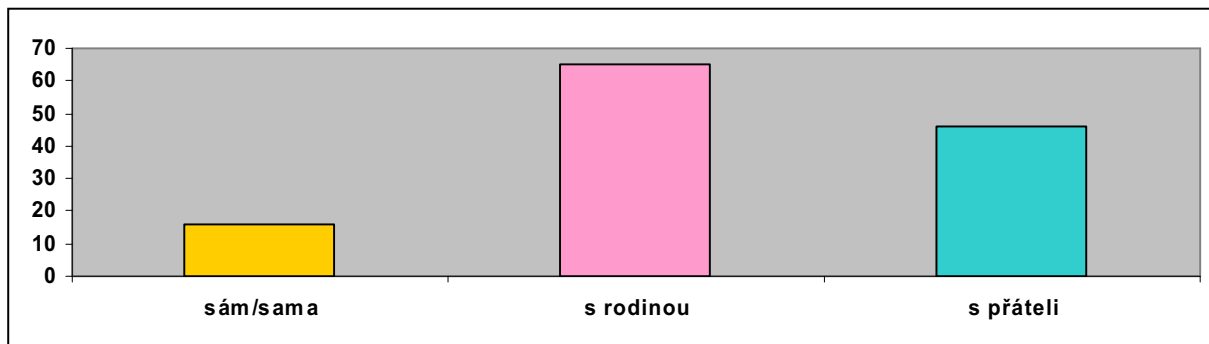
Otázka 5: Žijete v mikroregionu Luhačovické Zálesí?



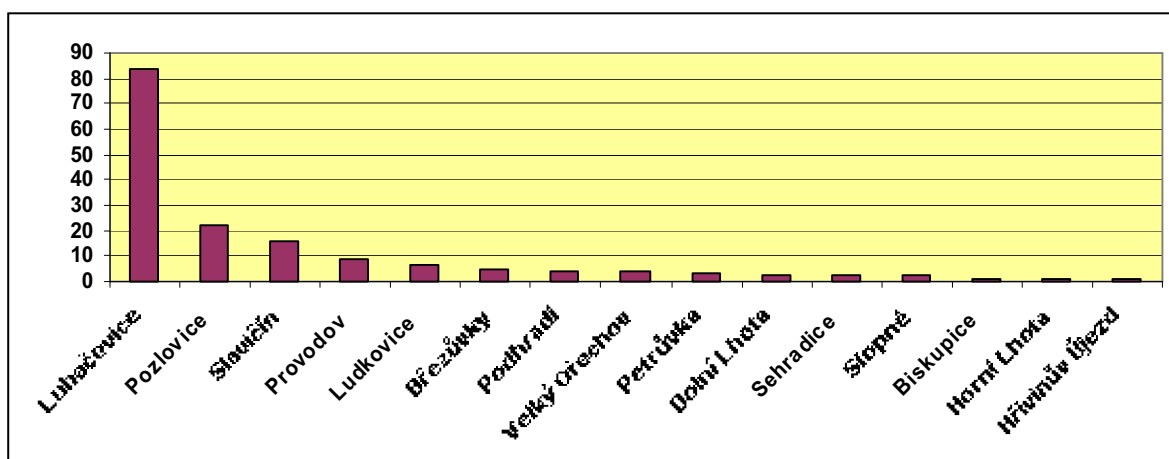
Otázka 6: Navštívil(a) jste (navštívíte) někdy mikroregion Luhačovické Zálesí?



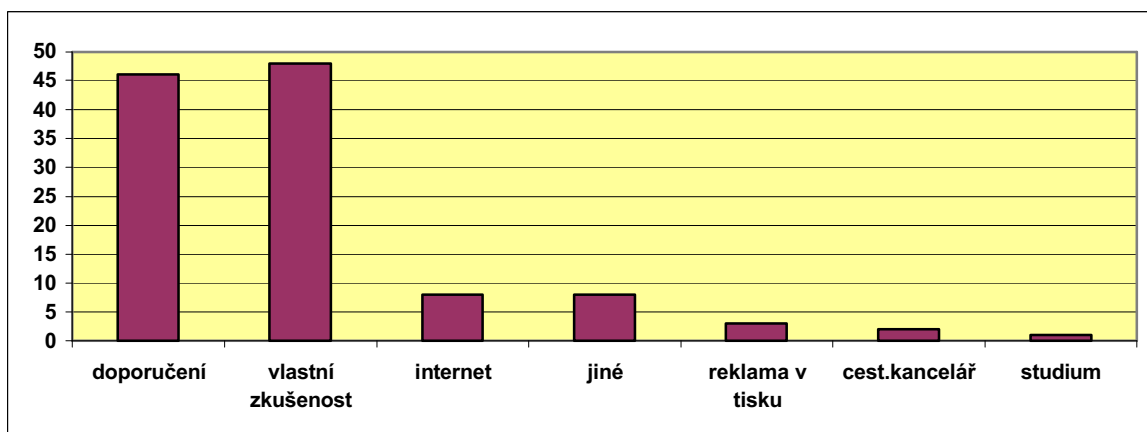
Otázka 7: S kým jste navštívil(a) mikroregion?



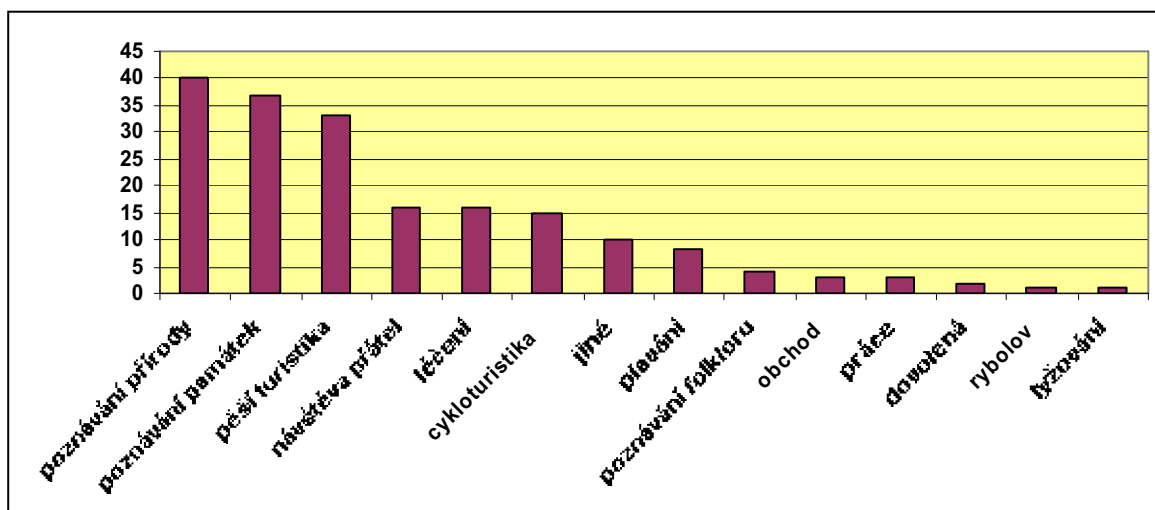
Otázka 8: Která města a obce Luhačovského Zálesí pro Vás byly nejzajímavější?



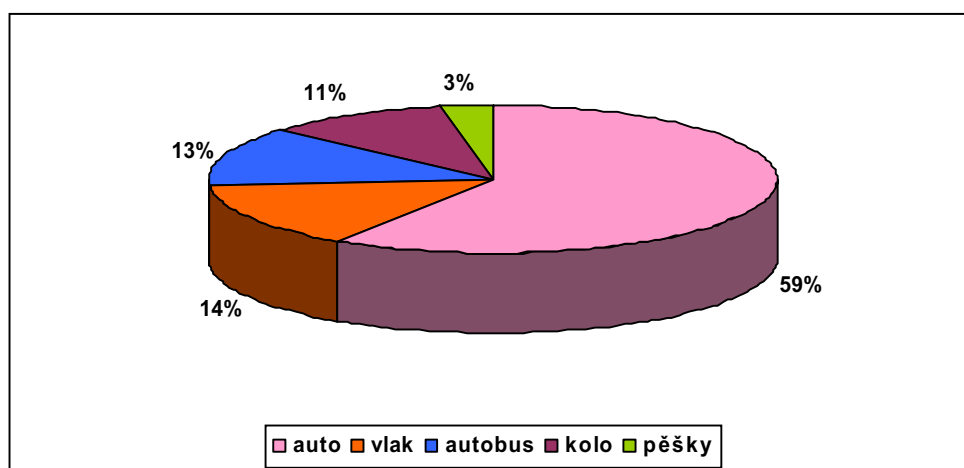
Otázka 9: Pro návštěvu Luhačovského Zálesí jste se rozhodl(a) na základě



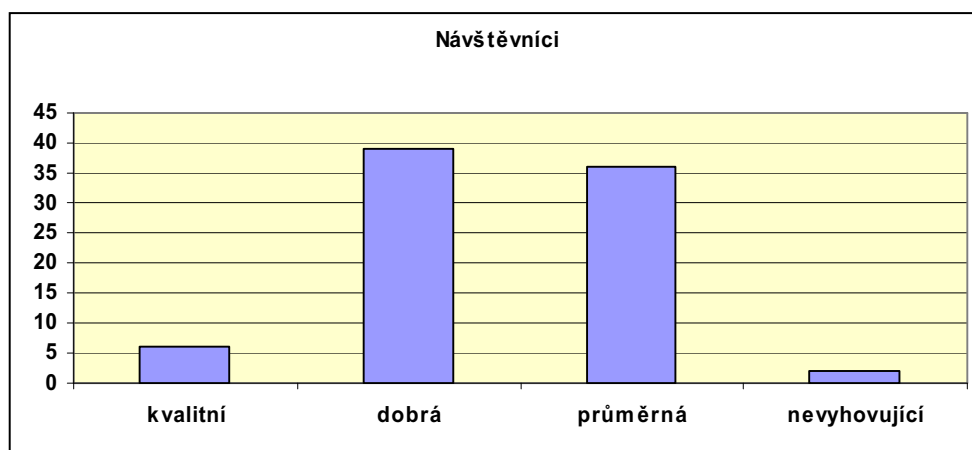
Otázka 10: Příčinou Vaší návštěvy je

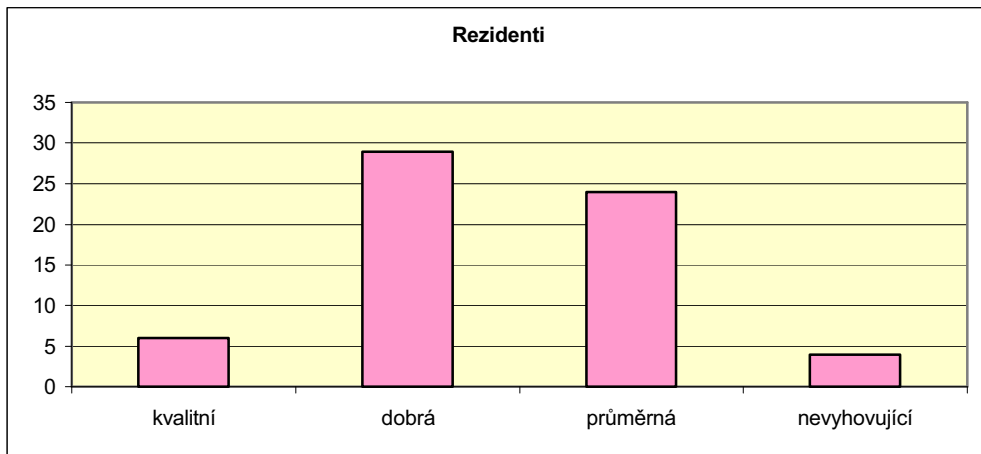


Otázka 11: Jakým dopravním prostředkem jste mikroregion navštívil(a)?

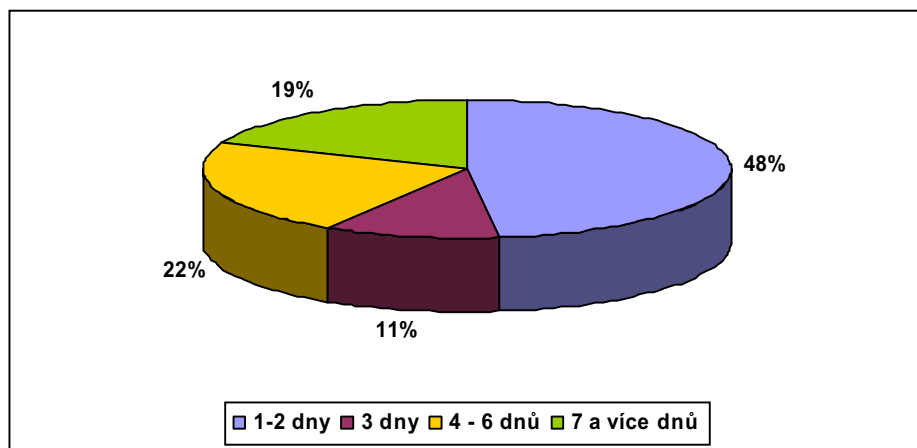


Otázka 12: Jak hodnotíte dopravní dostupnost regionu?

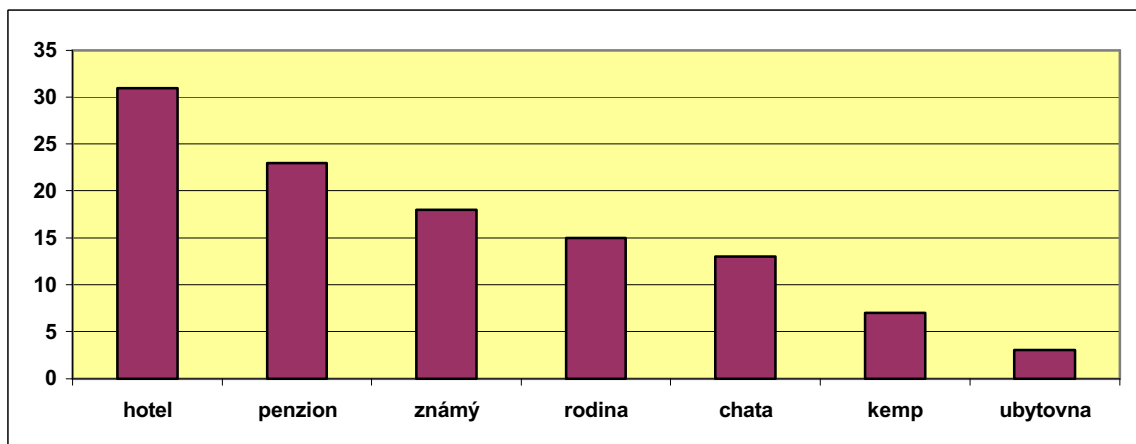




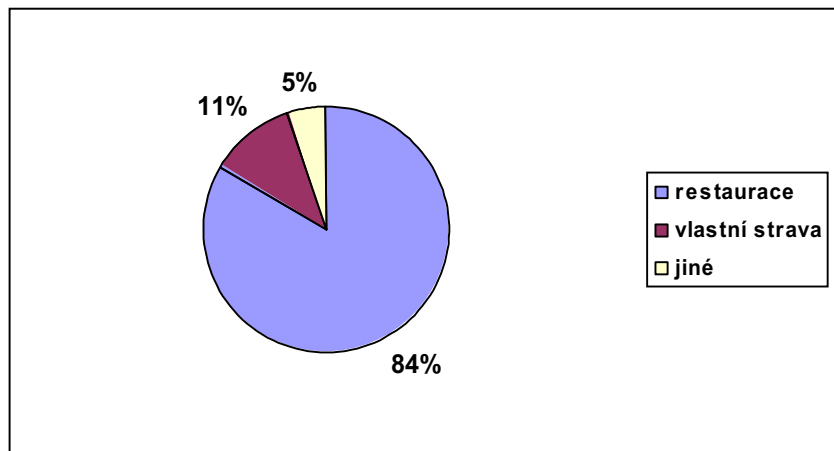
*Jak dlouhý byl (bude) Váš pobyt?*



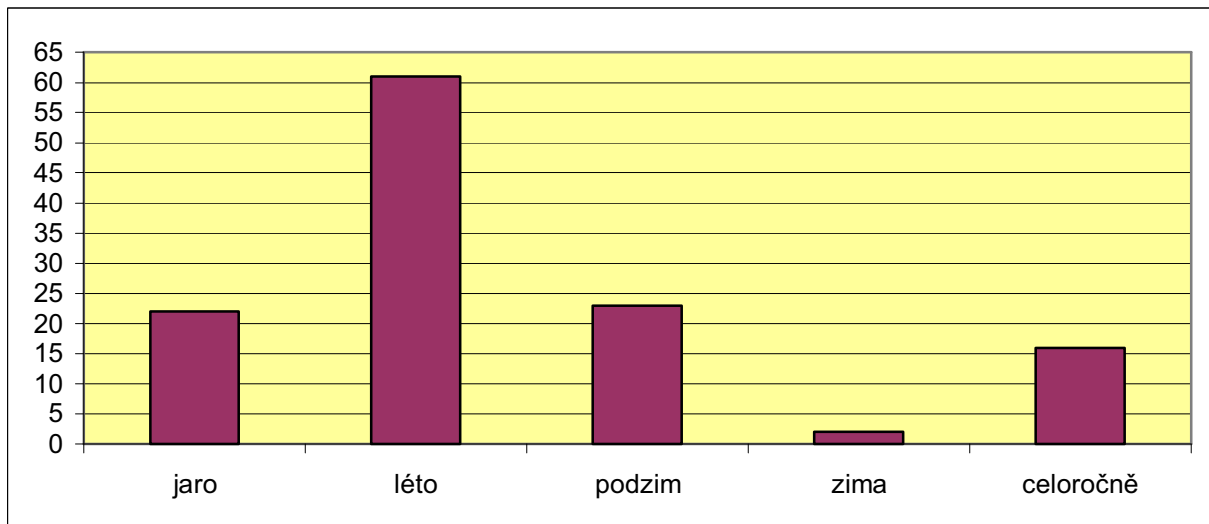
*Otázka 14: Jaké ubytovací zařízení jste použili (použijete)?*



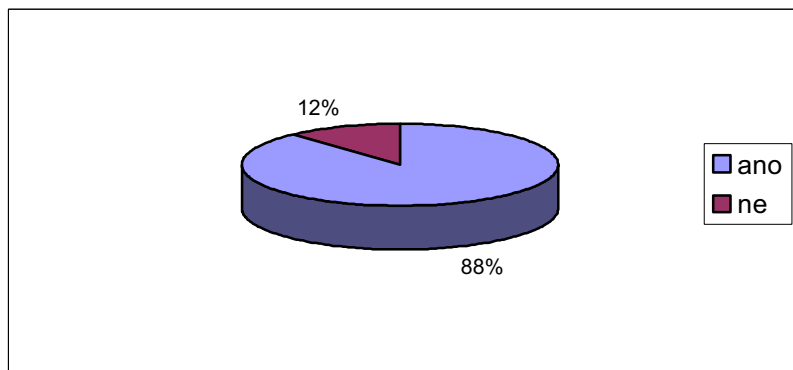
Otázka 15: Využívali jste (využijete) restaurační zařízení?



Otázka 16: V kterém ročním období jste mikroregion navštívil(a) (navštívíte)?

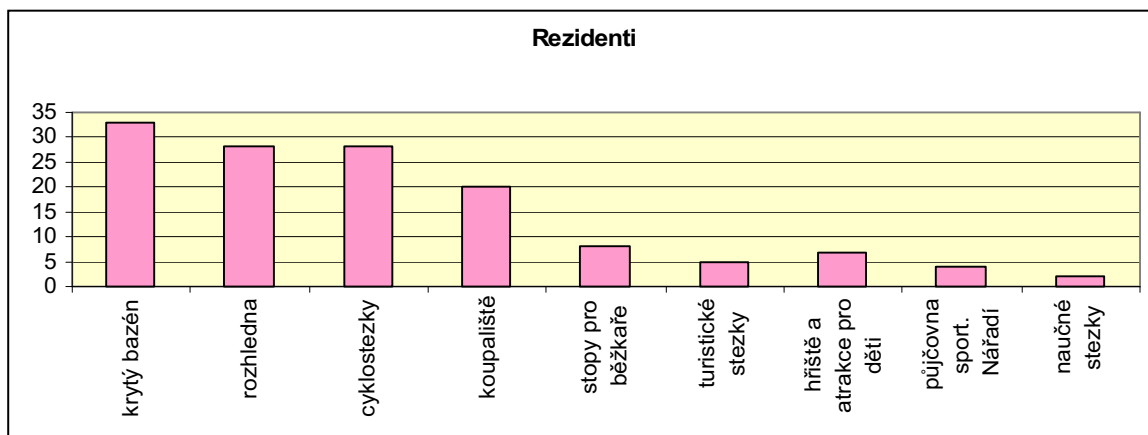
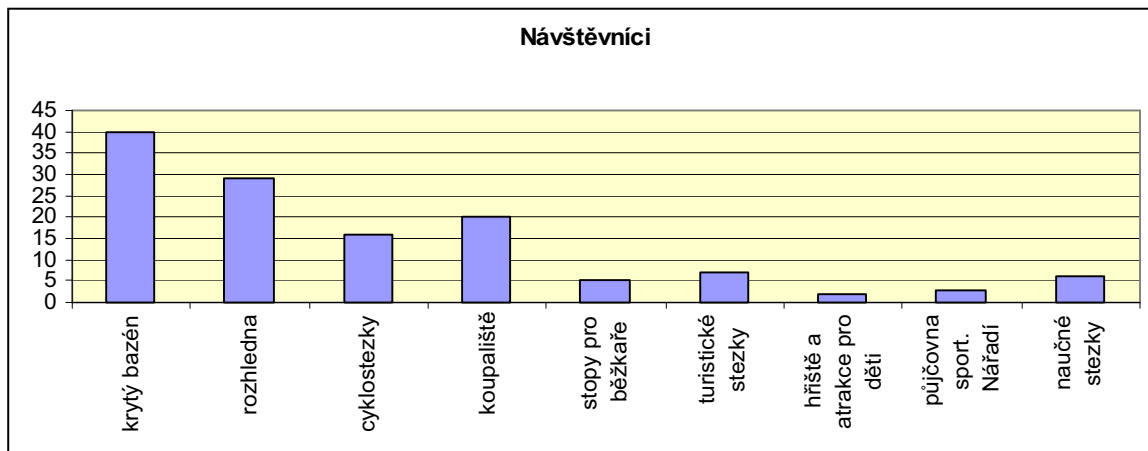


Otázka 17: Provozujete na dovolené „aktivní“ odpočinek?

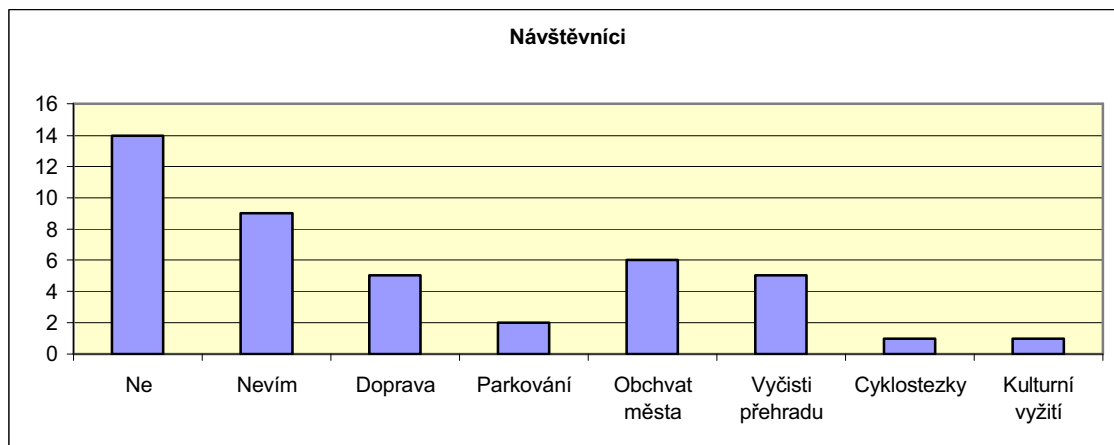


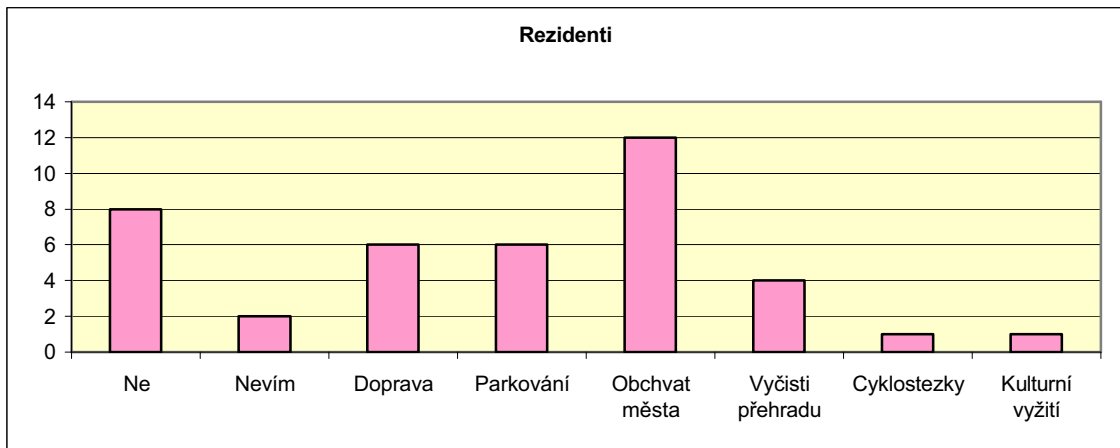


Otázka 18: Schází Vám něco v mikroregionu Luhačovské Zálesi?

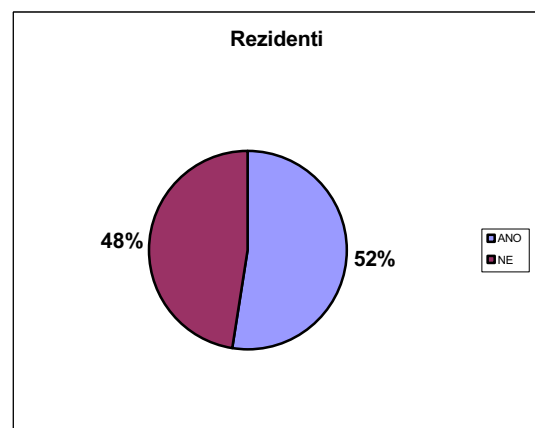
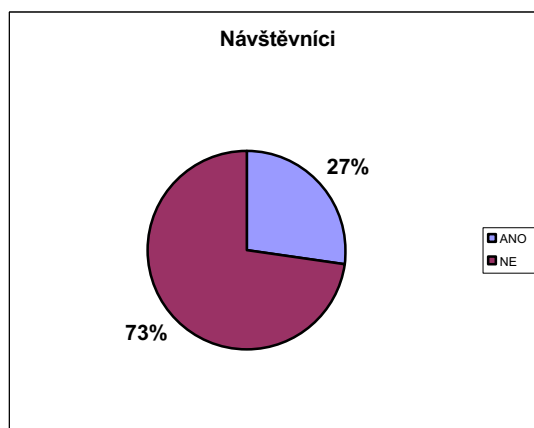


Otázka 19: Změnili byste něco v MLZ pro zvýšení cestovního ruchu, případně co?

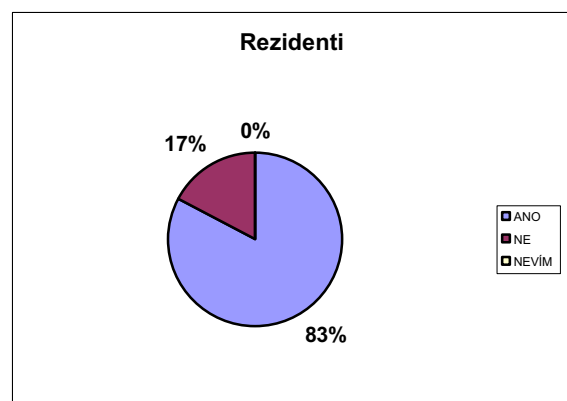
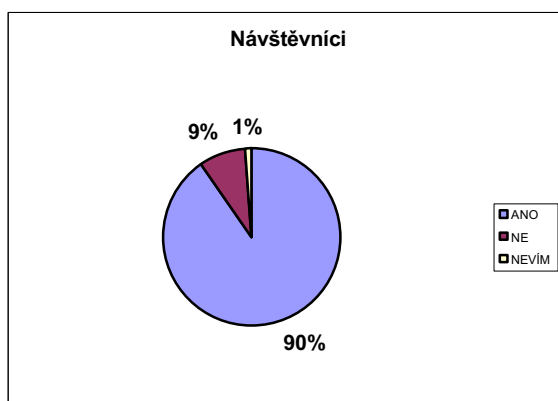




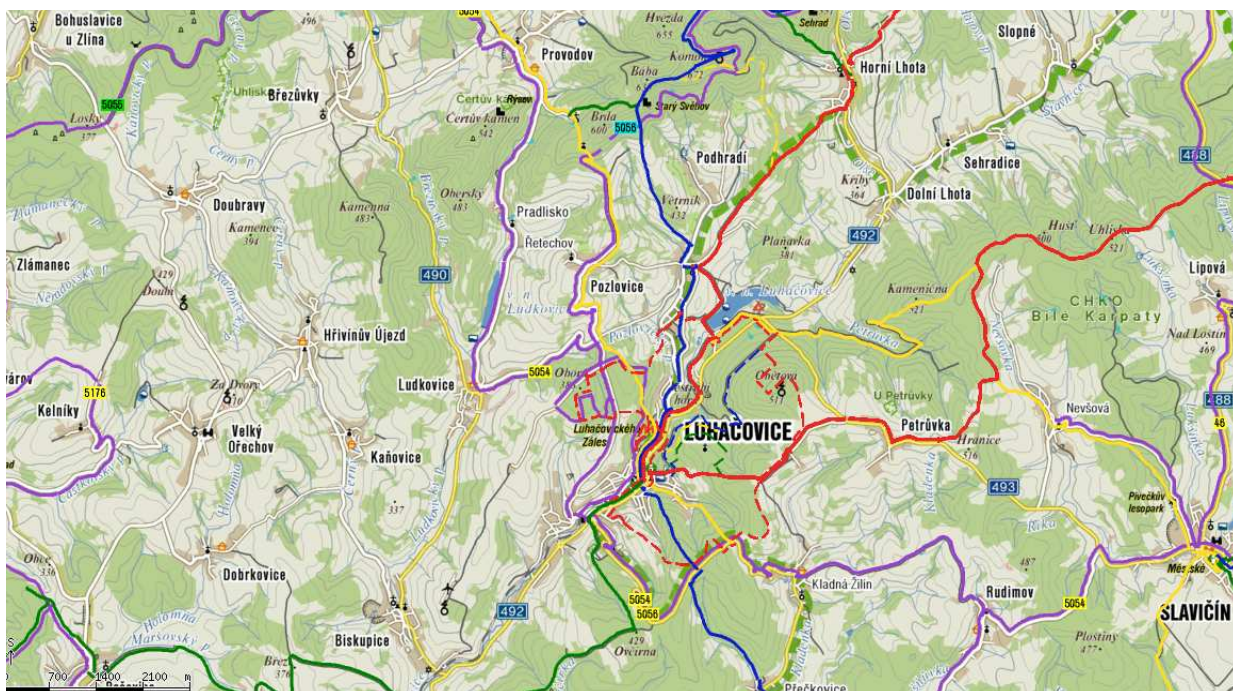
*Otázka 21: Znáte internetové stránky mikroregionu Luhačovské Zálesí?*








*Otázka 22: Myslíte si, že bude mít zápis Luhačovic do seznamu UNESCO kladný vliv na cestovní ruch mikroregionu Luhačovské Zálesí?*

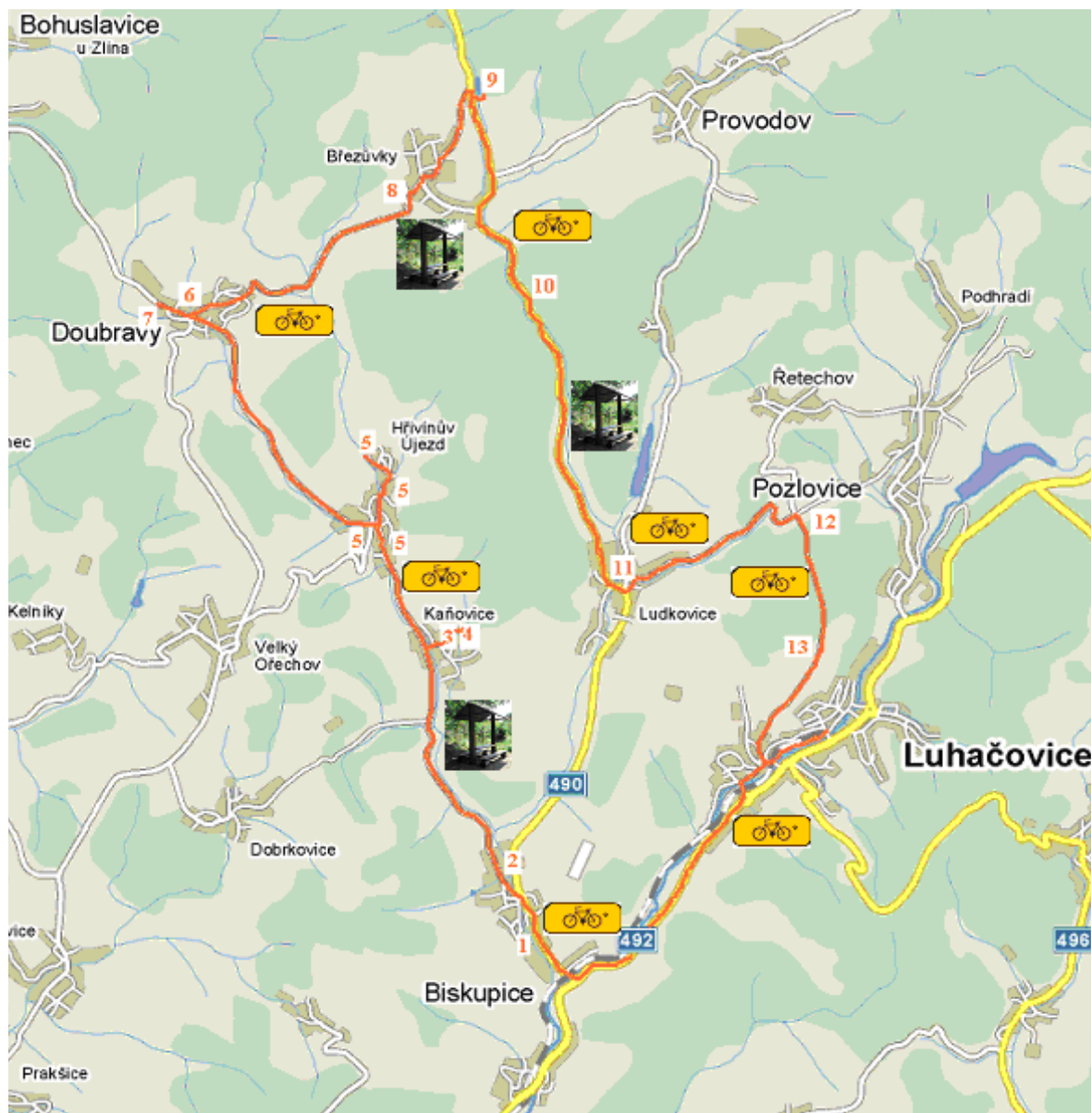



## PŘÍLOHA P IV: STÁVAJÍCÍ TURISTICKÉ TRASY A CYKLOTRASA



-  cyklostezka č. 5054 Zlín - Pindula - Provodov  
- Řetechov - Luhačovice - Slavičín
-  turistická trasa
-  turistická trasa
-  turistická trasa
-  turistická trasa

## PŘÍLOHA P V: NAVRŽENÁ HISTORICKO-NAUČNÁ CYKLOTRASA „LUHAČOVSKÝM ZÁLESÍM“ S JEDNOTLIVÝMI ZASTAVENÍMI A ODPOČÍVADLY



 navržená historicko-naučná  
cyklotrasa "Luhačovským Zálesím"

[vlastní zpracování]

## PŘÍLOHA P VI: VÝŠKOVÝ PROFIL HISTORICKO-NAUČNÉ CYK- LOTRASY A JEJÍ STATISTIKA



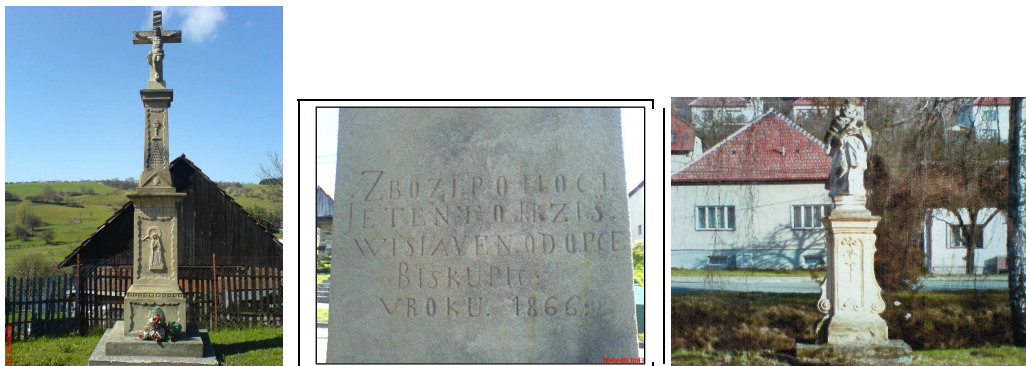
↔ Délka trasy	27.8 km
≡ Úseky cesty typu "Silnice III. třídy/MK"	18.65 km (67 %)
— Úseky cesty typu "Silnice II. třídy"	9.15 km (33 %)
↗ Stoupání v úsecích	12.85 km (46 %)
↘ Klesání v úsecích	13.2 km (47 %)
▲ Maximální výška	386 m n.m. ("Obora")
▼ Minimální výška	230 m n.m. ("Podlipský mlýn")
↓ Převýšení	156 m
↕ Celkem nastoupáno výškových metrů	298 m (sklon 2.3 %)
↕ Celkem sjeto výškových metrů	298 m (sklon 2.3 %)
⚡ Maximální sklon do kopce	5.3 % (0.3 km v úseku (1077) → Obora)
⚡ Maximální sklon z kopce	5.9 % (1.8 km v úseku (1076) → (2727))

[vlastní zpracování]



## PŘÍLOHA P VII: ZASTAVENÍ A ODPOČÍVADLA

### *Biskupice:*



*Zastavení č. 1 a 2 Kamenný kříž s nápisem z r. 1866 a socha Sv. Jana*

*Nepomuckého [vlastní zpracování]*

### *Odpočívadlo č. 1*

*[vlastní zpracování]*



### *Kaňovice:*



*Zastavení č. 3 Rolnická usedlost č.p. 19 [vlastní zpracování]*



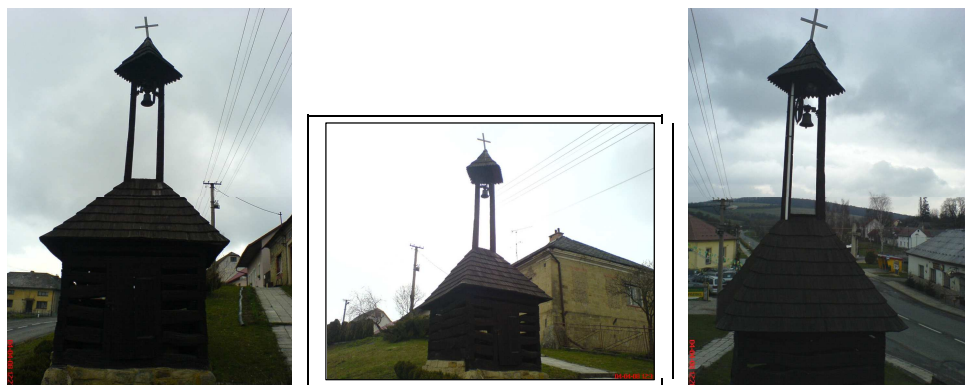
*Zastavení č. 4 Rolnická usedlost č.p. 23 [vlastní zpracování]*

**Hřivínův Újezd:**



*Zastavení č. 5 Roubené stodoly – roubenky [vlastní zpracování]*

**Doubravy:**



*Zastavení č. 6 Dřevěná zvonička [vlastní zpracování]*



*Zastavení č. 7 Patrová komora s pavlačí u č.p. 21 [vlastní zpracování]*



**Odpočívadlo č. 2**

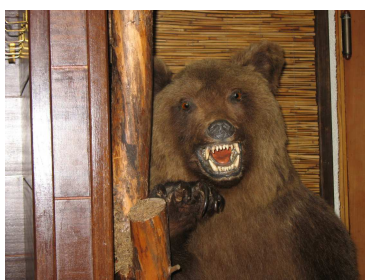
[vlastní zpracování]



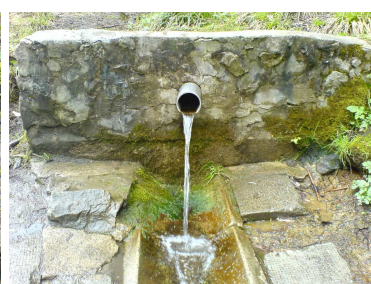
**Březůvky:**



*Zastavení č. 8 Kaple sv. Anežky České [25]*



*Zastavení č. 9 Koliba Hutě [vlastní zpracování]*



*Zastavení č. 10 Pramen Lukáštěna [vlastní zpracování]*

**Odpočívadlo č. 3 u pramene Lukáštěna**

[vlastní zpracování]



04-kvě-08 15:36



**Ludkovice:**



Zastavení č. 11 Kamenný kříž z r. 1761 [vlastní zpracování]



Zastavení č. 12 „Boží Muka“ z r. 1786  
[vlastní zpracování]

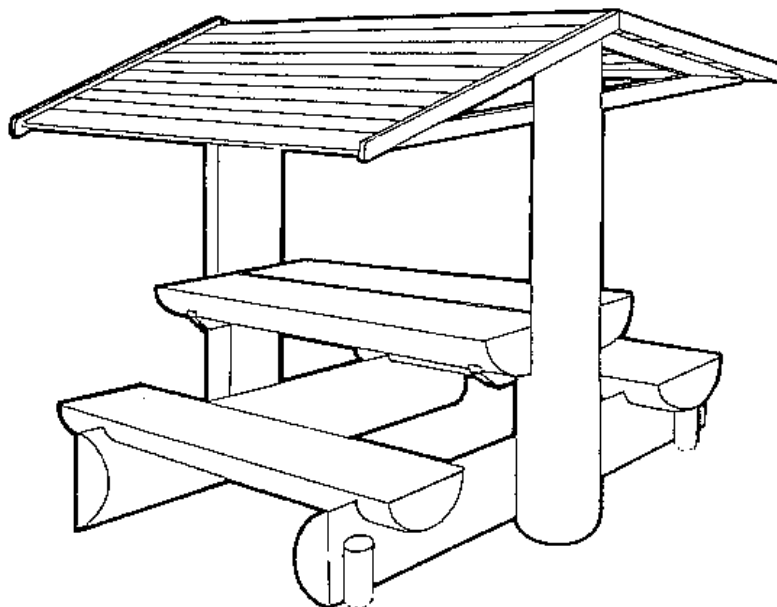
**Luhačovice:**



Zastavení č. 13 Jezírko Lásky [vlastní zpracování]

## PŘÍLOHA P VIII: MOBILIÁŘ CYKLOTRASY – CENY

Lavičky se stolem - kulatina - zastřešené cena: 10 240,- Kč



Stojan na kola - kovový, pozink, 5 kol: cena 2 480,- Kč

Odpadkový koš plastový: cena 1 990,- Kč



## PŘÍLOHA P IX: VIZUALIZACE ROZHLEDNY



[vlastní zpracování]



# PŘÍLOHA P X: PŘEDBĚŽNÝ ROZPOČET

## POLOŽKOVÝ ROZPOČET

<b>Rozpočet</b>	1	<b>Projektový rozpočet</b>	JKSO	
<b>Objekt</b>	Název objektu		SKP	
<b>01</b>	<b>Rozhledna</b>		Měrná jednotka	
<b>Stavba</b>	Název stavby		Počet jednotek	0
<b>1</b>	<b>Rozhledna na Kemenci</b>		Náklady na m.j.	0
Projektant			Typ rozpočtu	Předběžný
Zpracovatel projektu	0			
Objednatel				
Dodavatel			Zakázkové číslo	
Rozpočtoval			Počet listů	2
<b>ROZPOČTOVÉ NÁKLADY</b>				
<b>Základní rozpočtové náklady</b>		<b>Ostatní rozpočtové náklady</b>		
	HSV celkem	3 005 000	Zařízení staveniště	51 825
Z	PSV celkem	450 000	Rezerva rozpočtu	172 750
R	M práce celkem	280 000	Kompletační činnost (IČD)	0
N	M.dodávky celkem	0	Provoz investora	0
ZRN	celkem	3 735 000	Ztížené výrobní podmínky	69 100
			Provozní vlivy	0
HZS		0	Inflační nárůst ceny	0
ZRN+HZS		3 735 000	Ostatní náklady neuvedené	0
ZRN+ost.náklady+HZS		4 028 675	Ostatní náklady celkem	293 675
<b>Vypracoval</b>			<b>Za zhotovitele</b>	<b>Za objednatele</b>
Jméno :			Jméno :	Jméno :
Datum :			Datum :	Datum :
Podpis :			Podpis:	Podpis:
Základ pro DPH	19,0	%		4 028 675 Kč
DPH	19,0	%		765 448 Kč
Základ pro DPH	0,0	%		0 Kč
DPH	0,0	%		0 Kč
<b>CENA ZA OBJEKT CELKEM</b>				<b>4 794 124 Kč</b>

Poznámka : Ceny jsou stanoveny dle obestavěného prostoru

Stavba :	<b>1 Rozhledna na Komonci</b>	Rozpočet :	1
Objekt :	<b>01 Rozhledna</b>	Projektový rozpočet	

### REKAPITULACE STAVEBNÍCH DÍLŮ

Stavební díl	HSV	PSV	Dodávka	Montáž	HZS
1 Zemní práce	320 000				
2 Spodní stavba	180 000				
3 Vrchní stavba - kamenná	515 000				
4 Vrchní stavba - dřevěná konstrukce	300 000				
5 Chodníky a zpevněné plochy	265 000				
6 Dokončovací práce	0	450 000			
7 Elektromontáže	0			280 000	
8 Přesuny hmot	410 000				
9 Projektová dokumentace	500 000				
<b>CELKEM OBJEKT</b>	<b>3 005 000</b>	<b>450 000</b>	<b>0</b>	<b>280 000</b>	<b>0</b>

### VEDLEJŠÍ ROZPOČTOVÉ NÁKLADY

Název VRN	Kč	%	Základna	Kč
Zařízení staveniště	0	1,5	3 455 000	51 825
Rezerva rozpočtu	0	5,0	3 455 000	172 750
Kompletační činnost (IČD)	0	0,0	3 455 000	0
Provoz investora	0	0,0	3 455 000	0
Zřízené výrobní podmínky	0	2,0	3 455 000	69 100
Provozní vlivy	0	0,0	3 455 000	0
Inflační nárůst ceny	0	0,0	3 455 000	0
Kompletační činnost	0	0,0	3 455 000	0
<b>CELKEM VRN</b>				<b>293 675</b>

[vlastní zpracování]

## PŘÍLOHA P XII: VIZUALIZACE MĚSTSKÉ PLOVÁRNY



*Vizualizace firmy UPOSS, spol. s r.o. [37]*