

Návrh rozvoje cestovního ruchu v kraji Vysočina se zaměřením na zlepšení ekonomických parametrů kraje

Adéla Brožková

Bakalářská práce
2013



Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta managementu a ekonomiky

Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta managementu a ekonomiky
Ústav regionálního rozvoje, veřejné správy a práva
akademický rok: 2012/2013

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Adéla BROŽKOVÁ**
Osobní číslo: **M100006**
Studijní program: **B6208 Ekonomika a management**
Studijní obor: **Management a ekonomika**
Forma studia: **prezenční**

Téma práce: **Návrh rozvoje cestovního ruchu v kraji Vysočina se zaměřením na zlepšení ekonomických parametrů kraje**

Zásady pro vypracování:

Úvod

I. Teoretická část

- Provedte rešerši literárních zdrojů a zpracujte teoretické a metodické poznatky týkající se rozvoje cestovního ruchu.

II. Praktická část

- Analyzujte současný stav regionu v oblasti cestovního ruchu se zaměřením na sportovní vyžití.
- Na základě analýzy zpracujte návrh na zvýšení návštěvnosti v oblasti ve vazbě na zlepšení ekonomických parametrů kraje.

Závěr

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

Seznam odborné literatury:

MAJEROVÁ, Věra, Tomáš KOSTELECKÝ a Luděk SÝKORA. Sociální kapitál a rozvoj regionu: příklad Kraje Vysočina. 1. vyd. Praha: Grada, 2011, 221 s. ISBN 978-80-247-4093-5.

PALATKOVÁ, Monika a Jitka ZICHOVÁ. Ekonomika turismu: turismus České republiky: vymezení a fungování trhu turismu, přístupy k hodnocení významu a vlivu turismu, charakteristika turismu České republiky. 1. vyd. Praha: Grada, 2011, 205 s. ISBN 978-80-247-3748-5.

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

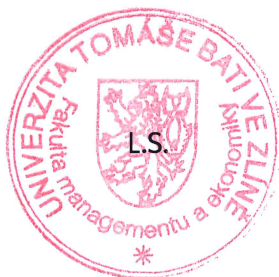
TITTELBACHOVÁ, Šárka. Turismus a veřejná správa: průniky, dysfunkce, problémy, šance: státní politika turismu České republiky: systémový přístup k řešení problémů. 1. vyd. Praha: Grada, 2011, 196 s. ISBN 978-80-247-3842-0.

VYSTOUPIL, Jiří a Martin ŠAUER. Geografie cestovního ruchu České republiky. Plzeň: Aleš Čeněk, 2011, 315 s. ISBN 978-80-7380-340-7.

Vedoucí bakalářské práce: **Ing. Pavel Grebeníček**
Ústav regionálního rozvoje, veřejné správy a práva
Datum zadání bakalářské práce: **15. února 2013**
Termín odevzdání bakalářské práce: **17. května 2013**

Ve Zlíně dne 15. února 2013

prof. Dr. Ing. Drahomíra Pavelková
děkanka



RNDr. Oldřich Hájek, Ph.D.
ředitel ústavu

PROHLÁŠENÍ AUTORA BAKALÁŘSKÉ/DIPLOMOVÉ PRÁCE

Beru na vědomí, že:

- odevzdáním bakalářské/diplomové práce souhlasím se zveřejněním své práce podle zákona č. 111/1998 Sb. o vysokých školách a o změně a doplnění dalších zákonů (zákon o vysokých školách), ve znění pozdějších právních předpisů, bez ohledu na výsledek obhajoby¹;
- bakalářská/diplomová práce bude uložena v elektronické podobě v univerzitním informačním systému,
- na mou bakalářskou/diplomovou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, zejm. § 35 odst. 3²;
- podle § 60³ odst. 1 autorského zákona má UTB ve Zlíně právo na uzavření licenční smlouvy o užití školního díla v rozsahu § 12 odst. 4 autorského zákona;

¹ zákon č. 111/1998 Sb. o vysokých školách a o změně a doplnění dalších zákonů (zákon o vysokých školách), ve znění pozdějších právních předpisů, § 47b Zveřejňování závěrečných prací:

- (1) Vysoká škola nevydělečně zveřejňuje disertační, diplomové, bakalářské a rigorózní práce, u kterých proběhla obhajoba, včetně posudků oponentů a výsledku obhajoby prostřednictvím databáze kvalifikačních prací, kterou spravuje. Způsob zveřejnění stanoví vnitřní předpis vysoké školy.
- (2) Disertační, diplomové, bakalářské a rigorózní práce odevzdané uchazečem k obhajobě musí být též nejméně pět pracovních dnů před konáním obhajoby zveřejněny k nahlížení veřejnosti v místě určeném vnitřním předpisem vysoké školy nebo není-li tak určeno, v místě pracoviště vysoké školy, kde se má konat obhajoba práce. Každý si může ze zveřejněné práce pořizovat na své náklady výpisy, opisy nebo rozmnoženiny.
- (3) Platí, že odevzdáním práce autor souhlasí se zveřejněním své práce podle tohoto zákona, bez ohledu na výsledek obhajoby.

² zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, § 35 odst. 3:

- (3) Do práva autorského také nezasahuje škola nebo školské či vzdělávací zařízení, užije-li nikoli za účelem přímého nebo nepřímého hospodářského nebo obchodního prospěchu k výuce nebo k vlastní potřebě dílo vytvořené žákem nebo studentem ke splnění školních nebo studijních povinností vyplývajících z jeho právního vztahu ke škole nebo školskému či vzdělávacímu zařízení (školní dílo).

³ zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, § 60 Školní dílo:

- (1) Škola nebo školské či vzdělávací zařízení mají za obvyklých podmínek právo na uzavření licenční smlouvy o užití školního díla (§ 35 odst. 3). Odpírá-li autor takového díla udělit svolení bez vážného důvodu, mohou se tyto osoby domáhat nahrazení chybějícího projevu jeho vůle u soudu. Ustanovení § 35 odst. 3 zůstává nedotčeno.

- podle § 60⁴ odst. 2 a 3 mohu užít své dílo – bakalářskou/diplomovou práci - nebo poskytnout licenci k jejímu využití jen s předchozím písemným souhlasem Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně, která je oprávněna v takovém případě ode mne požadovat přiměřený příspěvek na úhradu nákladů, které byly Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně na vytvoření díla vynaloženy (až do jejich skutečné výše);
- pokud bylo k vypracování bakalářské/diplomové práce využito softwaru poskytnutého Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně nebo jinými subjekty pouze ke studijním a výzkumným účelům (tj. k nekomerčnímu využití), nelze výsledky bakalářské/diplomové práce využít ke komerčním účelům.

Prohlašuji, že:

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

Ve Zlíně 15.5.2013

Adéla Br

⁴ zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, § 60 Školní dílo:

- (2) *Není-li sjednáno jinak, může autor školního díla své dílo užít či poskytnout jinému licenci, není-li to v rozporu s oprávněnými zájmy školy nebo školského či vzdělávacího zařízení.*
- (3) *Škola nebo školské či vzdělávací zařízení jsou oprávněny požadovat, aby jim autor školního díla z výdělku jím dosaženého v souvislosti s užitím díla či poskytnutím licence podle odstavce 2 přiměřeně přispěl na úhradu nákladů, které na vytvoření díla vynaložily, a to podle okolností až do jejich skutečné výše; přitom se přihlédne k výši výdělku dosaženého školou nebo školským či vzdělávacím zařízením z užití školního díla podle odstavce 1.*

ABSTRAKT

Bakalářská práce se zabývá tématem rozvoje cestovního ruchu na Vysočině. Práce je rozdělena na dvě části. V teoretické se pokusí čtenáře seznámit s pojmy spojené s cestovním ruchem. V této části práce jsou komparovány díla od jednotlivých autorů knih o cestovním ruchu a jeho rozvoji. Na konci teorie jsou zaznamenány metodické postupy v práci. Praktická část se zabývá vývojem návštěvnosti v regionu, financemi, které kraj posílá ze svého rozpočtu na rozvoj této části ekonomiky služeb a atraktivitami, které je v kraji možné nalézt. Nejdůležitější kapitolou je část, kde jsou analyzována jednotlivá sportovní odvětví a aktivity, které je na Vysočině možné provozovat. Jejich vybavenost, využitelnost a potenciál. V závěrečné části jsou zpracovány návrhy na zvýšení návštěvnosti pomocí široké nabídky sportovního vyžití.

Klíčová slova: Vysočina, turista, návštěvník, Vysočina Tourism, cestovní ruch, rozvoj cestovního ruchu na Vysočině, druhy cestovního ruchu, formy cestovního ruchu, návštěvnost, rozpočet, sport, běžecké lyžování, sjezdové lyžování, cykloturistika, pěší turistika, jezdecká turistika

ABSTRACT

This bachelor thesis works with the issue of tourism and its potential development in the Vysočina region. The work is split into two parts. The theoretical attempts to acquaint the reader with the concepts associated with tourism. In this part of the study are compared the works of individual authors of books about tourism and his development. At the end of the theory are recorded methods which are using at work. The practical part solves with the development of attendance in the region, financing that the regional office sends from his budget to the development of the economy, services and attractions that can be found in the region. The most important chapter is the part, where are analyzed individual sports sectors and activities which can be engaged in the Vysočina. In the final part are presented proposals to increase attendance, thanks wide range of sports.

Keywords: Vysočina, Tourist, Visitor, Vysočina Tourism, Tourism, Development of Tourism in the Vysočina, Types of Tourism, Forms of Tourism, Attendance, Budget, Cross-Country Skiing, Downhill Skiing, Biking, Hiking, Equestrian Tourism.

Je mou milou povinností na tomto místě poděkovat vedoucímu mé bakalářské práce
Ing. Pavlu Grebeníčkoví za cenné rady, poskytnuté připomínky a čas věnovaný při jejím
vypracování.

OBSAH

ÚVOD	8
I TEORETICKÁ ČÁST	9
1 CESTOVNÍ RUCH	10
1.1 DEFINICE CESTOVNÍHO RUCHU	10
1.2 TYPOLOGIE CESTOVNÍHO RUCHU.....	11
1.2.1 Druhy cestovního ruchu	11
1.2.2 Formy cestovního ruchu.....	13
2 PŘEDPOKLADY ROZVOJE CESTOVNÍHO RUCHU	22
2.1 ČINITELÉ OVLIVŇUJÍCÍ CESTOVNÍ RUCH	22
2.1.1 Lokalizační předpoklady	22
2.1.2 Selektivní předpoklady.....	24
2.1.3 Realizační předpoklady	24
3 SOUČASNÉ TRENDY POPTÁVKY A NABÍDKY V TURISMU	27
3.1 TRENDY V POPTÁVCE TURISMU	27
3.2 TRENDY V NABÍDCE TURISMU	28
4 METODIKA ZPRACOVÁNÍ	29
II PRAKTICKÁ ČÁST	30
5 ANALÝZA SOUČASNÉHO STAVU REGIONU V OBLASTI CESTOVNÍHO RUCHU	31
5.1 ORGANIZACE CESTOVNÍHO RUCHU.....	32
5.1.1 Ministerstvo pro místní rozvoj	33
5.1.2 Česká centrála cestovního ruchu	33
5.1.3 Další organizace	33
5.1.4 Vysočina Tourism	34
5.2 NÁVŠTĚVNOST KRAJE A JEJÍ PŘÍNOSY	34
5.3 VÝZNAMNÉ ATRAKTIVITY KRAJE VYSOČINA.....	37
5.3.1 Výdaje kr. rozpočtu na kulturu, podporu sportovních akcí a cestovní ruch.....	38
6 SPORT NA VYSOČINĚ	41
6.1 BĚŽECKÉ LYŽOVÁNÍ.....	41
6.1.1 Běžecké oblasti.....	42
6.2 SJEZDOVÉ LYŽOVÁNÍ.....	44
6.3 CYKLOTURISTIKA.....	45
6.3.1 Nejnámější a nejzajímavější cyklostezky a cyklookruhy na Vysočině	47
6.4 PĚŠÍ TURISTIKA	48
6.4.1 Nejnámější a nejzajímavější turistické trasy na Vysočině	49
6.5 HIPOTURISTIKA	50
6.6 OSTATNÍ SPORTY	52
7 NÁVRHY NA ZVÝŠENÍ NÁVŠTĚVNOSTI KRAJE	53
7.1 PROPAGACE.....	53
7.1.1 Propagace v médiích	54

7.1.2	Facebook	55
7.2	UBYTOVÁNÍ	55
7.3	SJEZDOVÉ LYŽOVÁNÍ.....	56
7.4	HIPOSTEZKY	56
7.5	CYKLOTURISTIKA.....	57
7.6	OSTATNÍ SPORTY	57
7.7	VYSOČINACARD.....	58
7.8	OSTATNÍ NEDOSTATKY A NÁVRHY NA ZLEPŠENÍ	59
ZÁVĚR		60
SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY.....		62
SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK.....		66
SEZNAM OBRÁZKŮ		67
SEZNAM TABULEK.....		68
SEZNAM PŘÍLOH.....		69

ÚVOD

Téma zabývající se rozvojem cestovního ruchu na Vysočině jsem si nevybrala náhodou. Nejen, že mám k tomuto regionu citové vazby, ale hlavně tematika práce mě baví a zajímá. Právě z tohoto důvodu jsem se pustila do zkoumání v oblasti cestovního ruchu a hledání potenciálu a dalších možností, které tento krásný kraj nabízí nebo by mohl nabízet.

Velkou příležitost vidím hlavně v růstu a rozkvetu nabídky v oblasti aktivní dovolené strávené na Českomoravské vrchovině a s tím spojený rozvoj sportu, sportovní infrastruktury a vybavenosti. Právě návštěvnost tohoto regionu je slabou stránkou, oproti ostatním krajům v České republice je podprůměrná.

Bakalářská práce je rozdělena na dvě části. Teoretická část čerpá hlavně z literárních zdrojů, komparuje výklady jednotlivých autorů knih o cestovním ruchu a přibližuje základní pojmy. Kromě pojmů, které jsou v textu vysvětlovány, se práce zabývá také členěním v oblasti turismu. Práce vymezuje druhy i formy cestovního ruchu se zaměřením na přiblížení kulturního, poznávacího a sportovního cestovního ruchu. V závěru teoretické části jsou prezentovány současné trendy v nabídce a poptávce turismu. Na konci této části práce je uvedena metodika, dle které je následně řešena část praktická. V praktické části je možné nalézt analýzu současného stavu kraje Vysočina v oblasti cestovního ruchu. Práce se zabývá návštěvností kraje a jejím vývojem za posledních 10 let. Dále se věnuje financování kultury, sportu a dalších oblastí cestovního ruchu z rozpočtu kraje nebo nabídky atraktivit, které lákají turisty k návštěvě regionu. Důležitou kapitolou je oblast zaměřená na sport a sportovní vybavení regionu. Práce se zabývá těmi nejdůležitějšími odvětvími sportu na Vysočině, jako je běžecké a sjezdové lyžování, pěší turistika a cykloturistika nebo rozvoj hipotras.

Hlavním cílem mé bakalářské práce bylo analyzovat současnou situaci v regionu a navrhnout řešení, které by zvýšily návštěvnost a zajímavost regionu. Důležité pro mě bylo využít potenciál, kterým kraj disponuje díky své poloze a geomorfologické vybavenosti.

V práci se nenachází analýza typu SWOT, protože je na obdobné téma zpracována krajem Vysočina. Myslím, že by bylo zbytečné dělat podobnou práci dvakrát. Proto jsem se zaměřila spíše na návrhy a opatření, díky kterým by se situace v kraji Vysočina mohla zlepšit.

I. TEORETICKÁ ČÁST

1 CESTOVNÍ RUCH

Nejlepší pojetí cestovního ruchu je jako součásti služeb pro volný čas, rekreaci a zároveň významné národohospodářské odvětví, které tvoří velkou část příjmu do státního rozpočtu. Cestovní ruch je neustále se rozvíjející odvětví, které má přínos nejen pro každý, jednotlivý region, ale i pro stát jako celek. Zvyšuje zaměstnanost, je zdrojem příjmů do státní kasy a má vysoký podíl na tvorbě hrubého domácího produktu. Jednou z možností, jak mapovat a zkoumat cestovní ruch je zaměření se na vědní disciplíny, které souvisí a zároveň dohromady tvoří cestovní ruch. Jde např. o vědy, jako je ekonomie, geografie, sociologie nebo ekologie, které se neodmyslitelně prolínají tímto odvětvím. Nejdůležitějším faktorem a tvůrcem cestovního ruchu je člověk.

1.1 Definice cestovního ruchu

Cestovní ruch se stal neodmyslitelnou součástí moderních ekonomik. Je to odvětví, které se neustále rozvíjí a bude se rozvíjet. Má vynikající potenciál ještě zlepšit své postavení v rámci ostatních ekonomických odvětví. Cestovní ruch (dále jen CR) má celosvětově významnou pozici. Pro začátek by tato práce měla definovat co to cestovní ruch je. Existuje mnoho definic a různých výkladů CR, nejčastěji je spojuje hlavně prostorové vymezení, kdy člověk tráví nějaký svůj čas mimo své obvyklé působení.

Cestovní ruch má celou řadu rovin. Jedna z možností jak chápat cestovního ruchu je jako oblast spotřeby, sloužící k uspokojování potřeb lidí, z druhé strany je to oblast podnikatelských příležitostí v mnoha oborech (Ryglová, 2009, s. 9). Jedna z prvních oficiálních verzí cestovního ruchu u nás pochází už z roku 1936. „Cestovní ruch je tak definován jako každý pohyb a pobyt osob mimo jejich stálé bydliště za účelem osvěžení, ozdravení, poučení nebo společenského styku.“ (B.V. Černý, 1945, Malá, 2002, s. 15) V současné době, je u nás i v zahraničí nejčastěji citovanou definicí cestovního ruchu výklad Světové organizace cestovního ruchu- UNWTO. Tato definice zní: „*Tourism comprises the activities of person travelling to and staying in places outside their usual environment for not more than one consecutive year for leisure, business and other purposes not related to the exercise of an activity remunerated from within the place visited.*” (UNWTO, 2008) Tuto definici převzali a přeložili do svého Výkladového slovníku také Zelenka a Pásková (2002, s. 45) a která zní: „Aktivity osob cestujících do míst mimo jejich obvyklé prostředí nebo pobývajících v těchto místech ne déle než jeden rok za účelem trávení volného času, podnikání či jiným účelem. Rozšířené pojetí CR vychází z vnímání CR jako komplexního procesu, který za-

sahuje nejen jeho účastníky, ale také poskytovatele služeb, destinace←, v nichž je cestovní ruchu realizován, a tranzitní destinace.“

1.2 Typologie cestovního ruchu

Jak se již tato práce zmiňuje ve svém úvodu, cestovní ruch je soubor různých činitelů a jevů, které je možné členit na základě toho, v jaké konkrétní podobě a formě se projevují. Cestovní ruch můžeme dělit mnoha způsoby. Někteří autoři např. V. Malá nebo Vystoupil, Šauer používají členění cestovního ruchu z pohledu jevové formy, která umožňuje lépe popsat účastníka cestovního ruchu z hlediska realizace cesty, dopravy, způsobu financování, počtu účastníků, věku cestujících, místa návštěvy atd. Tato práce převezme tento typ členění z hlediska motivace k cestě v rámci forem a z hlediska jevů v rámci druhů cestovního druhu, které aplikovali do svých prací Vystoupil a Šauer. (Vystoupil, Šauer, 2006, s. 33)

1.2.1 Druhy cestovního ruchu

Každá literatura uvádí trochu jiné členění druhů cestovního ruchu. Jde zde hlavně o jevový průběh cestovního ruchu. V rámci této práce bylo vybráno několik nejdůležitějších a nejčastěji používaných členění, které budou přiblížena. Hlavním zdrojem pro členění byla kniha Cestovního ruchu od Drobné a Morávkové a pak Základy cestovního ruchu od Šauera a Vystoupila.

Existuje ještě řada dalších členění například v rámci organizace nebo dělení dle ročních období, doby konání, dle místa pobytu nebo členění podle vlivu na životní prostředí, ale tato práce se bude zabývat jen těmi základními již níže uvedenými.

V dělení jsou zastoupeny a zohledněny hlavně geografické, sociální a ekonomické podmínky a parametry. Typy cestovního ruchu:

- ✓ Dle původu účastníka- pokud rozlišujeme dle původu účastníka, musí vždy platit pravidlo, že účastníci cestují za účelem zábavy, využití volného času, podnikání apod. Důležitou podmínkou je také, že délka cesty nesmí překročit dobu trvání jednoho roku.
- Domácí- znamená cestování občanů mimo jejich bydliště v rámci jednoho státu. Osoby v tomto státě žijí a nepřekračují při cestování státní hranice. (Ryglová,

2009, s. 13) Domácí CR může mít i širší význam, pokud spojíme domácí CR, tedy pobyt občanů ve vlastním státě, s příjezdovým CR tedy pobytem zahraničních turistů v tuzemsku, můžeme hovořit o vnitřním CR. (Vystoupil, Šauer, 2006, s. 37)

- Zahraniční- při tomto typu cestování účastníci musí překročit hranice státu. U zahraničního CR se opět dá hovořit v širších souvislostech. Je možné ho rozdělit na příjezdový (též incoming nebo aktivní) a výjezdový (též outcoming nebo pasivní) CR. (Drobná, Morávková, 2007, s. 18) Prvně jmenovaný realizují lidé z cizích zemí. Pasivní CR znamená cestování obyvatel daného státu do jiné země. (Vystoupil, Šauer, 2006, s. 37)
- ✓ Dle počtu účastníků
 - Individuální- za individuální cestovní ruch se považuje takový, kdy účastník cestuje sám popřípadě s rodinou.
 - Kolektivní cestovní ruch znamená, že cestuje větší počet osob. Můžeme ho označit také jako skupinový, v tom případě většinou hovoříme o skupině lidí, která se zná, a lidé cestují dohromady.
- ✓ Dle věku účastníků
 - Mládežnický cestovní ruch- tato práce upravila dělení, které se v literatuře různí. Jako turismus mládeže by se dalo označit cestování mladých lidí do 26 let věku.
 - Cestovní ruch osob v produktivním věku- takto se dá označit skupina, která je nejméně homogenní a spojuje ji nejméně prvků ze všech kategorií. Lidé většinou necestují s dětmi, mají relativně dost disponibilních prostředků i peněz.
 - Seniorský cestovní ruch- u tohoto druhu turismu není stanovena věková hranice, protože je velice obtížné ji určit s ohledem různého odcházení lidí do penze. Demografická skladba v Evropě i u nás má jasný směr a tendence, neustále se bude zvyšovat počet osob starších 65 let. (Tittelbachová, 2011, s. 65) Tato skupina seniorů bude mít větší kupní sílu než předchozí generace. Díky tomu je tato skupina považována za velmi perspektivní segment v oblasti turistického průmyslu, na straně druhé je nutné brát v potaz vzrůstající počet penzijních a zdravotních reforem a s tím spojený úbytek finančních prostředků i volného času seniorů, který mohli věnovat cestování. (Palatková, Zichová, 2011, s. 23)

- ✓ Dle délky trvání
 - Krátkodobý cestovní ruch se zpravidla pohybuje s dobou přenocování do 3 dnů.
 - Dlouhodobý cestovní ruch- za dlouhodobý cestovní ruch se v domácím prostředí považuje doba přenocování trvající více než 3 dny a méně než 6 měsíců, v zahraničí do 1 roku. (Drobná, Morávková, 2007, s. 19)
- ✓ Dle platební bilance
 - Aktivní cestovní ruch zahrnuje příjezdy zahraničních turistů do České republiky, díky těmto příjezdům dochází k přílivu devizových prostředků do státního rozpočtu.
 - Pasivní cestovní ruch značí opak aktivního. Domácí turisté odvázejí devizy z tuzemska za účelem nákupu zboží a služeb v zahraničí. Jedná se tu o jev, který je podobný dovozu. (Drobná, Morávková, 2007, s. 19)
- ✓ Dle způsobu financování
 - Komerční neboli volný cestovní ruch. Tento typ financování je používán nejčastěji, jedná se o způsob, kdy si účastník hradí veškeré výdaje sám z vlastních zdrojů.
 - Sociální taktéž se mu říká vázaný cestovní ruch. Vázaný z toho důvodu, že cesta je většinou podmíněna splněním nějakých podmínek, např. musí být účastník zaměstnancem podniku nebo mu musí dát doporučení k cestě lékař. Většinou je část nákladů na cestu hrazena z prostředků organizace a zbylou část si účastník hradí sám. (Drobná, Morávková, 2007, s. 19) Jako sociální cestovní ruch bývá v některých literaturách označován i turismus specifických zdravotně, sociálně, ekonomicky či handicapovaných skupin obyvatelstva v tomto případě se pak jedná o podporu znevýhodněných skupin. (Palatková, Zichová, 2011, s. 21)

1.2.2 Formy cestovního ruchu

Formy cestovního ruchu vychází z motivace lidí odpočinout si, získat nové kontakty, poznat nové prostředí, ale i kulturní zážitky nebo tradice. K základním motivům, podle kterých se následně definují formy cestovního ruchu, patří rekreační, kulturní, společenské, sportovní, ekonomické a specifické motivy. (Vystoupil, Šauer, 2006, s. 34). Form cestovního ruchu může být mnoho, záleží na interpretaci autorů. Je možné najít mnoho kategorií, podle kterých se dá třídit motivace lidí cestovat. Tato práce převezme členění dle knih Drobné a Morávkové, Ryglové a Šauera a Vystoupila, členění je upravené, tak aby při tvorbě této práce došlo ke komparaci těchto publikací a vytvoření upraveného dělení.

✓ Rekreační cestovní ruch- hlavním účelem rekreace je regenerace fyzických i psychických sil člověka. Rekreace může být ať už jen v rámci místa bydliště např. odpočinek v lese nebo na kole, tak i pobytový zájezd, návštěva lázní nebo nakupování. Různá literatura zařazuje do rekreačního cestovního ruchu právě lázeňství, pro jeho význam v ČR. V této práci je lázeňství zařazeno jako samostatná forma cestovního ruchu právě pro jeho důležitost. Většinou se v rámci rekreačního cestovního ruchu hovoří o městské a příměstské rekreaci.

- Městská rekreace-je pro Českou republiku velice příhodná a typická. Bývá spojena s pobytem a přenocováním návštěvníků v centrech měst, kde hlavním cílem je poznat toto město. Motivů pro návštěvu může být celá řada např. obchodní, poznávací, kulturní, nákupní, vzdělávací atd. Městský CR má mnoho pozitivních stránek a přínosů, nejvýznamnější jsou příjmy do rozpočtu města, rozvoj a výstavba nové infrastruktury, zvyšování kulturní vybavenosti, růst pracovních příležitostí atd. (Ryglová, 2009, s. 131) Podle Zelenkova Výkladového slovníku (2002, s. 174) zní definice městského cestovního ruchu takto: „městský cestovní ruch (angl. urbantourism, city tourism) = druh cestovního ruchu, jehož účastníci jsou motivováni návštěvou měst a je-jich atraktivit a služeb (historické a kulturní atraktivity, nakupování, obchodní cesty aj.). Patří sem i některé formy pseudo-CR, zejména nákupní „CR, sexuální „CR. Městský cestovní ruch je často motivován a koncentrován okolo známých památek.“

Z globálního pohledu je tedy městský cestovní ruch „jedna z nejstarších a nejvýznamnějších forem cestovního ruchu v Evropě i ve světě. Odhadovaný podíl návštěvnosti měst na všech formách cestovního ruchu se pohybuje kolem 40-45 % v celosvětovém srovnání. Jde především o návštěvy kulturněhistorických památek, společensko-kulturních akcí, aj“ (Vystoupil, Šauer, 2009, s. 44)

- Příměstská rekreace- Obvykle se jedná se o, pro Čechy typické, alternativní druhé bydlení tzn. chataření a chalupaření. Další možností jak nabrat nové síly, je návštěva příměstských parků, lesů nebo vodních nádrží, které jsou pro oby-

vatele dostupné pěšky, na kole nebo městskou hromadnou dopravou. (Vystoupil, Šauer, 2006, str. 35)

- Venkovská rekreace- „Nemáme moře, nemáme velehory, tím pro nás nepřipadá v úvahu masový cestovní ruch, provozovaný každoročně na plážích Španělska či Itálie a jiných států v letních měsících, nebo v alpských zemích v období zimy.“ (Ryglová, 2009, s. 132) tak se vyjádřila o České republice Kateřina Ryglová ve své publikaci Cestovního ruchu. Naše republika má však mnoho jiných památek a především přírodních krás, které jsou nespočetně využitelné. S venkovským CR je možné spojovat spoustu dalších forem CR, protože se navzájem prolínají. K těmto formám patří např. agroturistika, ekoagroturistika nebo vinařský CR, kterým se bude práce zabývat až jako specifickými formami CR. Venkovskému CR se často říká také rurální. Je řazen mezi šetrné formy cestovního ruchu, někdy bývá nazýván také jako zelený. Jeho vývoj je spjat už s 19. stoletím, kdy spíše bohatší vrstvy odjížděly ze špinavých měst za lovem a jízdou na koni. (Vystoupil, Šauer, 2009, s. 45) Postupem času se toto odjíždění z měst stalo pravidlem a začaly vznikat již zmíněné objekty druhého bydlení, které jsou populární dodnes.

Cestovní ruch na venkově dělíme do dvou skupin:

- a) Opakované rekreační pobyty- chataření a chalupaření
- b) Jednorázové turistické a rekreační pobyty- vesnická turistika se svými subprodukty (pěší turistika, hipoturistika, ekoturistika atd.) (Ryglová, 2009, s. 132)

Co se týká významu venkovského ruchu, důležitá je jeho role v zachování a obnově rozvoje venkova, přínos nových pracovních míst a rozvoj podnikatelských aktivit a příležitostí stejně jako ekonomický rozvoj obce.

- ✓ Lázeňský cestovní ruch: „Forma cestovního ruchu, účast na níž je charakteristická pobytem v lázních, ať již za účelem regenerace, poznání nebo sociálních kontaktů“ (Zelenka, Pásková, 2002, s. 158) Tak zní definice podle známých autorů. Jedná se o jednu z nejdůležitějších forem aktivního cestovního ruchu v České republice. Je významným zdrojem příjmů z cestovního ruchu pro svou nesezónnost. Příbuzným oborem lázeňství je i léčebný cestovní ruch. Motivací návštěvy, je pro cestující a

návštěvníky zlepšení fyzického nebo psychického zdravotního stavu. Mohou zde podstoupit mnoho léčebných terapií a ozdravných kúr. (Zelenka, Pásková, 2002, s. 158) Lázeňský a léčebný cestovní ruch se v mnohém prolínají. Lidé jezdí do lázní, aby se léčili nebo aby si odpočinuli a relaxovali, což vlastně obsahuje obě kategorie.

Lázeňství je u nás velice rozšířené nejen díky mnohaleté tradici ale i dobré pověsti českých lázní. Je významným lákadlem pro klientelu s nadprůměrnými příjmy. Jedná se o jednu z klíčových oblastí forem cestovního ruchu. V Geografii cestovního ruchu od Vystoupila a Šauera (2009, s.47) je možné se dočíst, že první zmínky o lázeňství pocházejí již z přelomu 15. a 16. století. Obdobím největšího rozmachu bylo však až století 19. a 20. Této době rozkvětu se říkalo „zlatá éra lázeňství“. Při pohledu do současnosti, lidé navštěvují lázně za účelem návštěvy dnes moderního wellness. Wellness služby jsou spjaty už historicky s počátkem lázeňství, kdy bohatí a mocní politici, kulturní osobnosti i vědecké ikony navštěvovali lázně jako centrum společenského života.

- ✓ Kulturní cestovní ruch- je vlastně poznávací forma cestovního ruchu zaměřená na seznámení se s historií, přírodou, kulturou, památkami, tradicemi, zvyky aj. Často bývá spojována s rekreační formou. Jednou z největších výhod České republiky je množství architektonických, kulturních a historických památek, kterou by měla využívat v zahraničí a dostatečně ji propagovat. (Ryglová, 2009, s. 119) Výklad pojmu kulturní cestovní ruch je možné převzít také jako „(angl. cultural tourism) =forma cestovního ruchu←, jejíž účastníci jsou motivováni především možnostmi poznávání kulturního dědictví← a kultury← dané země a jejích rezidentů←. Cílem návštěvníků← jsou kulturní atraktivity←, zejména historické stavby.“ (Zelenka, Pásková, 2002, s. 150) Jako kulturní CR se dá považovat i poznávání nových kultur, náboženství nebo vzdělávání.

- Vzdělávací CR je založen na získávání nových znalostí a dovedností v navštívené destinaci, přičemž financování tohoto vzdělávání může být buď na vlastní náklady, nebo na náklady organizace, která sem vyslala svoje zaměstnance či studenty. Nejčastěji se jedná o jazykové kurzy nebo poznávání nových kultur. Podmínkou vzdělávacího kurzu je hrazení zájezdu z prostředků země, která je

bydlištěm návštěvníka, nikoli z prostředků navštívené země a to ani formou částečné úhrady nebo grantů. Vzdělávání může mít a také má často formu samostudia. To znamená, že lidé se vzdělávají prostřednictvím informačních tabulí, infocenter, prospektů, letáků nebo také studiem krajiny a naučných stezek. (Vystoupil, Šauer, 2006, s. 35)

- Alternativní CR je další kapitolou kulturního CR. Zpravidla se jedná o malé skupiny lidí, kteří chtějí poznat jiný styl života a kulturu obyvatel navštívené země. Někdy se může jednat jen o poznání jiného způsobu života v rámci jednoho státu. Typickým příkladem může být agroturistika nebo ekoagroturistika, kdy návštěvník stráví svou dovolenou např. na farmě mezi domácími zvířaty a učí se a poznává jiné stránky života. (Vystoupil, Šauer, 2006, s. 35)
- Religiózní, poutní nebo náboženský tak se říká další formě kulturního CR. V tomto případě turisté cestují za sakrálními památkami, na návštěvu různých náboženských a spirituálních obřadů nebo si chtějí prohlédnout katedrály, kostely, významná poutní místa a hřbitovy. (Vystoupil, Šauer, 2006, s. 35)
- ✓ Sportovní cestovní ruch- Snaží se využívat zájmu lidí o aktivní i pasivní odpočinek. Aktivní dovolenou můžeme charakterizovat jako pobyt a rekreaci spojenou s pohybovými aktivitami např. jízda na kole, pěší turistika atd. a účastní na nejrůznějších sportovních činnostech. Druhou formou může být pasivní sportovní CR, která je nejčastěji realizována jako účast na nejrůznějších sportovních kláních. (Ryglová, 2009, s. 144)
- Cestovní ruch s aktivní sportovní činností- hlavním smyslem CR zaměřeného na aktivní sportovní činnost je zlepšení fyzické kondice, načerpání nových sil a zároveň regenerace a posílení zdraví člověka. Tato forma cestovního ruchu se prolíná i do jiných forem, jako je například venkovský cestovní ruch. Příkladem může být úryvek z výkladového slovníku Zelenky a Páskové (2002, s. 309), který říká, že je to „souborné označení pro druh cestovního ruchu s vícedenním pobytem a rekreačními aktivitami na venkově (procházky a pěší turistika, projížďky na kole nebo na koni, pozorování a péče o domácí zvířata, konzumace

podomácku vyrobených potravin, atd.)s ubytováním v soukromí nebo v menších hromadných ubytovacích zařízeních. Jeho rozvoj souvisí s rozvojem venkova, budováním pěších tras a cyklotras, farem s alternativním zemědělstvím, budováním místních muzeí, skanzenů, rozvíjením tradičních řemesel, budováním a obnovou ubytovacích a stravovacích zařízení, atd. Další dělení aktivního cestovního ruchu může být na zimní a letní sportovní aktivity:

- a) Zimní rekreace a cestovní ruch: Zimní období je charakteristické hlavně provozováním sportovních aktivit. Nejběžnější je sjezdové a běžecké lyžování případně bruslení. Z geografického hlediska jsou jasně vymezené prostory, kde se aktivity tohoto typu dají provozovat.

Sjezdové lyžování: Pro sjezdové lyžování je typická vysoká počáteční investice střediska na výstavbu infrastruktury a vybavení areálů. Důležité jsou též přírodní a geografické podmínky a pro provozování. Lyžování je stále oblíbenějším sportem, oproti letní dovolené je jeho nevýhoda ve vyšší nákladnosti.

Běžecké lyžování: ve srovnání se sjezdovým je méně náročné a to ze všech úhlů pohledu (finanční náklady, vybavení, příprava tratí). Nevýhodou je vysoká závislost na počasí a dostatečná sněhová pokrývka. (Vystoupil, Šauer, 2009, s. 48)

- b) Letní rekreace a cestovní ruch- tento typ dovolené patří v ČR k nejtradičnějším. Variant je mnoho, rekreace u moře, u vnitrozemské vodní plochy, turistika nebo vodáctví. Typickou formou letního cestovního ruchu je cykloturistika nebo dnes moderní golfová turistika.

Cykloturistika- Pokud bychom chtěli definovat cykloturistiku, Výkladový slovník od Zelenky a Páskové (2002, s. 50) hovoří takto: „cykloturistika (angl. cycling, cyclo-touring, biking) = jedna z forem turistiky←, aktivní cestování zaměřené na poznávání přírodních a společenských zajímavostí v určité oblasti na kole, nejčastěji pomocí speciálně upraveného cestovního kola (trekking bike – trekingové kolo) nebo horského kola“. Nejenom, že je

tento typ turistiky zdravý, ale také přispívá k významnému rozvoji a obnově venkova. V současnosti se buduje spousta cyklostezek a cyklotras, které mají místní, regionální nebo i národní význam. „Řada cyklotras je budována v rámci mezinárodního projektu Greenways-Zelené stezky. Zelené stezky jsou určeny nejenom pro cyklisty, ale i pro pěší, lyžaře či pro jízdu na koních“ (Ryglová, 2009, s. 145) Jako příklad Zelených stezek se dají uvést Moravské vinařské stezky. Další důležitý program, který podporuje rozvoj cyklistiky u nás je projekt Cyklisté vítáni. (Cyklisté vítáni, © 2005 - 2011)



Obrázek 1: Moravské vinařské stezky

Zdroj: (Moravské vinařské stezky, © 2006)

Golfová turistika- význam tohoto typu sportu u nás neustále roste. Už dávno není golf jen snobský sport pro bohaté. Vybudování golfových hřišť je velice nákladné, protože s tím je často spojena i ubytovací kapacita a vysoká úroveň vybavenosti zázemí. Výhodou ovšem je, že je to sport pro všechny věkové kategorie a nízká fyzická zátěž. Další výhodou hlavně pro majitele a provozovatele je, že golf stále vyhledávají hlavně kupně silnější obyvatelé. ČR má velký potenciál v oblasti golfové turistiky. (Ryglová, 2009, s. 146)

- Cestovní ruch s pasivní sportovní činností-častým cílem turistů jsou i různá sportovní utkání, akce a zápasy. Lidé tráví svůj čas pouze pozorováním těchto akcí na tribuně tzv. „sportovní diváctví“. (Vystoupil, Šauer, 2006, s. 36) Návštěvníci se účastní a zapojují do akce skandováním, fanděním apod. Podmín-

kou tohoto typu CR je, že se musí jednat o návštěvu akce mimo bydliště účastníka. Nejčastěji navštěvované akce jsou nejrůznější mistrovství světa, olympiády nebo světové poháry.

- ✓ Ekonomický cestovní ruch- celá tato práce by se měla zabývat působením ekonomiky a ekonomických parametrů na cestovní ruch a opačně, kdy vysoká návštěvnost regionu pomáhá k rozvoji obcí a krajů, dále ke zlepšení vybavenosti, růstu pracovních míst a většímu toku finančních prostředků do rozpočtů. Termín ekonomický CR však znamená něco jiného. Nejčastěji se jedná o cestování účastníků za účelem plnění pracovních povinností nebo se jedná o odměny zaměstnancům a jejich rodinám, poskytované firmou. Do této formy CR řadíme například kongresový, obchodní, incentivní nebo veletržní CR.
- Obchodní cestovní ruch- některá literatura ho uvádí též jako profesní CR. Tato forma v sobě zahrnuje různé typy služebních a pracovních cest. Jedná se o nejrůznější jednání mezi firmami či jednotlivci, získávání nových kontaktů a uzavírání smluv. (Vystoupil, Šauer, 2009, s. 36) Tato forma vyžaduje některé specifické služby v hotelech, na letištích atd. Často do této kategorie bývá řazen i kongresový cestovní ruch, pro jeho důležitost a potenciál v současnosti, ho ale tato práce uvádí jako samostatnou formu v rámci ekonomického CR.
- Incentivní cestovní ruch- často bývá nazýván též motivační či stimulační CR. Zaměstnavatel se snaží formou zážitků a dovolených nadchnout a podnítit zaměstnance k dosahování vyšších pracovních výkonů. (Ryglová, 2009, s. 127) Slouží také k utužování sociálních vztahů na pracovišti a ve firmě. Pro motivační CR je charakteristické, že ho hradí zaměstnavatel a je často poskytován jako odměna za odvedenou práci. (Vystoupil, Šauer, 2006, s. 36) Kolébkou této turistiky jsou Spojené státy americké, kde firma pro své pracovníky za odměnu pořádá zájezdy šité na míru. Většinou nejde o pracovní pobyt, ale naopak o pobyt relaxační pro zaměstnance i jeho rodinu. (Ryglová, 2009, s. 127) Tento typ odměny je pro zaměstnavatele velice výhodný a v současné době se stává velice oblíbenou formou motivace. Firma si může částečně zahrnout náklady do daňově odčitatelných položek.

- Kongresový cestovní ruch- kongres představuje setkání určité skupiny odborně či speciálně vzdělaných lidí za nějakým cílem. Typ účastníků je v této kategorii velice důležitou veličinou, většinou se jedná o lidi vzdělanější, pocházející z vyšších sociálních vrstev, kteří mají lukrativní práci, a cestu jim hradí zaměstnavatel. I v souvislosti s tímto pak utratí větší množství peněz a užívají nadstandardních služeb. „Kongresová turistika je specializovaná forma cestovního ruchu, která zahrnuje soubor činností – zaměřených na výměnu vědeckých a odborných poznatků a zkušeností – spojených s cestováním a pobytem lidí v kongresovém místě. Zároveň jde i o nabídku doprovodných programů v rámci kongresu nebo v rámci využití volného času v kongresovém místě.“ (Ryglová, 2009, s. 122) Kongresy, sympozia, konference či semináře se často konají ve velkých metropolích např. v Ženevě, Londýně nebo Praze. Kongresový cestovní ruch má v sobě velký potenciál. Je velice rezistentní např. při změnách měnových kurzů nebo ekonomických výkyvech. Pro města a hotely, kde se kongresy konají, tento typ turistiky znamená vysoké příjmy do rozpočtů, protože kongresový turista utratí cca 2x více než běžný účastník cestovního ruchu. (Kongresový cestovní ruch, 2009) Významné je také to, že se kongresy často konají v mimosezónním období, hlavně v září, květnu a v červnu, to znamená, že zde dochází k potlačení sezónnosti.

- Veletržní cestovní ruch- jak už název vypovídá, zde se jedná o CR veletrhů a výstav, kde jsou nabízeny nejrůznější a nejnovější produkty a služby na trhu. Slouží hlavně k zvýšení informovanosti, k propagaci nebo získávání nových kontaktů a kontraktů. (Vystoupil, Šauer, 2009, s. 46). Stejně jako kongresový CR jsou veletrhy koncentrovány do velkých měst s dostatečným zázemím. Historie veletrhů je o mnoho delší než historie kongresů, avšak kongresy jsou v současnosti mnohem populárnější.

2 PŘEDPOKLADY ROZVOJE CESTOVNÍHO RUCHU

V České republice je mnoho překážek a zároveň i perspektivních oblastí, na které by se poskytovatelé služeb cestovního ruchu mohli zaměřit. K tomu, aby se zvýšila návštěvnost naší země i jednotlivých krajů a regionů, je zapotřebí se zaměřit na některé neřesti a neduhy, kterými je Česká republika i poskytovatelé služeb na našem území proslulí. Jedná se hlavně o bezpečnostní rizika, která turistům hrozí při návštěvě. Do této kategorie patří hlavně krádeže, kapsáři, falešní směnárníci nebo krádeže v restauracích. Dalším problémem bývá vyměřování dvojích cen pro české a zahraniční turisty. Slabou stránkou je i chování personálu a s tím související neochota a neznalost cizích jazyků. Ožehavým tématem jsou i taxikáři, stav silnic nebo stav českých nádraží. Bohužel k překážkám můžeme řadit i státní politiku turismu. Turismus a cestovní ruch není v rámci ekonomiky prioritní osou, příjmy z cestovního ruchu tvoří jen asi 6% HDP a v tomto průmyslu je zaměstnáno přibližně 10% lidí, proto tomuto odvětví není věnována dostatečná pozornost a podpora. (Drobná, Morávková, 2007, s. 20)

Nelze hledat jen špatné stránky. Česká republika má i mnoho perspektivních oblastí rozvoje cestovního ruchu. Mezi největší lákadla a předpoklady patří bezesporu kulturní památky, lázeňství nebo i čím dál více zajímavý kongresový a incentivní cestovní ruch. Čím dál více lidí také vyhledává aktivní formu dovolené, kterou může být cyklistika, pěší turistika, agroturistika či ekoturistika. Zajímavé, z pohledu zahraničních účastníků, jsou i tematicky zaměřené cesty za účelem poznání českého sklářství, pivovarnictví nebo vinařství. (Drobná, Morávková, 2007, s. 22)

2.1 Činitelé ovlivňující cestovní ruch

Tato práce chce hovořit o předpokladech cestovního ruchu. Souhrnnou hodnotu všech předpokladů lze nazvat jako potenciál. Podmínky a faktory, které ovlivňují existenci a rozvoj cestovního ruchu se podle P. Mariota, Holečka a Střídy (1999, s. 15) člení na lokalizační, selektivní a realizační předpoklady. Níže budou tyto předpoklady detailně diskutovány.

2.1.1 Lokalizační předpoklady

Jsou takové, které v sobě zahrnují obvykle přírodní předpoklady, jako je krajinný reliéf, vodstvo, flóra, fauna nebo kvalita ovzduší a dále pak kulturně-historické předpoklady, které můžeme označit též jako lidmi vytvořené atraktivity např. lidový folklór, tradice, struk-

tura institucí státní a místní správy. (Vystoupil, Šauer, 2009, s. 15) Tyto „lokalizační předpoklady umožňují umístění aktivit cestovního ruchu do určité oblasti či lokality“ (Drobná, Morávková, 2007, s. 21) Díky těmto příznivým oblastem a lokalitám se pak určují místa, kde se bude cestovní ruch nejlépe rozvíjet a snaží se do těchto regionů cílit své aktivity.

- Přírodní podmínky- patří mezi základní předpoklady rozvoje. Do přírodních faktorů řadíme krajinu a reliéf, přírodní útvary i zdroje. V neposlední řadě je do přírodních podmínek řazeno i vodstvo, které je významným cílem účastníků cestovního ruchu. Dále místní klima, rostlinstvo nebo živočišstvo. (Vystoupil, Šauer, 2009, s. 15) Přírodní potenciál je rozhodujícím lokalizačním faktorem při většině aktivit cestovního ruchu, hlavně u účastníků, kteří jedou do regionu za účelem pobytu a rekreace.
- Kulturně-historický potenciál- potenciál krajiny tvoří kromě přírodních předpokladů též antropogenní tedy kulturně-historické faktory, které jsou stěžejní pro rozmístění aktivit cestovního ruchu na našem území. Základním rozdílem mezi přírodními a kulturními podmínkami je, že tyto předpoklady byly vytvořeny zásahem člověka do krajiny a cestovní ruch zde není realizován komplexně či areálově, ale většinou pouze bodově. (Vystoupil, Šauer, 2009, s. 22) Účastník přijede navštívit jednu konkrétní památku, kulturní či společenskou akci nebo např. sportovní utkání. Z pohledu nabídky tvoří kulturní předpoklady spíše doplňkovou funkci k přírodním atraktivitám, které jsou většinou rozhodující při výběru dovolené. Mají tedy spíše sekundární význam.

Důležitou roli u těchto předpokladů mají kulturně-historické památky. Ty mají významný motivační vliv na migrační pohyb účastníků cestovního ruchu. Toto tvrzení potvrzuje i následující věta od Šauera a Vystoupila. „Dokladem skutečného významu památek je jejich návštěvnost, která slouží jako indikátor atraktivity.“ (Vystoupil, Šauer, 2009, s. 23)

Z globálního hlediska mají největší význam, atraktivitu i ochranu památky, které jsou zařazeny na světovém seznamu kulturního dědictví UNESCO. V České republice mají památky tohoto charakteru velký vliv na návštěvnost, množství památek, které jsou na seznamu zařazeny, jsou významným lákadlem pro zahraniční návštěvníky. Památky jsou rozdělovány do 3 kategorií a to na: architektonické, ty jsou nejvýznamnější, přírodní a soubory materiálních a duchovních projevů člověka. (Vystoupil, Šauer, 2009, s. 23)

KARTOGRAM – PAMÁTKOVÉ ZÓNY, UNESCO

2.1.2 Selektivní předpoklady

Jestliže na jedné straně stojí přírodní a kulturní zdroje jako lokalizační faktory vzniku rozvoje cestovního ruchu, pak musí existovat i socioekonomické procesy a faktory, které uvádějí v činnost rekreační a turistické procesy. Jde tady zejména o schopnost a četnost účasti obyvatelstva na cestovním ruchu (Vystoupil, Šauer, 2009, s. 27). Selektivní předpoklady bývají nazývány též jako stimulační, protože stimulují vznik a rozvoj cestovního ruchu. Podle většiny autorů se dělí do 2 základních kategorií na subjektivní a objektivní. (Ryglová, 2009, s. 26-27) Tyto předpoklady ukazují schopnost obyvatele dané země se aktivně i pasivně podílet na cestovním ruchu- tzn. být sami účastníky cestovního ruchu a zároveň přijímat návštěvníky.

- Objektivní předpoklady- mezi tyto faktory patří zejména politická a bezpečnostní stabilita, dále ekonomická a životní úroveň obyvatelstva nebo stav životního prostředí na tom se shodnou všichni autoři včetně Drobné, Vystoupila a Šauera nebo Ryglové. (Drobná, Morávková, 2007, s. 22)
- Subjektivní předpoklady- Tento typ předpokladů ovlivňuje účast lidí na cestovním ruchu. Tato účast závisí především na příslušnosti k profesní či sociální skupině, rodinných poměrech nebo na psychologických determinantech. V rozhodování hraje roli i móda a aktuální trendy v návštěvnosti střediska, atraktivita nebo reklama a propagace. (Drobná, Morávková, 2007, s. 22)

2.1.3 Realizační předpoklady

Těmto předpokladům se práce bude věnovat detailněji, neboť hovoří o faktorech, které umožní uskutečnění a uspokojení nároků účastníků cestovního ruchu ve střediscích, které poskytují služby a v oblastech s vhodnými lokalizačními podmínkami.

Tyto předpoklady umožňují dopravit se do těchto míst a využívat míst k různým aktivitám, pobytu a rekreaci. Jedná se tu o dopravní a materiálně technické podmínky. (Drobná, Morávková, 2007, s. 22)

- Dopravní podmínky- Doprava představuje v současnosti velký fenomén, bez něž by cestovní ruch v podstatě nemohl existovat. Doprava umožňuje propojení dvou míst, a to místa, z něhož pochází účastník cestovního ruchu a bodem, kde se nachází cíl cestování. K propojování dochází na mezinárodní i lokální

úrovni. (Vystoupil, Šauer, 2009, s. 31). K cestování je využíváno velké spektrum dopravních prostředků, které ke svému fungování potřebují komunikace, po kterých tyto prostředky jezdí, létají či plují. Ačkoliv se to nezdá hustota a kvalita těchto dopravních sítí je velice důležitá pro rozvoj cestovního ruchu a zvýšení návštěvnosti.

- Materiálně- technické podmínky- jsou předpoklady, které vyjadřují vybavenost určitého území ubytovacími, kulturními, sportovními nebo stravovacími zařízeními, která slouží k uspokojování potřeb účastníků cestovního ruchu. Rozhodujícím faktorem je tu kapacita těchto zařízení, která rozhoduje o tom, kolik lidí může přijet. (Drobná, Morávková, 2007, s. 22)

Jádrem infrastruktury cestovního ruchu je tzv. suprastruktura, která je budována zejména pro návštěvníky. Do suprastruktury jsou zahrnuty ubytovací, rekreační, stravovací, dopravní a doplňkové služby.

Rozhodující význam v infrastruktuře cestovního ruchu mají ubytovací zařízení. Turistický význam regionu je celosvětově měřen kapacitními ukazateli a počty dostupných lůžek. Podle koncentrace ubytovacích zařízení a jejich geografickému rozložení v oblasti je možné sledovat turistickou atraktivitu území. Příkladem může být velký shluk turistů ve střediscích s významným kulturně-historickým potenciálem nebo do středisek s významnými přírodními předpoklady (hory, rekreace u vody). Ubytovací zařízení se, podle Šauera a Vystoupila, (2009, s. 27-32) člení na individuální a hromadná. Za hromadná ubytovací zařízení jsou považována ta, která poskytují ubytování v pokojích nebo jiných ubytovacích jednotkách s celkovou minimální kapacitou cca 9 lůžek. Tato kategorie je užívána ve většině zemí Evropské unie. Individuální rekreací se tato práce již zabývala, jedná se o objekty druhého bydlení, tedy chataření a chalupaření. Pro regiony je významná i vybavenost sportovně-rekreační infrastrukturou. V této kategorii, jde o samostatné využití dopravy v rámci cestovního ruchu. Sportovně-rekreační doprava ve většině případů usnadňuje pohyb účastníků cestovního ruchu v cílové destinaci nebo je pohyb na dopravních prostředcích přímo cílem dovolené a umožňuje jim zde sportovně-rekreační vyžití. Do této skupiny je zařazena především infrastruktura zimních sportů to znamená vybavenost středisek pro sjezdové i běžecké lyžování lanovkami, upravenými tratěmi i sjezdovkami apod., poté sem patří i infrastruktura pro potřeby pěší tu-

ristiky (značené trasy, naučné stezky), cyklo infrastruktura a další způsoby dopravy, které jsou řazeny do sportovně-rekreační infrastruktury jako je provoz letních lanovek, skibusy, cyklobusy nebo trasy pro vozíčkáře.

3 SOUČASNÉ TRENDY POPTÁVKY A NABÍDKY V TURISMU

Česká republika je svou geografickou polohou velice zajímavou a dobře dostupnou destinací pro zahraniční návštěvníky. Turismus je především trhem služeb, který je závislý na přírodních a kulturně-historických atraktivitách, které jsou cílem většiny návštěvníků. Díky těmto místně vázaným cílům je nutné, aby se poptávka přesunula do místa nabídky. Tedy aby se lidé, kteří chtějí cestovat za uspokojením svých potřeb, museli přesunout do místa, kde jim bude služba poskytnuta. Je mnoho faktorů, které ovlivňují trh turismu, ať už jsou to klimatické, politické, časové či jiné podmínky

3.1 Trendy v poptávce turismu

Jako první trend bývá nejčastěji označována *globalizace*, což hodně souvisí s rozvojem technologií. Vedle rozvoje dopravy, který přispěl k lepší dosažitelnosti cílových destinací, je to hlavně zlepšení informačních technologií, které přispívají k rozvoji cestovního ruchu a zefektivnění komunikace. Dalším trendem je *fragmentace*, tento trend se projevuje už delší dobu. Znamená to, že řada účastníků cestovního ruchu cestuje vícekrát za rok na kratší dobu. Tudiž se snižuje počet přenocování. Tento nárůst, je podle Palatkové přisuzován zvyšující se životní úrovni, ale i většímu fondu volného času, který lidé věnují regeneraci. Lidé jsou vystaveni velkému pracovnímu vytížení i stresu a regenerace fyzických i psychických sil je čím dál tím důležitější. Jeden z dalších trendů je *ohleduplnost k životnímu prostředí*. Životní prostředí je jedním z důležitých faktorů pro realizaci turismu. Publikace Ekonomika turismu uvádí, že v současné době je vidět přesun lidí od hromadného turismu k individuálnímu a je podporován tzv. udržitelný turismus. Ten v sobě zahrnuje aspekt environmentální, ekonomický i sociální. Trendem je také poptávka po ekologicky šetrných produktech a službách nebo regionálních produktech. Jak již bylo výše zmíněno, jeden z faktorů ovlivňujících poptávku jsou i *rychlé změny životních stylů*. Zde podle Palatkové a Zichové (2011, s. 46-48) došlo hlavně ke změně v důvodech a motivaci k cestě. Dnes lidé nechtějí jen bezcílně cestovat, stírají rozdíly mezi prací a volným časem a zaměřují se na uspokojení tzv. růstových potřeb. Snaží se neustále vzdělávat, rozšiřovat obzory nebo zvyšovat svou kreativitu a experimentovat. Jako jeden ze současných trendů se považuje i již zmíněná *změna poměru masových turistů k turistům nezávislým*, neboli individuálním. Každý člověk má individuální požadavky a přání, které se každý poskytovatel služeb v turismu snaží uspokojit. V současnosti klesá zájem o balíčkové produkty a pakety, naopak je poptávka po individuálních na míru šitých zájezdech nebo modifikovatelných produk-

tech a službách. Posledním významným trendem jsou zvýšené požadavky na kvalitu. Nejde o větší luxus ale spíše o hloubku prožitku a naplnění očekávání. V této kategorii ČR mírně zaostává, protože námi poskytované služby jsou často kritizované, jako neprofesionální apod. jde i o vzdělání, jazykovou vybavenost nebo zkušenosti z oblasti turismu. (Palatková, Zichová, 2011, s. 46-48)

3.2 Trendy v nabídce turismu

Trendy v nabídce turismu jsou všeobecně známy a uváděny celou řadou odborníků. Tato práce převezme výčet od Palatkové a Zichové (2011, s. 69-71). Jako jeden z trendů nabídky se dá považovat rostoucí konkurence, hlavní zdroj konkurence tady však nejsou poskytovatelé služeb ale cílové destinace. Každým rokem vstupují na trh stovky nových neobjevených destinací, které nabízejí velkou škálu produktů. Dalším trendem je právní, majetkové a marketingové propojování firem, zde se hovoří hlavně o leteckém průmyslu popřípadě o hotelnictví. Cílem je zvyšování přidané hodnoty pro klienta, snížení nákladů a hlavním motivem je ovládnutí co největší části trhu a s tím spojená profitabilita. Rostoucí význam informačních technologií je trendem nejen u poptávky ale i u nabídky. Pravděpodobně nejvýznamnějším bodem v oblasti rozvoji technologií jsou informačně rezervační systémy budované na různých úrovních. Tyto systémy kromě prodejní funkce, mají i funkci monitorovací, to znamená, že jsou zdrojem informací pro poskytovatele cestovního ruchu a pomáhají jim k znovu získávání zákazníků nebo propagaci. Jeden ze současných trendů je i branding. Na trh vstupují neustále nové destinace a značka má významný vliv jako komunikační nástroj, pro vytvoření si pozice na trhu. Jak uvádí Palatková a Zichová (2011, s. 71) značka „v sobě spojuje hmatatelné i nehmátatelné hodnoty, zážitky a přísliby pro klienta.“ I v nabídce najdeme trend, který se zabývá individualizovanou poptávkou, jde o řízení vztahu se zákazníky. V současné době nelze předpokládat, že návštěvník z vyšší sociální třídy, bude konzumovat pouze zboží luxusní. Poptávka je velice individualizovaná, tudíž i nabídka musí být konkrétní, každému šitá na míru. Je třeba znát co nejpřesněji preference a potřeby svých klientů. Posledním trendem jsou nově vznikající produkty. Mezi tyto produkty se dá řadit např. vznik nových typů ubytování a dovolených jako jsou okružní plavby, tematické parky nebo all-inclusive produkty. Tyto produkty jsou však na trhu již dlouho, až nyní však zaznamenali výraznější posun vpřed. V současnosti se nové produkty zaměřují spíše do oblasti zdravého životního stylu, ekologie, nebo na zážitkové formy cestovního ruchu. (Palatková, Zichová, 2011, s. 69-71)

4 METODIKA ZPRACOVÁNÍ

Práce byla zpracována prostřednictvím analýzy nejdůležitějších sportovních odvětví na Vysočině. Informace, které je možné nalézt v praktické části, byly nalezeny na stránkách kraje Vysočina, v rozpočtových dokumentech nebo na webových stránkách organizací podporující cestovní ruch, kulturu a sport. Data, která byla získána, byla zaznamenána do tabulek a grafů pro přehledné porovnání a srovnání informací. Pod tabulkami je možné následně nalézt podrobný popis a vyjádření k probírané problematice. Praktická část se snaží prolínat s tou teoretickou. Na teoretické poznatky, které byly získány četbou a studiem odborné literatury, případně minimum informací získaných z internetových zdrojů, navazuje praktická část. Na závěr práce jsou na základě získaných informací formou návrhů na zlepšení zaznamenány poznatky a subjektivní názory na zlepšení situace, přilákání turistů a zatraktivnění kraje Vysočina.

Data a informace obsažené v praktické části byla získána na stránkách konkrétních lyžařských středisek, organizací podporující turistiku, cyklistiku, turistiku, hipoturistiku a ostatních organizací. Důležitým zdrojem informací byl i turistický portál regionu Vysočina nebo brožury vydávané příspěvkovou organizací Vysočina Tourism.

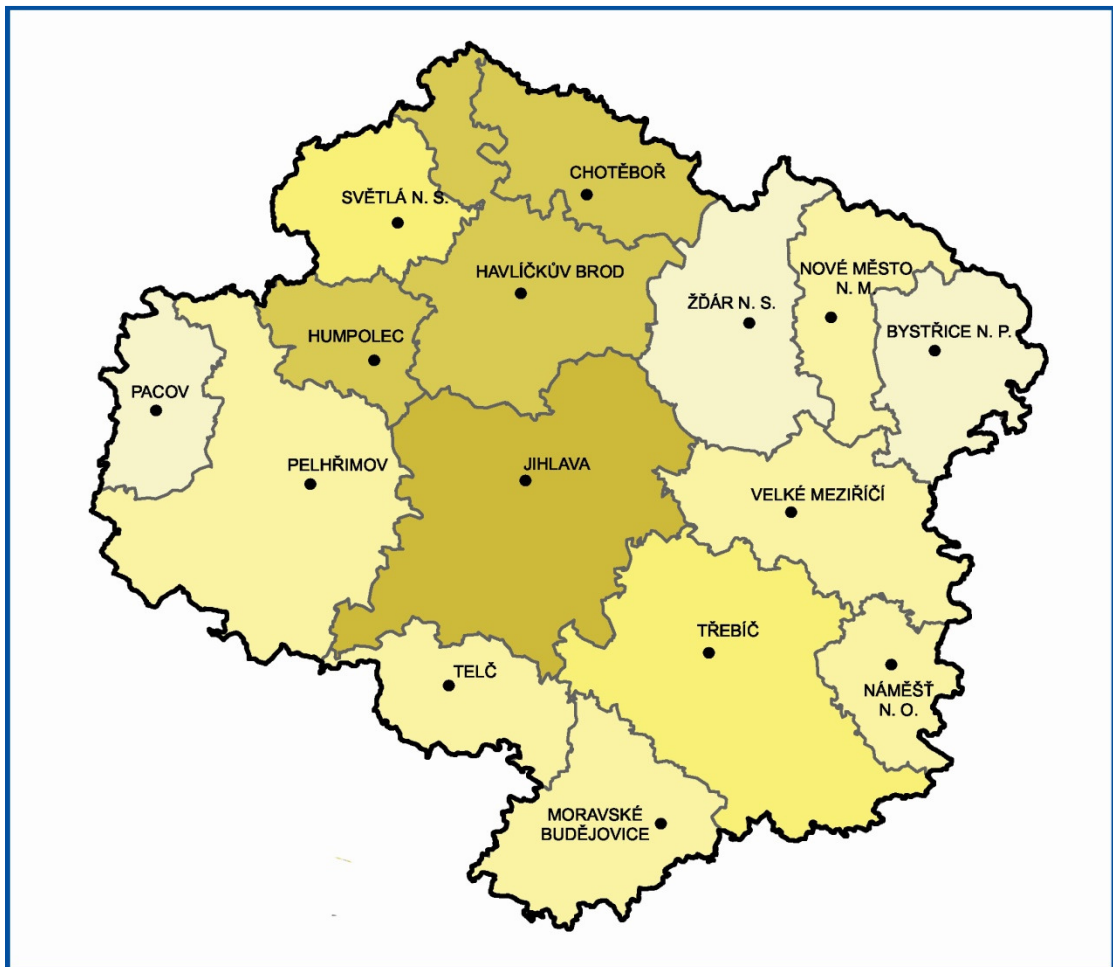
II. PRAKTICKÁ ČÁST

5 ANALÝZA SOUČASNÉHO STAVU REGIONU V OBLASTI CESTOVNÍHO RUCHU

Česká republika se kromě krajů dělí též na turistické regiony (Příloha I). Toto členění se používá hlavně z marketingových důvodů. Turistické regiony vycházejí z potřeby propagace České republiky a jejích atraktivit v zahraničí ale i v domácím prostředí. Není tedy důležité, kde atraktivita či zajímavost leží, ale hlavně to, že existuje. Turistických regionů najdeme v České republice 17, je jich tedy více než krajů. Tyto regiony často nekorrespondují s územně samosprávným členěním krajů. Vysočina je jedním z krajů, který se územně shoduje s turistickým regionem. Turistický region je Českou centrálou cestovního ruchu vymezen takto: „Územní celek, jehož nabídka CR svým množstvím, kvalitou, rozmanitostí a atraktivitou vyvolává návštěvnost. Potenciál území vytváří vhodné předpoklady pro realizaci konkurenceschopné nabídky produktů cestovního ruchu s důrazem na příjezdový cestovní ruch a pro vybrané z nich jsou součástí národních produktů.“ (CzechTourism, ©2005-2013) Dále se turistické regiony dělí ještě na turistické oblasti (Příloha II). Těchto oblastí má ČR 40, bohužel Vysočina je v tomto případě opět ve shodě. Pro vysvětlení, Vysočina je současně krajem, turistickým regionem i turistickou oblastí.

Vysočina leží na pomezí úrodné Moravy a historických Čech. Svým čistým životním prostředím, se řadí mezi nejzdravější části naší země. Je rájem pro pěší turisty a milovníky zimních sportů. Své si tu najdou i obdivovatelé kulturních a historických památek.

Vysočina sousedí se čtyřmi kraji na severu s Pardubickým, na severozápadě se Středočeským krajem. Následuje kraj Jihočeský a naposled je tu kraj Jihomoravský, se kterým Vysočina tvoří zároveň i region soudržnosti Jihovýchod. Vysočina se plošně řadí na 5. místo mezi kraji. Hustota zalidnění je zde však nízká, pouze kolem 75 obyvatel na km². Kraj je rozdělen do 5 okresů- Havlíčkův Brod, Žďár nad Sázavou, Pelhřimov, Třebíč a Jihlava, která je se svými více než 50 000 obyvateli zároveň krajským městem. V roce 2003 zanikly okresní úřady a tak se dále kraj dělí na správní obvody tzv. obce s rozšířenou působností (dále jen ORP), kromě okresních měst se zde nachází ještě ORP – Chotěboř, Pacov, Humpolec, Telč, Světlá nad Sázavou, Nové Město na Moravě, Moravské Budějovice, Bystřice nad Pernštejnem, Velké Meziříčí a Náměšť nad Oslavou.



Obrázek 2: ORP v kraji Vysočina

Zdroj: úprava mapy vlastní, s využitím zdroje (Aplikace v regionální a sociální geografii, © 2009)

Pro Vysočinu jsou charakteristické hlavně malé vesnice, celkem je zde možné najít více než 700 obcí. Svým založením je Vysočina spíše zemědělsko-průmyslovým regionem. Díky své poloze ve středu naší republiky je i významným tranzitním místem. Svůj potenciál má Vysočina i v oblasti cestovního ruchu, bohužel zatím není dostatečně využíván. Českomoravská vrchovina je místem, kam jezdí na dovolenou hlavně tuzemské rodiny s dětmi, vizí kraje je přilákat sem větší množství návštěvníků domácích i zahraničních, protože Vysočina má co nabídnout.

5.1 Organizace cestovního ruchu

Důležitou součástí pro fungování a zajištění služeb cestovního ruchu je také právní úprava. Tato práce by se měla zabývat i organizacemi, v jejichž zájmu je rozvoj turismu. Práce se bude na následujících řádcích zabývat několika hlavními organizacemi, které stojí za pro-

pagací i rozvojem cestovního ruchu u nás. V České republice je cestovní ruch vymezen „Zákonem č. 159/1999 Sb., o některých podmínkách podnikání v oblasti cestovního ruchu a o změně občanského zákoníku a zákona o živnostenském podnikání.“ (Drobná, Morávková, 2007, s. 24)

5.1.1 Ministerstvo pro místní rozvoj

Podle kompetenčního zákona je toto ministerstvo pověřeno výkonem státní správy v oblasti cestovního ruchu. (Drobná, Morávková, 2007, s. 24) Ministerstvo navrhuje a realizuje opatření, vedoucí k posílení pozice turismu. Kromě vydávání legislativy se stará o vydávání koncesí cestovním kancelářím, zjišťování a analyzování statistických informací a podílí se na rozvoji turismu v regionech. Zajišťuje též metodickou pomoc při zajišťování rozvojových programů ve vazbě na strukturální fondy Evropské Unie. (Tittelbachová, 2011, s. 56) Ministerstvo také spolupracuje s různými organizacemi zabývajícími se cestovním ruchem, mimo jiné je i zřizovatelem České centrály cestovního ruchu.

5.1.2 Česká centrála cestovního ruchu

Tato organizace je odpovědná za propagaci České republiky v zahraničí. Její hlavní aktivity spočívají v účasti na veletrzích cestovního ruchu, poskytování informací o Česku hlavně prostřednictvím zastoupení např. v Německu, Itálii, Francii nebo Japonsku. Významným úkolem České centrály cestovního ruchu je organizace pobytů zahraničních novinářů v ČR s cílem přiblížit atraktivitu naší země. Samozřejmostí je vydávání propagačních materiálů. (CzechTourism, ©2005-2013; Drobná, Morávková, 2007, s. 25)

5.1.3 Další organizace

Do řízení a organizace cestovního ruchu zasahuje samozřejmě i mnoho dalších zákonů a organizací. Na nejvyšší úrovni v oblasti samosprávy cestovního ruchu působí Poslanecká sněmovna Parlamentu České republiky, kde jsou zřízeny Podvýbor pro obchod a cestovní ruch a Podvýbor pro propagaci České republiky v zahraničí. (Drobná, 2007, s. 25; Tittelbachová, 2011, s. 56-58)

Důležité je i řízení turismu na regionální úrovni. Orgány krajů i měst se snaží přilákat do svých teritorií co nejvíce návštěvníků tím, že se snaží o rozvoj. Důležitou roli hrají i infocentra, která poskytují prvotní informace o destinaci a současně danou oblast propagují.

5.1.4 Vysočina Tourism

V roce 2007 zastupitelstvo kraje Vysočina zřídilo na svém území organizaci zabývající se rozvojem cestovního ruchu s názvem Vysočina Tourism. Její sídlo bylo umístěno no krajského města, Jihlavy. Cílem organizace je vytvořit silnou konkurenceschopnou pozici mezi kraji na trhu cestovního ruchu a koordinovat dlouhodobě sektor cestovního ruchu. Předmětem činnosti je řízení, koordinace subjektů cestovního ruchu, komunikace s podnikatelskými subjekty na Vysočině a hlavně propagace a prezentace regionu na celonárodních i zahraničních trzích. (O organizaci- Vysočina Tourism, © 2008)

5.2 Návštěvnost kraje a její přínosy

Návštěvnost je důležitým a významným ukazatelem, který indikuje, jak si kraj stojí v oblibě u turistů a to jak tuzemských, tak zahraničních. Turisté jsou skvělým zdrojem příjmů nejen pro podnikatele a poskytovatele služeb, ale i pro města a obce. Z tohoto titulu je proto důležité, snažit se jich přilákat do krajů a obcí co nejvíce. Nutností je rozvoj regionu a dostatečná nabídka služeb, podpořená dobrým marketingem se skvělou propagací.

Pokud se bude práce zabývat mezikrajským srovnáním, Vysočina patří společně s Pardubickým a Ústeckým krajem k nejméně navštěvovaným. Příčin může být mnoho, Analýza odvětví cestovního ruchu v kraji Vysočina (Kraj Vysočina, 2011) uvádí jako příčiny příliš nízká pohoří pro sjezdové lyžování, nízké stavy řek a malé množství velkých vodních ploch nebo nedostatečné ubytovací kapacity.

Počet hromadných ubytovacích zařízení (dále jen HUZ) v roce 2012 byl téměř 400, v těchto HUZ je možné nalézt více než 7200 pokojů a 21 tis. lůžek. Pro porovnání na Vysočině je více ubytovacích zařízení než v kraji Zlínském či Olomouckém, bohužel kapacitně je na tom Českomoravská vrchovina nejhůře ze všech jmenovaných. Protože je Vysočina region populární pro svou krásnou a čistou přírodu, oblíbené a časté jsou zde místa pro stany a karavany, je možné tu nalézt více než 300 těchto míst. Na Vysočině se nachází mnoho penzionů- přibližně 104, dále pak 53*** hotelů a kolem 50 turistických ubytoven. Jejich využití je bohužel nízké. Lůžková kapacita v roce 2011 byla využita pouze z 11%, což je pod republikovým průměrem, který má hodnotu 22%. Nejvíce hostů bývá ubytováno v okrese Žďár nad Sázavou, ve zbývajících okresech jsou hosté rozmístěni rovnoměrně. Kraj se podílí 4,8 % na všech ubytovacích zařízeních v ČR. (Statistická ročenka kraje Vysočina, 2012)

Tabulka 1: Počet přenocujících turistů v ubytovacích zařízeních v ČR
a na Vysočině

Rok		Počet hostů	% změna	Nerezidenti	% změna	Rezidenti	% změna
2002	VYS.	371 774	-	66 344	-	305 430	-
	ČR	10 415 255	-	4 742 773	-	5 672 482	-
2003	VYS.	390 167	4,95%	55 245	-16,73%	334 922	9,66%
	ČR	11 346 482	8,94%	5 075 756	7,02%	6 270 726	10,55%
2004	VYS.	392 067	0,49%	64 136	16,09%	327 931	-2,09%
	ČR	12 219 689	7,70%	6 061 225	19,42%	6 158 464	-1,79%
2005	VYS.	389 135	-0,75%	59 399	-7,39%	329 736	0,55%
	ČR	12 361 793	1,16%	6 336 128	4,54%	6 025 665	-2,16%
2006	VYS.	407 720	4,78%	59 282	-0,20%	348 438	5,67%
	ČR	12 724 926	2,94%	6 435 474	1,57%	6 289 452	4,38%
2007	VYS.	418 701	2,69%	63 059	6,37%	355 642	2,07%
	ČR	12 960 921	1,85%	6 679 704	3,80%	6 281 217	-0,13%
2008	VYS.	395 820	-5,46%	54 532	-13,52%	341 288	-4,04%
	ČR	12 835 886	-0,96%	6 649 410	-0,45%	6 186 476	-1,51%
2009	VYS.	358 863	-9,34%	47 797	-12,35%	311 066	-8,86%
	ČR	11 985 909	-6,62%	6 032 370	-9,28%	5 953 539	-3,77%
2010	VYS.	336 225	-6,31%	46 690	-2,32%	289 535	-6,92%
	ČR	12 211 878	1,89%	6 333 996	5,00%	5 877 882	-1,27%
2011	VYS.	353 249	5,06%	50 897	9,01%	302 352	4,43%
	ČR	12 911 677	5,73%	6 831 452	7,85%	6 080 225	3,44%
2012	VYS.	372 020	5,31%	54 723	7,52%	317 297	4,94%
	ČR	13 647 655	5,70%	7 170 385	4,96%	6 477 270	6,53%

Zdroj: zpracování vlastní, s využitím dat: Cestovní ruch, ČSU v Jihlavě, 2013 (pozn: zelená barva značí nejlepší výsledek, červená barva nejhorší výsledek)

Předcházející tabulka se zabývá ukazateli počtu přenocovaných hostů a to jak rezidentů, tak nerezidentů. Česká republika je celkem oblíbenou destinací pro Středoevropany i tuzemské obyvatele. Nejčastěji všichni tráví svůj volný čas v ubytovacích a rekreačních zařízeních během teplých letních měsíců. Oblíbené jsou pak i zimní měsíce, hlavně prosinec a leden.

V tabulce je možné se podívat na počty návštěvníků, kteří přijedou navštívit Českou republiku a pak Vysočinu samotnou. Tabulka porovnává počty návštěvníků za posledních 10 let a procentní změnu v příjezdu turistů. Předmětem tabulky jsou zahraniční i tuzemští návštěvníci. Porovnání je provedeno jak v rámci ČR, tak v souvislosti s Vysočinou a má za úkol upozornit na změny a počty příjezdů v souvislosti s jednotlivými lety.

ČR: Největší počet hostů, kteří přenocovali v nějakém ubytovacím zařízení v ČR, je možné zaznamenat v roce 2012. Tento počet je možné spojit s ekonomickou krizí. Ačkoli je česká ekonomika v neustále pokračující krizi, je to paradoxně výhoda pro český turismus. Lidé nemají dostatečné množství peněz na dovolenou v zahraničí, proto stále častěji volí rekreaci v tuzemských hotelích, kempech a rekreačních zařízeních. Od roku 2009 je možné sledovat tendenci tuzemských turistů, trávit dovolenou doma. Největší procentní změna oproti předchozímu roku v počtu turistů v ČR byla v roce 2003, kdy v ubytovacích zařízeních přenocovalo o více než 900 tis. návštěvníků více než předchozí rok. Velký poskok byl zaznamenán i v roce 2004. Poté již změny nebyl tak výrazné, ačkoli pořád počty přenocujících turistů rostly. Naopak největší pokles oproti předchozímu roku byl v roce 2009, kdy v Česku trávilo dovolenou o více než 800 tis. lidí méně. Domácí turisté, tedy rezidenti nejčastěji trávili dovolenou v ČR v roce 2012 viz. výše, nejméně jich tu pak bylo v roce 2002. Největší procentní nárůst oproti předchozímu roku, pak zaznamenal rok 2003, kdy dovolenou v ČR strávilo o více než 600 tis. více Čechů. Pokud se práce bude zabývat zahraničními návštěvníky, nejvíce jich opět přijelo v roce 2012, avšak největší nárůst oproti předchozímu roku byl v roce 2003. Obecně nejlépe na tom Česká republika byla v roce 2003, poté v roce 2007 a loni, kdy u nás přenocovalo nejvíce návštěvníků za posledních 10 let.

Vysočina: Každý by asi předpokládal, že jednotlivé kraje budou kopírovat vývoj v České republice, ale z větší části tomu tak není. Pouze loňský rok je výjimkou. Nejvíce turistů přenocovalo na Vysočině v roce 2007, naopak nejméně tomu bylo v roce 2010. Což je o více než 82 tisíc lidí méně. Ačkoli poslední dobou mnoho lidí tráví dovolenou v tuzemsku, na Vysočině tento trend není znát. Množství tuzemských rekreatantů se sice neustále zvyšuje, nejvíce jich však bylo v roce 2007. Největší úbytek hostů hotely a rekreační zařízení zaznamenali oproti předchozímu roku v roce 2009, návštěvnost zde klesla oproti nejlepšímu roku o téměř 60 tis. lidí. Nejvíce zahraničních turistů zavítalo na Vysočinu v roce 2004, je to o 10 tis. návštěvníků více než v roce 2012. Zajímavostí mohou být i národy, které na Vysočinu nejraději cestují. Dlouhodobě je nejvíce hostů z Německa i přesto, že počty těchto návštěvníků se z roku 2004, kdy jich přijelo kolem 24 tis., snížily na 14 tis. Zanedbatelné nejsou ani návštěvy Slováků (cca 9.700- r. 2012) nebo turistů z Polska a Francie (cca 2500 – r. 2012). Významným národem, který nachází oblibu nejen v atraktivitách Vysočiny, ale celé republiky jsou Rusové. Jejich počet se od roku 2010 zdvojnásobil na 1200 v roce 2012.

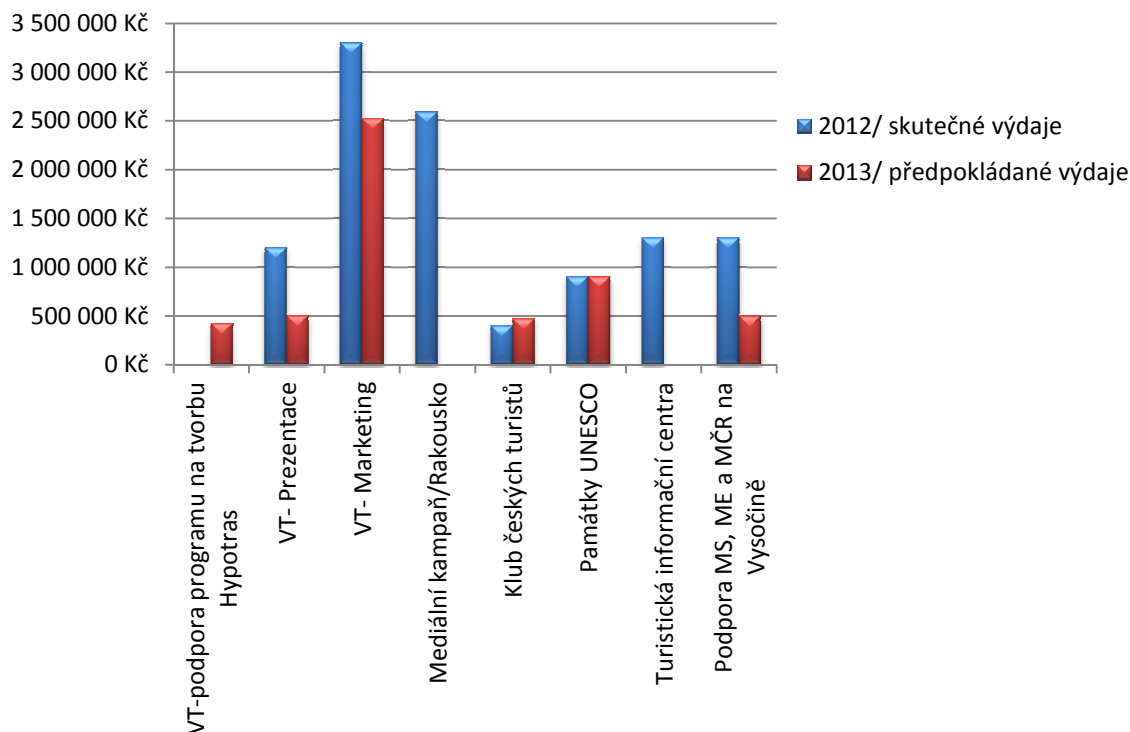
5.3 Významné atraktivita kraje Vysočina

Práce by měla představit významné návštěvnické atrakce kraje. Jako první je nutné zmínit památky zapsané na světovém seznamu kulturního dědictví UNESCO (Příloha III), které na Vysočinu lákají mnoho turistů. Město Třebíč, se může pyšnit jednou takovou významnou světovou památkou. Jedná se o židovskou čtvrť a baziliku sv. Prokopa, které jsou zapsány na seznamu světového dědictví. Na tomto seznamu je možné nalézt také ceněné renesanční náměstí s podloubím a pozdně gotický zámek v Telči. Kromě historického centra a nemovitých památek je Telč známá i pro tzv. festival Prázdniny. Jedná se o jeden z nejstarších hudebních festivalů v Česku, který se koná na přelomu července a srpna. Ve Žďáře nad Sázavou je možné spatřit poutní kostel sv. Jana Nepomuckého na Zelené hoře. Významné atraktivita je možné navštívit i v krajském městě. Zoo Jihlava s více než 150 druhy exotických zvířat patří k největším lákadlům. Je otevřena každý den v roce, je možné zde shlédnout hlavně unikátní expozici kočkovitých šelem, na jejichž chov se zoo specializuje. Dobrým tipem pro návštěvu je i pivovar Ježek v Jihlavě. Své si tu najdou hlavně dospělí. Pro děti je pak báječnou atrakcí aquapark Vodní ráj Jihlava. Havlíčkův Brod je proslulý hlavně spisovatelem Karlem Havlíčkem Borovským. Právě jemu je věnována stálá expozice nacházející se v Muzeu Vysočiny. Milovníci zámků by neměli opomenout na návštěvu barokního zámku v Jaroměřicích nad Rokytnou. Tento zámek patří k nejmohutnějším architekturám 1. poloviny 18. století u nás i v zahraničí. Zájemci o technické památky by měli navštívit i vodní nádrž Dalešice, která je zásobárnou vody pro atomovou elektrárnu Dukovany. Nejen pro elektrárnu je ale tato přehrada důležitá. Je i významným rekreačním centrem, lidé se zde mohou koupat, pronajímat lodě, šlapadla či rybařit a popíjet u toho pivo ze známého Dalešického pivovaru, který proslavil hlavně film Postřižiny.

Na Vysočině je možné navštívit ještě mnoho dalších památek, není však možné všechny do této práce pojmout, proto jsou zde zaznamenány jen ty nejvýznamnější.

5.3.1 Výdaje kr. rozpočtu na kulturu, podporu sportovních akcí a cestovní ruch

Výdaje kraje Vysočina na oblast sportu a cestovního ruchu



Obrázek 3: Výdaje kraje Vysočina na oblast sportu a cestovního ruchu

Zdroj: zpracování vlastní, data byla získána z rozpočtů kraje Vysočina, (Rozpočet 2013, 2002–2013), poznámka: zkratka VT = Vysočina Tourism

Kraj Vysočina z rozpočtu dotuje různé kulturní atraktivity, podporuje sport a cestovní ruch. V předcházejícím grafu jsou zaznamenány nejvýznamnější odvětví a oblasti, do kterých jsou posílány peníze. Cestovní ruch je na Vysočině propagován organizací Vysočina Tourism (dále jen VT), do které také putuje největší část peněz z krajského rozpočtu na cestovní ruch. Peníze bývají použity na prezentaci turistické nabídky kraje v České republice i na zahraničních veletrzích nebo na významných kulturních, společenských a sportovních akcích. V roce 2012 bylo poskytnuto na prezentaci kraje 1300 tis. Kč, na rok 2013 bylo plánováno podstatné snížení této částky na 505 tis. Kč. Vysočina Tourism se stará i o marketing, v této oblasti organizace podporuje tvorbu produktů cestovního ruchu, dbá na zvýšení atraktivity území pro návštěvníky kraje pomocí netradičních prohlídek na vybraných hradech a zámcích nebo na zatraktivnění turistického portálu a tištěné propagační materiá-

ly. I tady byly peníze na podporu sníženy oproti předchozímu roku o necelých 800 tis. Kč. V roce 2013 se kraj bude finančně účastnit i na udržitelnosti projektu Vysočina Tourism zvaném „Vybudování sítě hipotras“ částkou 250 tis. Kč. Jedním z projektů, který je podporován, je i mediální kampaň turistického regionu Vysočina v Rakousku. Jedná se o akci, která se zabývá zvýšením povědomí o turistickém potenciálu Vysočiny pro rakouské návštěvníky, představování turistického regionu Vysočina jako ideální destinaci pro trávení aktivní dovolené v létě i v zimě, na tuto kampaň kraj poskytl podporu ve výši 2.590 tis. Kč.

Další organizací, která dostává od kraje každoročně finanční prostředky na její fungování, je Klub českých turistů, součástí této podpory jsou peníze na značení turistických i cyklo tras. Peníze na toto značení jsou ale i samostatná položka v rozpočtu, která není zaznamenána v tomto grafu. Na Vysočině je tento typ rekreace jedním z nejoblíbenějších, proto subvence v této oblasti patří k velmi důležitým.

Zapomínat by se nemělo ani na největší atraktivity kraje, památky zapsané na seznamu kulturního dědictví UNESCO. Na jejich údržbu a propagaci kraj přispívá každým rokem kolem 900 tis. Kč.

Ačkoli to není v tabulce zaznamenáno, překvapivě nejvíc peněz kraj poskytuje muzeím a galeriím na Vysočině. Například Muzeum a galerie Vysočiny Třebíč dostala v loňském roce příspěvky ve výši více než 14 000 tis. Kč na restauraci sbírek, pořízení rámců a replik nebo na přípravu nové expozice, která má přilákat více návštěvníků. V rámci ROP Jihovýchod poskytuje kraj také půjčky těmto galeriím a muzeím na modernizaci a dokončení expozic muzea v Jihlavě. Celková částka poskytovaná krajem na činnosti muzeí, galerií a na výstavní činnost činí více než 77 000 tis. Kč. (Rozpočet 2013, 2002–2013)

Kraj podporuje aktivitu a sport. Na sportovní akce jsou každým rokem vyčleněny prostředky v celkové výši cca 11 000 tis. Kč. Peníze jsou použity na podporu pořádání sportovních utkání, místních sportovních klubů i volnočasové sportovní aktivity, tyto dotace ale nejsou předmětem práce, proto většinou z nich zabývat nebude. Důležité z hlediska cestovního ruchu, jsou prostředky poskytnuté na pořádání nejrůznějších mistrovství světa, mistrovství Evropy nebo mistrovství České republiky stejně jako různých pohárů místní i mezinárodní úrovně. Pro kraj významná sportovní atraktivita, která se uskutečnila na začátku roku 2013, bylo Mistrovství světa v biatlonu v Novém Městě na Moravě.

V grafu není zaznamenána částka, kterou kraj přislíbil poskytnout na podporu této akce, neboť by zkreslila ostatní uvedené hodnoty. Kraj se zavázal přispět na tuto významnou

lyžařskou akci částkou 15- 20 000 tis. Kč. Tyto peníze byly poskytovány průběžně, dle fakturací a potřeby pořadatelů. (Rozpočet 2013, 2002–2013)

V roce 2014 se v kraji Vysočina bude konat zimní olympiáda dětí a mládeže ČR, která přiláká nemalé množství návštěvníků. Z tohoto důvodu se pro rok 2013 a 2014 počítá s velkou investicí do sportovišť, ani tato investice není zahrnuta v přecházejícím grafu, neboť není možné prozatím odhadnout, kolik peněz bude vyplaceno v kterém roce. Částka, kterou se kraj rozhodl poskytnout, bude činit max. 11 000 tis. Kč, v rozpočtu kraje je zatím pro rok 2013 zaznamenána částka 1 500 tis. Kč, další náklady budou řešeny rozpočtovými opatřeními dle termínů fakturací.

6 SPORT NA VYSOČINĚ

Vysočina se řadí v této oblasti k regionům s velkým sportovním a rekreačním potenciálem. Českomoravská vrchovina je region, který nabízí svým návštěvníkům mnoho kopců, skal ale i řek, vodních nádrží a moderních sportovních komplexů. Je to oblast, která patří k nejzachovělejším v České republice, proto je nazývána zeleným srdcem republiky. Je to kraj drsný, krásný, plný rozmanitosti a romantiky. Každé roční období, zde přináší vyznavačům aktivního odpočinku mnoho příležitostí jak strávit svůj volný čas. Práce nyní představí možnosti aktivního strávení volného času.

6.1 Běžecké lyžování

Pro tento typ sportu a rekreačních aktivit je Vysočina jako tvořená. Rozmanitá krajina, kde se střídají kopce, pole, louky a lesy jsou využívány právě pro běžkování. Tento mírně zvlněný terén láká na Vysočinu mnoho milovníků zimních sportů. Nejznámějším střediskem běžecského lyžování na Českomoravské vrchovině je bezesporu, i díky letošnímu Mistrovství světa v biatlonu nebo Zlaté lyži, areál v Novém Městě na Moravě. (Běžky-oblasti, © 2009-2013)

Běžecské lyžování má na Českomoravské vrchovině dlouhou tradici. Hlavně Novoměstsko je tímto druhem sportu proslulé. První lyžaři se tu objevili již v druhé polovině 19. Století. V roce 1910 se tu uskutečnily první lyžařské závody. K rozvoji běžkařského sportu na Vysočině přispěli nejen slavní odchovanci, ale také výrobci lyží. Od roku 1935 jsou zde vyráběny běžky pro širokou veřejnost i vrcholové závodníky značky Sporten.

(O klubu, © 2013)

Tabulka 2: Běžecké lyžování na Vysočině

Lyžařská oblast	Délka tratí	Typ lyžování	Počet okruhů	Stav tratě
Novoměstsko + Bystřicko	140 km	klasika/ bruslení	11	strojově upravované, zasněžování
Žďársko	50 km	klasika/ bruslení	5	strojově upravované
Jihlavsko- Telčsko	120 km	klasika/ bruslení	2	strojově upravované
Železné hory	30 km	klasika	2	strojově upravované/ free zóny
Humpolecko	70 km	klasika	4	strojově upravované
Pelhřimovsko	44 km	klasika	3	strojově upravované
Třebíčsko	25 km	klasika	2	strojově upravované/ free zóny

Zdroj: zpracování vlastní, s využitím zdrojů (Turistické běžecké trasy na Novoměstsku, 2013; Ski region Žďársko, 2013; Lyžařské Jihlavsko, © 2011; Zimní běžecké trasy, © 2011; Na lyžích, © 2009)

6.1.1 Běžecké oblasti

- 1) Žďárské vrchy- Novoměstsko: Nové Město na Moravě se vyznačuje největším množstvím běžeckých tras na Vysočině. Nejoblíbenějším místem pro lyžování jsou tratě kolem Hotelu Ski v Novém Městě na Moravě a trať v lese Ochoza, na které se pořádají i závody světového poháru v běhu na lyžích. Z Města, jak se tu mu říká, se ale dá dojet až k Jimramovu, do Dalečína apod. Celková délka tras se pohybuje kolem 140 km na 11-ti okruzích. Všechny jsou upravovány skútreem pro klasickou jízdu na lyžích. Městský okruh, který měří kolem 4 km je nachystaný i pro zdatnější lyžaře, kteří si chtějí zkusit bruslení. Novoměstsko je rájem pro běžkaře, proto těm, kterým nestačí zdejších 140 km stop, jsou k dispozici další 2 stovky km tratí, které navazují na ty novoměstské, a mají možnost projet další kus Vysočiny.

Tento běžkařský areál je také nejlépe vybaven. Zázemí tvoří mnoho restaurací a stánků s občerstvením. Stejně tak, je možné si při jízdě odpočinout v některé „občerstvovací stanic“, jedná se o lavičky, informační tabule, které jsou umístěny podél stop.

- 2) Žďárské vrchy- Žďársko: Právě tady se naučil lyžovat a získal lásku k tomuto sportu známý žďárský rodák, běžkař Martin Koukal a formu na místních tratích sbírá i Martina Sábliková. Kvalitní upravované tratě vedou ze Škrdlovic, Polničky nebo Losenice a střetávají se ve Žďáře nad Sázavou. Žďársko sousedí s Novoměstskem, proto je možné po projetí 50 km zdejších tras navázat na další. I zde si své najdou amatérští a rekreační jezdci nebo závodní lyžaři.
- 3) Jihlavské vrchy: Javořice, nejvyšší vrchol Jihlavských vrchů, je také známým cílem běžkařů závodníků i amatérů. Trasy jsou upraveny od Jihlavy, Pelhřimova až po Telč. Nabízí se tu jedinečná šance dojet po turistických lyžařských stezkách až za přímo k památkám UNESCO. Spojit je tak možné aktivní dovolenou s kulturním poznáním.
- 4) Železné hory: Bohužel Železné hory jsou v tomto ohledu nejméně zasaženým regionem, ačkoli ráz krajiny přímo předurčuje k tomu, aby zde bylo běžkování zimním sportem číslo jedna a turisté se tu jen točili. Několik tratí je možné navštívit v okolí vodní nádrže Seč a na Nasavrcku, bohužel to je ale již kraj Pardubický. Mezi městy Chotěboř a Ždírec nad Doubravou pak vede 5 km dlouhá stopa podél železniční vlečky, to je ale jediná významná trať, kterou je zde možné najít.
- 5) Humpolecko: Humpolecko není příliš známé pro svoje běžkařské stopy, nachází se jich tu však více než 80 km. V případě dobrých sněhových podmínek je možné se z Humpolce dostat až k hradu Lipnice nad Sázavou či do Orlovských lesů. Výhodou Humpoleckých tras je dobré umístění v blízkosti dálnice D1, nevýhodou pak nižší nadmořská výška a tím i nižší sněhová vybavenost a kratší sezóna.

Okrajově tudy vedou i běžkařské trasy přírodního parku Česká Kanada nebo přírodního parku Polánka.

6.2 Sjezdové lyžování

Česká republika má více než 200 lyžařských areálů s více než 450 km upravovaných sjezdovek. Vysočina není zrovna typickou oblastí, kam by lidé mířili za sjezdovým lyžováním i přesto, je zde ale vybudováno několik lyžařských areálů, které poskytují kvalitní služby a servis. Důležité je, aby středisko nabízelo dostatečně dlouhou otevírací dobu, kvalitní sněhové podmínky, pokud možno i možnost technického sněhu, lanovky a vleky jak pro dospělé tak pro děti jsou samozřejmostí a to vše za příznivé ceny. V následující tabulce jsou zaznamenány lyžařské areály na Vysočině.

Tabulka 3: Lyžařská střediska na Vysočině

Sjezdovka	Náročnost	Délka sjezdovky	Ceny- 10 jízd	Počet lanovek/vleků
Ski Karasín	●●	450 m	100 Kč	1
Ski Areál Nové Město na Moravě	●	550 m	140 Kč	2+1 dětský
Ski Areál Svatá Anna u Chotěboře	●●●	150-400 m	60 Kč	1+1 dětský
Ski Areál Dalečín	●●	500-600 m	100 Kč	2+1 dětský
Ski Dědkov	●	350 m	70 Kč	1
Lyžařský areál Čeřínek u Jihlavy	●●	600 a 400 m	100 Kč	2
Skiareál Šacberk	●●	300 m	100 Kč	1+1 dětský
Ski Club Luka nad Jihlavou	●●●	600-840 m	100 Kč	1+1 dětský
Ski Mrákotín	●●	350 m	100 Kč	1
Ski Areál Nedvědice	●●●	250-420 m	77 Kč	1
Ski Areál Olešnice	●●●	450-560 m	100 Kč	1+1 dětský
Kadlečák lyžařské středisko	●	400 m	100 Kč	1
Ski Areál Svatka	●	400 m	100 Kč	1
Lyžařské vleky Jalovec	●●●	600 m	100 Kč	2
Skiareál Jimramov	●●●●●	500-800 m	180 Kč/ den	1
Skiareál Křemešník	●	370 m	83 Kč	1
Lyžařský areál Vysoká	●	420 m	90 Kč	1

Zdroj: zpracování vlastní (Zima na Vysočině,2012)

Sjezdové lyžování na Vysočině vyhledávají většinou obyvatelé regionu a čeští turisté, nicméně i tento zájem je podstatný. K nejlepším areálům patří ski areál Jimramov, který

nabízí největší počet poměrně dlouhých a kvalitních sjezdovek. Velkým nedostatkem střediska jsou chybějící vleky či lanovky. Ceny jsou tu velice příznivé. Celý den lyžování vyjde dospělého člověka na necelých 200 Kč, takovou cenu ve velkých českých střediscích nemůže nikdo čekat. Jimramov, nacházející se v blízkosti Nového Města na Moravě, je vhodný i pro milovníky skicrossu. Neznámou tu nejsou ani běžecké tratě o těch se práce bude zmiňovat později. Za zmínku stojí i Ski club Luka nad Jihlavou, který nabízí všechny obtížnosti sjezdovek, tudíž si zde každý může vybrat to své. Navíc jsou sjezdovky na poměry Vysočiny i dostatečně dlouhé. Za 10 jízd tu lyžař zaplatí pouhých 100 Kč. Pokud se turisté chtějí vydat lyžovat na Vysočinu, neměli by opomenout na nenápadné středisko Ski Karasín, jeho předností jsou hlavně náročnější sjezdovky. Nejlevněji si hosté mohou zalyžovat ve Ski Areálu Sv. Anna u Chotěboře, bohužel délka sjezdovek nebo převýšení je pro náročnější lyžaře nezajímavé. Toto středisko je vhodné spíše pro lyžaře začátečníky nebo opravdové fanoušky, kteří si na lyže chtějí alespoň stoupnout, ačkoli požitek z jízdy není takový, jaký by měl být. Ani Nové Město na Moravě nenabízí velké středisko, navíc je poměrně drahé pokud se zákazník podívá na poměr cena/sjezdovka. Ovšem Nové Město si zakládá na jiném typu lyžování, než je to sjezdové. Jak už bylo napsáno, sjezdové lyžování není to pravé ořechové, za čím turisté na Vysočině v zimním období míří. Hlavním cílem sportovních fanoušků je běžecké lyžování.

6.3 Cykloturistika

Výlety na kole jsou čím dál tím větším lákadlem pro rodiny s dětmi, zamilované dvojice i jednotlivce nebo velké skupiny přátel. Jedná se totiž o poměrně levnou formu pohybu, při které je možné poznávat okolní krajinu a zajímavosti. První cyklotrasa, která vznikla na území České republiky a byla vyznačena Klubem českých turistů (dále jen KČT), se jmenuje Greenway. Tato cyklotrasa vede z Prahy, přes Tábor a Jindřichův Hradec, pokračuje přes Znojmo až do Vídně. Česká republika je čím dál víc zajímavější pro milovníky jízdních kol, proto počty tras vhodných pro tento typ sportu neustále roste. Tato práce se bude zabývat jen těmi, které je možné najít na kopcovité Českomoravské vrchovině.

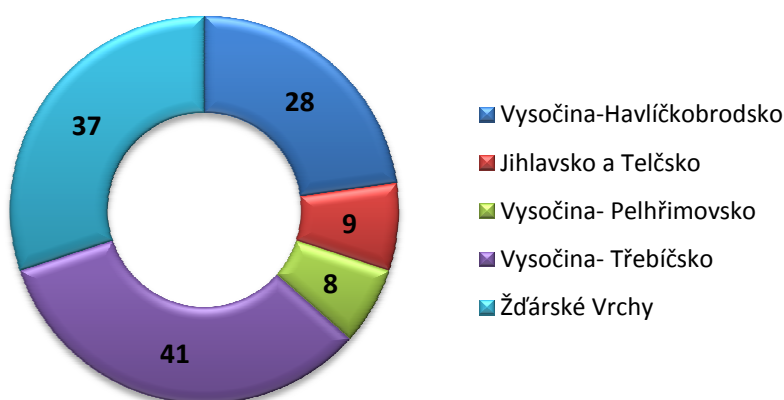
Je důležité rozlišovat cyklotrasy a cykloturistické trasy. První jmenované vedou po dobrých asfaltových cestách, místních a účelových komunikacích. Cykloturistické trasy jsou ty, které jsou vedeny terénem v polích a lesích. KČT se o obě tyto varianty stará. Zajišťuje jednotné značení tras i jejich údržbu.

Značení cyklistických tras má 2 základní varianty, v lesích a na špatně dostupných místech jsou na stromech a jiných podobných místech čtvercové značky o třech pružích shodné s těmi, které jsou používány při značení u pěší turistiky, ale základní barva zde není bílá, ale žlutá. Druhým typem značení jsou směrové tabule ve žluté barvě. Toto označení je běžnějším způsobem.

Vysočinou vedou 2 významné české cyklotrasy. Jedna z nich je Pražská, jedná se o cyklotrasu vedoucí z Prahy, přes Seč a Hlinsko v Čechách a Nové Město na Moravě do Brna, druhá se jmenuje Českomoravská, spojuje Jeseníky s Jihlavou a Slavonicemi, které jsou významnou spojkou a výchozím bodem pro mnoho dalších cyklotras. Celkový počet cyklotras a cyklostezek dle portálu vyletnik.cz, který jediný tyto stezky sčítá, se na Vysočině nachází kolem 123, z toho také vychází následující graf, který se zabývá počtem cyklotras v jednotlivých oblastech Českomoravské vrchoviny.

Počet cyklotras v kraji Vysočina

(rozdělení do jednotlivých oblastí)



Obrázek 4: Počet cyklotras v kraji Vysočina

Zdroj: zpracování vlastní, zdroj dat (Cyklotrasy, cyklostezky, 2013)

Do této práce nelze pojmout seznámení se všemi cyklotrasami a cyklostezkami na Vysočině, proto se práce pokusí o to vyzdvihnout a seznámit čtenáře s alespoň s některými. Většina cyklotras v kraji vede po komunikacích společně s dalšími motorovými vozidly. Kraj Vysočina se snaží budovat a získávat prostředky z fondů Evropské Unie na nové cyklostezky, po kterých by jezdili pouze cyklisté a zvýšila by se tím bezpečnost tohoto i atraktivita tohoto sportu na Vysočině. Lidé s dětmi nepojedou na dovolenou na kolech tam, kde

musí jezdit po silnicích, chtějí klidné a bezpečné prostředí, kde si odpočinou a nemusí se o své děti bát.

Člověk samozřejmě může na kole jet kamkoli se mu zlíbí, oficiálně se ale na Havlíčkovsku nachází 28 cyklotras. Většina z nich má svůj počátek ve větších městech jako je Havlíčkův Brod, Chotěboř, Světlá nad Sázavou nebo Ledec nad Sázavou, výjimkou ale nejsou ani menší obce a vesnice. Tyto trasy mají většinou střední nebo lehkou obtížnost. Zmíněná oblast sice není příliš rovinatá ale kopce, které se zde nachází, zvládne i méně zdatný cyklista.

V okolí Jihlavy je možné nalézt Jihlavské Vrchy, proto cyklotrasy, které se zde nacházejí, patří spíše k těm obtížnějším. Většina z nich opět začíná ve větších městech jako je již zmíněné krajské město, Telč nebo Třešť. V této oblasti je možné oficiálně nalézt pouze 9 cyklotras. Je škoda, že se jich zde nachází tak malý počet, protože Jihlava i Telč jsou významnými lákadly pro návštěvu turistů a lepší dostupnost pro cyklisty by určitě přispěla k větší návštěvnosti. Dobrá situace není ani na Pelhřimovsku, cyklotrasy tady míří do Humpolce, Pacova nebo výše zmíněného Pelhřimova.

Nejlepší podmínky pro cykloturistiku mají oblasti Třebíčska a Žďárska, dohromady tu je oficiálně možno nalézt 78 značených cyklotras. Svou obtížností jsou vhodné pro zkušené cyklisty i pro rekreační sportovce. Těmito okresy vedou i mezinárodní a důležité vnitrostátní cyklotrasy např. Mlynářská, Českomoravská, či Pražská stezka.

6.3.1 Nejznámější a nejzajímavější cyklostezky a cyklookruhy na Vysočině

Mlynářská stezka:

Začíná v Novém Městě na Moravě, protíná jihomoravský kraj a končí až v Dolním Rakousku, kde se napojuje na další cyklostezky a cyklotrasy. Trasa čítá přes více než 180 km a má tematické zaměření. Po cestě je možné navštívit více než 5 desítek mlýnů. Je možné ji rozdělit na více částí, proto je možné ji absolvovat např. i s dětmi a méně zkušenými cyklisty. (Mlynářská stezka, 2006)

Cyklookruh Havlíčkovskem:

Havlíčkův Brod- Okrouhlice- Lipnice nad Sázavou- Krásná Hora- Havlíčkův Brod.

Délka trasy je 32,4 km, není příliš náročná a ti, kteří se na ní vydají, mohou během cesty navštívit krásný hrad Lipnice nad Sázavou, který je rodištěm známého českého autora

Podoubravská cyklotrasa:

Radostín- Libice nad Doubravou- Golčův Jeníkov.

Jedná se o trasu v podhůří Železných hor, podél řeky Doubravy. Tato trasa částečně kopíruje prastarou kupeckou stezku z Čech na Moravu. Trasa je dlouhá 52 km, při jejím zdolávání je možné se ubytovat v několika kempech, např. Štíří Důl, Ždírec nad Doubravou apod. V okolí cyklotrasy je možné navštívit přírodní rezervaci údolí řeky Doubravy nebo vodní nádrž Pařížov. Cyklotrasa patří k středně obtížným. (Cyklotrasa 5127, © 2001-2011)

Okruh okolím Dalešické přehrady:

Dalešice- Stropšín- Kozlany- Koněšín- Vladislav- Čímeř- Stropěšín- Dalešice.

Trasa je dlouhá 34 km, zajímavostí tady je, při menší změně cesty, že je možné přejet část cyklotrasy na parníku přes přehradu Dalešice. Na trase se nachází i několik možností k ubytování, pro strávení dovolené na břehu této přehrady.

Podél řek Jihlavská:

Cyklotrasa má přes 42 km a lemují tok řek Brtnice a následně i Jihlavy, patří ke středně obtížným.

Přírodním parkem Třebíčsko:

Třebíč- Trnava- Nárameč- Hodov- Nesměř- Oslava- Budišov- Nárameč- Třebíč.

Tímto parkem vedou 2 cyklostezky různé obtížnosti, proto si každý může vybrat, kterou chce projet. Trasy jsou dlouhé cca 40 km.

6.4 Pěší turistika

Klub českých turistů udržuje na území České republiky hustou a propracovanou síť turistických značek. Toto naše značení pěších turistických tras patří k nejlepším a nejdelším v Evropě. Vysočina je rájem pro pěší turistiku, její geomorfologické rozložení přímo vybízí ke krátkým procházkám nebo dlouhým a únavným túrám. Právě tento druh aktivity na Vysočinu během letních měsíců láká nemalé množství turistů. Dovolená strávená u některé z vodních nádrží Dalešice, Vír, Velké Dářko a jiných, protkaná pěšími túrami po krásné krajině, jsou vyhledávaným cílem.

I z tohoto důvodu se kraj snaží podporovat a zlepšovat stav místních tras. V roce 2013 kraj Vysočina vyčlenil celkem 300 tis. Kč KČT na podporu, obnovu a údržbu cyklotras a hlav-

ně turistických tras. Důležitá je hlavně kontrola a doplnění značení. Na Vysočině neustále probíhá celkem intenzivní těžba dřeva, stromy jsou káceny bez ohledu na to, zda se na nich nachází turistické značky, proto je třeba je doplnit a zkontrolovat. Částka, kterou na tuto činnost kraj uvolní, pokryje náklady s tím spojené, do kterých patří materiál a drobná odměna pro členy KČT, kteří tuto práci vykonají. (Kasalová, 2013)

Na Českomoravské vrchovině se nachází cca 1000 km pěších turistických tras. Mezi nejnovější turistické trasy patří např. Naučná stezka Bohuslava Rejnka, která vede z Havlíčkova Brodu nebo naučná stezka Jana Zrzavého, čítající celkem 22 km se startem v Okrouhlici.

Na Vysočině se nachází velké množství turistických tras. Podél těchto tras nebo v centrech měst, které jsou výchozími body pro mnohé výlety, se nachází i množství ubytovacích zařízení, ve kterých mohou lidé strávit svůj volný čas a relaxovat.

Níže, jsou uvedené příklady turistických tras. V příloze této práce jsou pak přiloženy další ukázky pěších turistických tras na Vysočině. (Trasy Českomoravská vrchovina, © 2007-2013)

6.4.1 Neznámější a nejzajímavější turistické trasy na Vysočině

Naučná stezka údolím řeky Doubravy:

Údolí řeky Doubravy se nachází v chráněné krajinné oblasti Železné hory, stezka je středně náročná, ale turisté zde mohou vidět množství zajímavých geomorfologických jevů i typických rostlin a živočichů. Trasa je dlouhá 4,5 km a vede hlavně po skaliscích a v lese. Údolí je vhodné i pro milovníky horolezectví.

Na lesní hrad Roštejn:

Tato 5 km dlouhá trasa vede ke krásnému lesnímu hradu Roštejn. Kromě aktuální expozice zde návštěvníci mohou vystoupat na stále přístupnou hradní věž, ze které je vidět do širokého okolí.

Kolem Nového Města na Moravě je fajn i v létě:

Tratě v zimě upravené pro milovníky běžkaření se v létě mění na turistické trasy. 15 km dlouhá, značená cesta vede pod Bílou Skálu k rybníku Sykovec a zpátky do Nového Města na Moravě.

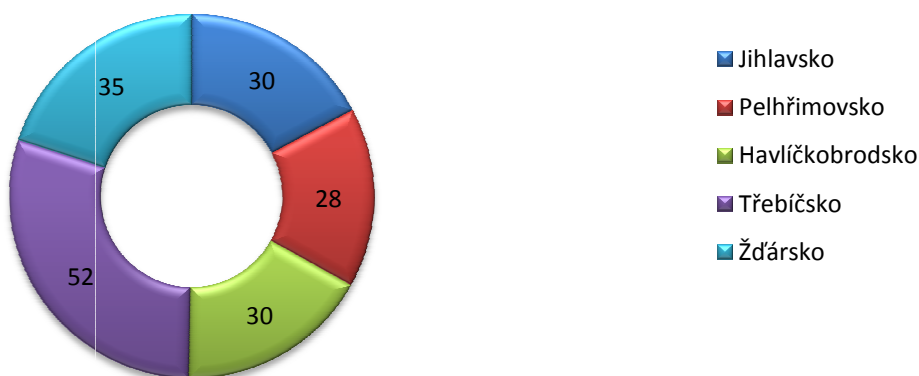
6.5 Hipoturistika

Jezdecká turistika se v současné době stává čím dál populárnější. V roce 2011 bylo na Vysočině otevřeno více než 860 km nových jezdeckých tras, které navazují na tratě vedoucí z Pardubického kraje a pokračují dále do Jihočeského kraje. Tyto hipotrasy, jak se jim také říká, doplňují širokou síť turistických a cyklistických tras. (Vysočina nabízí už 860 km jezdeckých stezek, 2011)

Pro značení tras je využívána metodika KČT. Značky jsou čtvercové s bílým podkladem, uprostřed se nachází barevné kolečko. Značky se umísťují do výšky očí koně.

Síť stezek, na kterých mohou návštěvníci prohlížet okolní krajinu z koňského hřbetu je obklopena více než 170 jezdeckými stanicemi, které poskytují nejrůznější doplňkové služby koním i jezdcům. Hlavní službou, která bohužel, zatím není příliš rozšířená, je možnost si koně zapůjčit, samozřejmě, je ale nutné mít s sebou zkušený doprovod. Následně stanice poskytují služby jako je ubytování, stravování nebo ustájení vlastního čtyřnohého doprovodu.

Počet koňských stanic v jednotlivých okresech na Vysočině



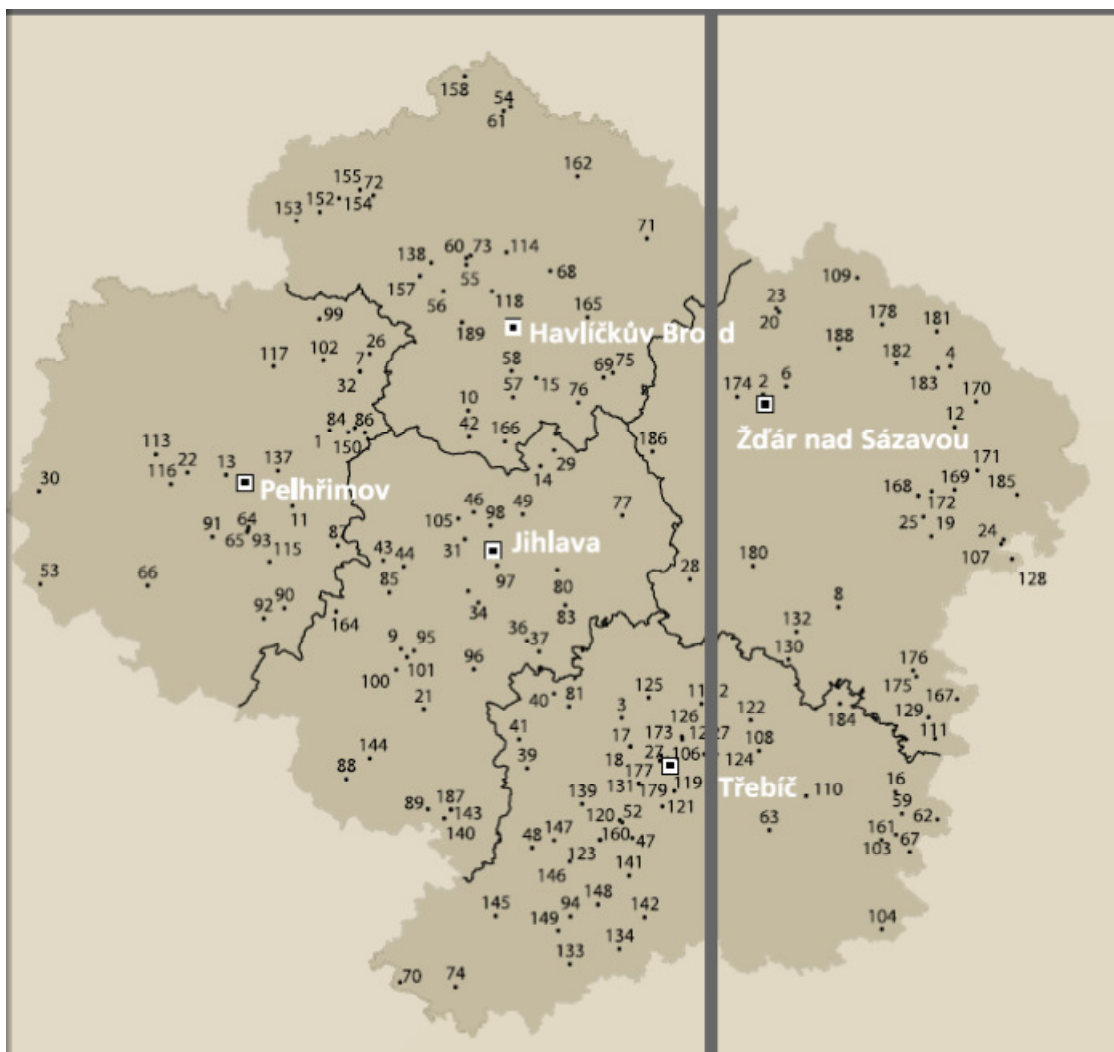
Obrázek 5: Počet koňských stanic v jednotlivých okresech na Vysočině

Zdroj: zpracování vlastní, s využitím zdrojů (Krajský úřad Vysočina, Koňské stanice na Vysočině, 2011)

Koňské stanice se dělí do 3 kategorií:

1. Kategorie: Jedná se o ubytování typu penzion pro jezdce, samozřejmě je ustájení koní v boxech. Tento typ zařízení většinou poskytuje i stravování nejen pro turisty, ale i pro koně.

2. *Kategorie:* Pobyt pod střechou je většinou realizován jen pro jezdce, pro koně bývá připraveno kvalitní ustájení venku.
3. *Kategorie:* Nepříliš kvalitní ubytování nebo ubytování venku, ve stanech. Pro koně zde není nejvhodnější prostředí. Vyhledávány bývají hlavně pro svou cenu. Při jednodenním přespání není problém tyto podmínky vydržet. (Krajský úřad Vysočina, Koňské stanice na Vysočině, 2011)



Obrázek 6: Mapa koňských stanic na Vysočině

Zdroj: Krajský úřad Vysočina, Koňské stanice na Vysočině, 2011

„Vybudování sítě hipotras“, tak se jmenoval projekt realizovaný Klubem českých turistů, díky kterému vznikla na Vysočině hned po Středočeském kraji nejširší nabídka jezdeckých tras v České republice. Projekt byl financován z Regionálního operačního programu Jihovýchod (dále jen ROP Jihovýchod) spolufinancovaného Evropskou Unií, konkrétně z Evropského fondu pro regionální rozvoj. Celkové náklady na akci činily 2,8 mil. Kč.

Kraj se na této investici podílel 8 %, zbytek byly dotace z ROP Jihovýchod a dotace státu. (Vysočina nabízí už 860 km jezdeckých stezek, 2011)

6.6 Ostatní sporty

Na Vysočině si své najdou i milovníci dalších sportů mezi nejznámější patří adrenalinové aktivity jako např. horolezectví či vodáctví.

Na Českomoravské vrchovině jsou sjízdné řeky Jihlava, Doubrava, Svratka a hlavně mezi vodáky velice oblíbená Sázava. U všech řek jsou důležité klimatické podmínky a dostatečné množství srážek. Pro vyhledavače tohoto sportu je nejpopulárnější řeka Sázava, na které se propouští přes dvoje krásné peřeje, jedny z nich se nazývají Svořidla, jedná se o jeden z nejkrásnějších úseků tohoto vodního toku. K adrenalinu přispívá i množství jezů, které na řece jsou, ne všechny jsou ale sjízdné. Voda na řece Sázavě není propouštěna z žádné velké nádrže, jako je tomu např. u nejdelsí české řeky Vltavy, která je regulována Lipnem, proto je zde vše závislé na počasí a dešti. Nejprůhodnější je sjíždět Sázavu na jaře. Nevýhodou této řeky je její ne-přílišná čistota a malé množství a výběr tábořišť a kempů. (Vodácké trasy, 2006–2013 ©)

Mezi adrenalinové sporty na Vysočině řadíme i horolezectví. Nejoblíbenějším místem pro nadšence tohoto sportu jsou Žďárské vrchy. Právě na těchto skalách tráví horolezci podstatnou část léta, některé skály, např. Drátník, Čtyři palice, Pasecké skály nebo nejvyšší vrchol Devět Skal, je možné slaňovat po celý rok i v zimě. V roce 1940 byly objeveny tyto skály pro horolezectví. O třicet let později, se Žďárské vrchy staly chráněnou krajinnou oblastí, tudíž se převážná většina skal stala chráněným přírodním výtvorem. (Horolezectví-Žďárské vrchy, 2005)

Druhým místem kam míří, horolezci je údolí řeky Doubravy. Pro lezení je zde vhodných asi 30 skal, z nichž jedna dosahuje výšky až 30 m. Nevýhodou u tohoto druhu sportu je chybějící zázemí. Nikde v blízkosti těchto přírodních „areálů“ se nenachází ani kempy na přespaní. Turisté často spí v lesích a na loukách.

7 NÁVRHY NA ZVÝŠENÍ NÁVŠTĚVNOSTI KRAJE

Region Vysočina, opomenuli osoby, které mají bydliště v této krásné kopcovité oblasti, plné čerstvého vzduchu, rozmanité přírody a nesčítelným množstvím kulturních architektonických památek, je často zapomínán.

Pokud se otážete lidí z jiných regionů, co ví o kraji Vysočina nebo Českomoravské vrchovině odpoví Vám, že je to zemědělská oblast, plná kopců, lesů a nepříznivého počasí s větrem vanoucím 360 dnů v roce. Při hlubším zamyšlení nebo ti vzdělanější si pak vzpomenu na krajské město Jihlavu a na některou z památek UNESCO, vyjmenovat je všechny 3, ale zvládne málokdo.

Vysočina je krásný region v srdci České republiky, který oplývá množstvím lákadel a atraktivit, které ale nejsou dostatečným způsobem propagovány. Je málo lidí, kteří je znají nebo jsou natolik navnaděni jejich jedinečností a atraktivností, že je opravdu přijedou navštívit.

V dnešní době, kdy lidé mají hluboko do svých kapes anebo nemají, ale peníze schovávají na horší časy je skvělá příležitost pro region, jako je Vysočina, lákat lidi na levnou rodinnou dovolenou v centru České republiky, kde najdou klid, relaxaci i aktivní odpočinek. Neustále roste poptávka po volnočasových aktivitách, je to relativně levná forma dovolené.

Vysočina má skvělou geografickou pozici, středem jí protíná nejfrekventovanější dálnice D1 a do Prahy i Brna to je kolem 100 km.

7.1 Propagace

Českomoravská vrchovina je propagována na portálu region-vysocina.cz. Je to turistický průvodce, který nabízí seznámení s mnoha zajímavostmi Vysočiny a to nejen přírodními, ale i stavebními a kulturními. Není to nejpřehlednější webová stránka, kterou jsem kdy navštívila. Chybí zde vyhledávač a plánovač konkrétních tras a navštívených míst. Portál nabízí jen vybrané produkty, které se někdo rozhodne momentálně propagovat. Když člověk navštíví tuto webovou stránku, měl by mít možnost zadat do vyhledavače, kam chce jet a jakou oblast Vysočiny chce navštívit. A následně by se mu měla zobrazit nabídka, kterou oblast poskytuje. To by mělo být zajištěno rozdělením kraje alespoň na 5 okresů, lépe na místní ORP. Následně by měl mít možnost zadat profil dovolené, jakou chce ve zdejším regionu strávit nebo cíl, za kterým jede. Pokud se hovoří o profilu dovolené, mělo by zde být na výběr od poznávacích pobytů, přes pobytové, relaxační, aktivní dovolené,

dovolenou pro rodinu, dovolenou bez bariér apod. a tipy na tyto dovolené a navštívená místa. Tohle všechno je pro výběr rekreace důležité. Na stránkách je možné si najít to, co hledáme pomocí otázek „Kde přespat?“, „Co dělat?“, „Co vidět?“ „Co se děje?“. Tyto informace se nachází v panelu na pravé straně webu, jsou nepřehledné a těžko se v nich orientuje, doporučila bych proto snadné rozklikávací záložky, kdy se návštěvník na internetových stránkách rychle zorientuje a najde to, co potřebuje. Stávající systém je dle mého názoru kontraproduktivní. Návštěvníky stránek rychle přestane bavit hledání, pokud nenajdou přes 5 odkazů a záložek to, co je zajímá. Pokud najdou to, co hledají, je to jen útržek z toho, co daná oblast nabízí a ne komplexní služby.

S propagací souvisí i návštěvnost a využívání turistických informačních center (TIC). Často jsou využívány pro úplně jiné činnosti, které nejsou předmětem cestovního ruchu, a jejich návštěvnost je v některých městech strašně nízká.

7.1.1 Propagace v médiích

Za vhodnou formou reklamy a prezentace kraje považuji i propagaci v médiích, ať už místních či celonárodních. Tato reklama by měla zaznít hlavně v rozhlasovém vysílání, doporučuji rádia s největší poslechovostí, to znamená např. Impuls, který byl pro loňský rok nejposlouchanějším rádiem s 1 mil. posluchačů denně nebo Frekvenci 1, či Evropu 2. Reklama v těchto médiích není nejlevnější záležitostí, za 30 sekundový spot rádia požadují v průměru 1000 Kč, cena se hodně liší dle vysílací doby. Účinek této reklamy je však evidentní. Kraj by měl lákat nejen na svou největší přednost, kterou je čisté životní prostředí, ale také na své největší atraktivity, jako jsou památky UNESCO, Jihlavská Zoo nebo množství kvalitních cyklistických, jezdeckých a pěších tras.

Ani na reklamu v tištěných médiích by se nemělo zapomínat, výhoda této reklamy je vizualizace atraktivit, díky poutavým fotografiím a obrázkům je možné nalákat mnoho návštěvníků. Vyhnula bych se místním, regionálním deníkům, reklamu by bylo vhodné umístit do regionálních deníků ostatních krajů.

Vhodnou formou propagace jsou i bannery na místech, která jsou typická pro setkávání lidí. Jako příhodné bych viděla nákupní střediska, vlaková nádraží nebo autobusy.

Jako důležité pro všechny druhy reklam, vidím vybudování loga, značky a hlavně sloganu, který lidi zaujme, bude vtipný a lehce zapamatovatelný, vystihující kraj Vysočina.

7.1.2 Facebook

O tom, že návštěvnost stránek a zájem o to poznávat Vysočinu je nízký svědčí i stránky na Facebooku (dále jen FB). Výše zmiňovaný Turistický průvodce Vysočinou na svých stránkách odkazuje na tuto sociální síť, kde má vytvořený vlastní profil nazvaný Dovolena na Vysočině. Celkový počet „liků“, to znamená přihlášených lidí k této stránce, je 155. Nízký počet návštěv této stránky přikládám malé propagaci ze strany Vysočina Tourism, která se stará o marketing a rozšiřování povědomí o tomto kraji. Myslím, že by měl být odkaz na tuto stránku více šířen v propagačních materiálech, u článků které Vysočina Tourism vydává i u všech prezentací, které předkládá ke zhlédnutí na různých veletrzích a akcích na podporu turismu. Dle mého názoru, by bylo vhodné zavést zde i soutěže pro lidi, kteří na tuto stránku zavítají. Např. měsíc, ve kterém bude každý den zveřejněna otázka týkající se Vysočiny, nejčastěji správně odpovídající získá cenu věnovanou buď aktéry, kteří na této stránce prezentují svou nabídku nebo přímo organizací Vysočina Tourism. Je spousta zařízení, které lákají turisty pomocí příspěvků na této stránce, aby přijeli právě k nim. Organizace Vysočina Tourism by je měla stmelit, a dohromady se snažit o zatraktivnění a větší zájem. Motivovat potenciální návštěvníky k tomu, aby se o kraj zajímaly, nejrůznějšími pobídkami.

7.2 Ubytování

Pokud se práce zaměří na ubytovací zařízení na Vysočině při porovnání s ostatními regiony, Vysočinu navštěvuje podprůměrný počet cizinců. Obecně i využití ubytovacích kapacit je celorepublikovým průměrem. Hotely, penziony a jiné ubytovací kapacity by se měly zaměřit hlavně na kvalitu služeb, které poskytují. Tato kvalita je často velice rozdílná i přesto, že za ubytování zaplatíte stejnou cenu ve 3 různých hotelích, které by měly poskytovat servis na stejné úrovni. Tím se dostáváme k tomu, že na Vysočině je velký nedostatek certifikovaných ubytovacích zařízení. Hotely jsou navíc nejen kvalitativně, ale i kapacitně nedostatečné a mnohým z nich by prospěla rekonstrukce, tato modernizace by se neměla vyhnout ani gastronomickým zařízením. Hotelům bych doporučila i zaměření se na komplexní zajištění služeb nebo balíčkové produkty, které by poskytovaly rodinám. To znamená stravování v hotelu, půjčovny kol, poskytování map okolí, relaxační služby apod.

7.3 Sjezdové lyžování

Pokud se zaměříme na oblast sportu a konkrétního vyžití na Vysočině i zde mají zařízení rezervy a prázdná místa, která je možné zaplnit.

Nejprve bych se zmínila o lyžařských střediscích na Vysočině, které jsou navštěvovány s cílem zalyžovat si na sjezdovkách. V kraji je sice mnoho kopců, ale nedosahují výšky, jakou mají hory v pohraničních oblastech, proto nejsou turisty příliš vyhledávány. Zkušený lyžař, který si chce zajezdit na dlouhých kopcích s kvalitním sněhem, zázemím i doprovodnými službami, nepojede na Vysočinu. Jak sem tedy nalákat turisty?

Střediska by se dle mého názoru měli zaměřit na rodiny s dětmi. Pro děti jsou mírné kopce jako dělané, můžou se na nich naučit lyžovat a získat lásku k tomuto druhu sportu. Navíc oproti velkým horským střediskům, vyjde lyžování na Českomoravské vrchovině na malý peníz, a to v době krize není zanedbatelná výhoda. Bohužel příležitosti v této oblasti si většina majitelů a provozovatelů ski areálů ještě nevšimla. Na Vysočině se nachází 17 lyžařských středisek, pouze 1/3 z nich nabízí služby pro rodiny s dětmi, to znamená alespoň dětský vlek. O dětských lyžařských školách nemluvě, tu neprovozuje žádné z nich. Střediska by mohla nabízet zvýhodněné lyžování pro rodiny s dětmi, případně v ceně např. 2 hod s lyžařským instruktorem pro jejich potomky. Při lepší propagaci by se mohla zvýšit návštěvnost těchto areálů a díky tomu by do nich přitekly i tolik potřebné finance na jejich zkvalitnění a rozšíření. Mnoho areálů disponuje ještě se starými vleky typu poma nebo kotva, kterou si při troše štěstí lyžaři nemusí vozit přivázanou kolem pasu při sjíždění kopce.

7.4 Hipostezky

Další aktivitou, která by na Vysočině měla být rozšířená, jsou jezdecké stezky. O jejich existenci ví relativně málo lidí. Propagace nově otevřených tras na Českomoravské vrchovině není příliš velká a jejich využití také není takové, jaké by mělo být. Penziony a jezdecké stanice podél těchto hipotras, by se mohly zaměřit na teambuildingové akce, na rekreační soustředění dětí, seniorů apod. Nebo by tyto stanice mohli spolupracovat s cestovními kanceláři zaměřenými na tuzemsko a poskytovat zájezdy pro pokročilé jezdce. Je důležité přilákat turisty a s nimi i jejich peníze.

7.5 Cykloturistika

V oblasti cykloturistiky je Vysočina velice zajímavým regionem, který má dostatečné značení i doprovodné služby, v podobě restaurací a občerstvovacích stanic podél cest. Co chybí, je větší kooperace měst a obcí s krajem i KČT o budování krátkých cyklostezek podél měst a v jejich okolí. Tyto cyklostezky jsou vhodné i hlavně pro místní obyvatele nebo milovníky in-line bruslí.

Vylepšení v oblasti cykloturistiky by mělo následovat na Mlynářské stezce, jedná se o jednu z nejfrekventovanějších tras na Vysočině. Je třeba doplnění a zlepšení značení na této stezce vedoucí až do Dolního Rakouska.

O cyklisty se moc nestarají ani města. Vybudování sítě úschoven kol alespoň ve větších městech jako je Jihlava, Třebíč, Telč, Havlíčkův Brod, Žďár nad Sázavou, kam se lidé sjíždí za památkami a další kulturou by mělo být jednou z priorit. Turisté, kteří do těchto lokalit zamíří, požadují určitý komfort, který by jim města měla nabídnout, pokud chtějí, aby se u nich návštěvník zdržel co nejdéle a hlavně se zase vrátil.

Na Vysočině bych také navrhla zavést cyklodopravu, která zde neexistuje. Síť cyklobusů by fungovala hlavně v letních měsících, ideálně od dubna do října. Tato doprava by sloužila nejen návštěvníkům kraje, ale také místním milovníkům cyklistiky, kteří by měli možnost se z jednoho kraje Vysočiny dostat na druhý a prozkoumat krásy celého regionu nikoli jen blízkého okolí. Službu by jistě využily i rodiny s dětmi, které chtějí aktivně strávit svou dovolenou a také se někam podívat. Jejich děti by přejezd přes celý kraj a zpět nezvládly.

7.6 Ostatní sporty

Příležitosti jsou i v oblasti vodní turistiky. Zajistit čistotu vodních nádrží a splavných řek na Vysočině by mělo být jedním z prvořadých cílů. Je nesmírná škoda, že na Sázavě není po celé léto dostatek vody, přitáhlo by to větší množství vodáků rovnoměrně rozdělených do celé sezóny. Napravit by se měli i nedostatky v oblasti tábořišť a kempů. Oproti jiným řekám zde chybí ubytování v Ledči nad Sázavou nebo ve Světlé nad Sázavou. Je to velká škoda, protože např. v Ledči nad Sázavou je krásný hrad, často využívaný filmaři pro jejich pohádky, kterému by se zvýšila návštěvnost, díky možnosti ubytování vodáků v tomto městě. Najít louku, postavit na ní toalety a kiosek, kde si budou moci dát vodáci pivo a malou večeři by neměl být problém ani příliš velká investice, proto si myslím, že by to mělo být realizováno. Podpora města bude jen vítána.

Kempy chybí i v oblastech, kde se setkávají horolezci. Ti často musí spávat pod širým nebem, v lese. Např. v údolí řeky Doubravy se horolezců schází velké množství, pokud nechtějí spát venku, musí si návštěvníci najít penzion nebo hotel, ve kterém mohou přenocovat. Doplnění poskytovaných služeb o místo pro stany by určitě mnoho turistů ocenilo.

7.7 VysočinaCard

Na Vysočině již existuje projekt zvaný „Rodinné pasy“, který je určen pro rodiny s dětmi se stálým bydlištěm na Českomoravské vrchovině a zabývá se slevami, poskytovanými hlavně na sportovní akce, kulturu a nákupy oblečení a elektroniky. V rámci vylepšení tohoto projektu, by stálo za zmínku rozšířit služby i pro skupiny přátel nebo páry, kde by i pro ně byly poskytovány tyto slevy. A oni mohli opakovaně za zvýhodněné ceny a služby navštěvovat atrakce jako je Aquapark Vodní ráj v Jihlavě, Zoo Jihlava nebo Westernové městečko Šiklův Mlýn, které jsou vyhledávanými cíli.

Jako vhodným nápad mi přijde i zavedení benefičního programu pro návštěvníky, kteří na Českomoravskou vrchovinu zavítají z jiných koutů České republiky. Tento projekt by se mohl jmenovat např. VysočinaCard. Něco podobného funguje i v jiných krajích u nás (př. Severočeský kraj) nebo v zahraničí (Slovensko- LiptovCard). Tato karta by propojovala nejrůznější organizace a poskytovatele služeb od ubytovacích a stravovacích zařízení, po cenová zvýhodnění při vstupu do nejrůznějších muzeí a galerií, či návštěvu kulturních památek, koncertů, festivalů na Vysočině. Systém karet by mohl být následující. Provozovatelem této služby by dle mého názoru mohla být organizace Vysočina Tourism, která karty bude vydávat a distribuovat za podpory kraje Vysočina. Karta by měla být vydávána na určité období a měla by být zpoplatněná. Turisté a návštěvníci by ji měli mít možnost získat při ubytování v některém z hotelů, penzionů či kempů na Vysočině, které by byly zapojeny do této akce. Poplatek za kartu by ubytovatelé vybírali spolu s rekreačním poplatkem. Cena by měla být minimální, např. 50 Kč/osoba. Tento krok, by dle mého názoru, pomohl hlavně k návratnosti turistů do kraje Vysočina. Nižší cena ze vstupného při první návštěvě by měla být kompenzována vyšší návštěvností a hlavně opětovným návratem turistů, kteří by navštívili během určitého časového období více atraktivit v tomto krásném kraji.

7.8 Ostatní nedostatky a návrhy na zlepšení

Jako jednu ze slabin vidím také špatný technický stav některých kulturních a historických památek a omezení toku finančních prostředků na jejich opravu a rekonstrukci. Dalším nedostatkem jsou chybějící veřejné toalety v turisticky atraktivních lokalitách, případně podél rušných cyklistických a turistických stezek.

V oblasti přírody a životního prostředí, je kraj ohrožen také vysokou aktivitou ochránců přírody, kteří se snaží o co nejmenší zásah do přírody, tudíž bojují proti velkému množství turistů ve volné krajině.

ZÁVĚR

Cestovní ruch v dnešní době patří k nejrychleji se rozvíjejícím odvětvím ekonomik. Právě jeho rozmach dává nové příležitosti nejen podnikům a poskytovatelům služeb cestovního ruchu, ale i jejich konzumentům, tedy návštěvníkům a turistům.

Z analýzy rozvoje cestovního ruchu na Vysočině, kterou bakalářská práce zpracovává, vyplývá, že tento region má velké předpoklady a potenciál k tomu, aby se stal vyhledávanou destinací pro trávení aktivní dovolené, relaxace a odpočinku. A to vše hlavně díky své ideální poloze, čistému vzduchu a množství nabízených služeb a atraktivit, protože to své si zde může najít opravdu každý.

Region nabízí celoroční vyžití v oblasti sportu i kultury. Vysočina má oproti ostatním krajům výhodu 3 nádherných památek na seznamu světového dědictví UNESCO, které jsou návštěvníkům k dispozici po celý rok. Stejně tak přístupné jsou i sportovní aktivity. Přes léto je pro návštěvníky k dispozici mnoho cyklotras nebo jsou zde k dispozici stovky kilometrů značených peších tras, po kterých se turisté mohou procházet. V zimě si tu své najdou zase milovníci sněhu. Díky vyšší nadmořské výšce kraje je v regionu sníh pravidlem a jeho nedostatek nehrozí. Pro rodiny s dětmi jsou vhodné místní sjezdovky. Pro běžkaře je zde za podpory kraje udržováno množství okruhů a stop.

Cílem mé práce bylo analyzovat stav regionu v oblasti cestovního ruchu zaměřené na návštěvnost a sportovní vyžití. Ačkoli to vypadá, dle přechozího textu, že Vysočina má všeho dostatek a vše je v naprostém pořádku jen se čeká na návštěvníky opak je pravdou. Proto v práci vznikla tzv. návrhová část, ve které zmiňuji nedostatky a dávám podněty na opatření, která by byla vhodná provést ke zvýšení návštěvnosti a většímu využití potenciálu kraje.

Mezi větší nedostatky kraje bránící mu v rozvoji patří nedostatečné vybavení regionu ubytovacími zařízeními vyšší kategorie, tzn. 4* a více nebo chybějící kempy podél splavných řek. Nedostatečná a nekvalitní je i propagace kraje na sociálních sítích, v rozhlasových prostředcích či tištěných médiích. Dobrý marketing nebyl ani při prezentaci vybudování rozsáhlé sítě jezdeckých tras a koňských stanic. Tato akce nebyla prezentována na celonárodní úrovni, ačkoli se očekává, že do kraje budou za touto atrakcí jezdit hlavně návštěvníci z jiných krajů či zemí. V oblasti cyklistiky, navrhuji vybudování úschoven kol ve větších městech nebo zavedení cyklodopravy v rámci regionu Vysočina.

Jako aktuální a vhodný krok vidím i zavedení benefitního programu, který by se mohl jmenovat VysočinaCard, pro návštěvníky kraje, spočívající v poskytování slev a výhod. Tento program by slučoval jednotlivé poskytovatele služeb na Vysočině. Hlavním cílem je přilákání návštěvníku do regionu znovu a tím i zvýšení návštěvnosti.

Jistě by bylo možné nalézt ještě další opatření a návrhy, záleží na názoru a nápadu každého z nás. Práci jsem se snažila vypracovat zodpovědně, dle svého nejlepšího svědomí a vědomí. Tudíž cíle, které jsem si na začátku stanovila, považuji za splněné.

SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

1. APLIKACE V REGIONÁLNÍ A SOCIÁLNÍ GEOGRAFII, © 2009: Bytová výstavba Vysočina- ORP. © 2009. Dostupné z:
<http://aplikacergsg.sci.muni.cz/pruvodce-daty-a-jejich-zdroji/obyvatelstvo-3>
2. Běžky- oblasti, © 2009-2013: Ždárské vrchy-Novoměstsko. Kamzasnhem.cz: Sněhové zpravodajství od lyžařů pro lyžaře [online]. © 2009-2013 [cit. 2013-04-28]. Dostupné z: <http://www.kamzasnhem.cz/bezky/vysocina/nove-mesto-na-morave>
3. Cestovní ruch, 2013: Časové řady. Český statistický úřad v Jihlavě: Statistiky [online]. 2013, 12.4. 2013 [cit. 2013-04-27]. Dostupné z:
http://www.czso.cz/x/krajedata.nsf/oblast2/cestovni_ruch-xj
4. CYKLISTÉ VÍTÁNI, © 2005 - 2011. Certifikace Cyklisté vítáni [online]. © 2005 - 2011 [cit. 2013-04-26]. Dostupné z: <http://www.cyklistevitani.cz/o-nas.aspx>
5. Cyklotrasa 5127, © 2001-2011 . Mikroregion Podoubraví [online]. © 2001-2011 [cit. 2013-04-28]. Dostupné z: <http://www.podoubravi.cz/cz/turistika-sport-priroda-podoubravi-doubrava/cyklotrasy/cyklotrasa-5127.html>
6. Cyklotrasy, cyklostezky, 2013. Výletník.cz: Trasy- Mapy- Ubytování [online]. 2013 [cit. 2013-04-28]. Dostupné z:
<http://www.vyletnik.cz/cyklotrasy/ceskomoravska-vrchovina/>
7. Didaktické podklady, © 2005-2013: Turistický potenciál regionů. CzechTourism [online]. © 2005-2013 [cit. 2013-04-27]. Dostupné z:
<http://www.czechtourism.cz/didakticke-podklady/2-turisticky-potencial-regionu/>
8. DROBNÁ, Daniela a Eva MORÁVKOVÁ, 2004. Cestovní ruch: pro střední školy a pro veřejnost. Vyd.1. Praha: Fortuna, 2004, 205 s. ISBN 80-716-8901-7.
9. Horolezectví- Údolí řeky Doubravy u Chotěboře. InfoČesko [online]. 2004, 26.4.2004 [cit. 2013-04-29]. Dostupné z:
<http://sport.infocesko.cz/content/vysocina-lezectvi-horolezectvi-udoli-doubravy-u-chotebore.aspx>

10. Horolezectví- Žďárské vrchy. InfoČesko [online]. 2005, 20. 10. 2005 [cit. 2013-04-29]. Dostupné z: <http://sport.infocesko.cz/content/vysocina-lezectvi-horolezectvi-zdarske-vrchy.aspx>
11. KASALOVÁ, Zdeňka. Kraj posílá peníze na obnovu turistického značení. In: Kraj Vysočina [online]. 2013, 22. 1. 2013 [cit. 2013-04-29]. Dostupné z: http://www.kr-vysocina.cz/vismo5/dokumenty2.asp?id_org=450008&id=4048929
12. Kongresový cestovní ruch, 2009. [online]. 2009 [cit. 2013-04-27]. Dostupné z: http://www.cot.cz/data/cesky/00_09/9_stat_1.htm
13. KRAJSKÝ ÚŘAD VYSOČINA, 2012. Koňské stanice v kraji Vysočina. Vysočina Tourism, Informační brožura. Jihlava, 2012, 92 s. Dostupné z: <http://www.region-vysocina.cz/konske-stance-na-vysocine-cx185>
14. Lyžařské Jihlavsko, © 2011. [online]. © 2011 [cit. 2013-04-28]. Dostupné z: <http://www.lyzarskejihlavsko.cz/>
15. MALÁ, Vlasta, 2002. Základy cestovního ruchu. Vyd. 1. V Praze: Vysoká škola ekonomická v Praze, 2002, 97 s. ISBN 80-245-0439-1.
16. Mapa turistických regionů a oblastí. CzechTourism: Regiony [online]. © 2005-2013 [cit. 2013-04-29]. Dostupné z: <http://www.czechtourism.cz/regiony/mapa-turisticky-regionu-a-oblasti/>
17. MARIOT, Peter, Milan HOLEČEK a Miroslav STRÍDA, c1999. Zeměpis cestovního ruchu: příručka průvodce cestovního ruchu. Praha: Nakladatelství České geografické společnosti, c1999, 99 s. ISBN 80-860-3439-9.
18. Mlynářská stezka, 2006. [online]. 2006-03-15 [cit. 2013-04-28]. Dostupné z: <http://www.mlynarskastezka.cz/>
19. Moravské vinařské stezky, © 2006: Karel Svoboda- Vinný sklep na Vyšicku. Cyklostezky v okolí- Vinný sklep na Vyšicku [online]. © 2006 [cit. 2013-04-27]. Dostupné z: <http://www.vinny-sklep.com/okoli/cyklostezky.htm>
20. Na lyžích. Informační server města Pelhřimov, © 2009. [online]. © 2009 [cit. 2013-04-28]. Dostupné z: <http://www.pelhrimovsko.cz/cz/109-75-turisticke-programy/na-lyzich.htm>

21. O klubu. Sportovní klub Nové Město na Moravě, © 2013. [online]. © 2013 [cit. 2013-04-28]. Dostupné z:
<http://www.sklnmnm.cz/index.php?nid=10817&lid=cs&oid=2525871>
22. O organizaci, © 2008. Vysočina Tourism, příspěvková organizace [online]. © 2008 [cit. 2013-04-27]. Dostupné z:
http://www.vysocinatourism.cz/index.php?akce=slozka&id_slozka=1
23. PALATKOVÁ, Monika a Jitka ZICHOVÁ, 2011. Ekonomika turismu: turismus České republiky : vymezení a fungování trhu turismu, přístupy k hodnocení významu a vlivu turismu, charakteristika turismu České republiky. 1. vyd. Praha: Grada, 2011, 205 s. ISBN 978-80-247-3748-5
24. Památky na seznamu světového kulturního a přírodního dědictví. In: České noviny: zpravodajský server ČTK [online]. 2011 [cit. 2013-04-29]. Dostupné z:
http://www.ceskenoviny.cz/tema/index_img.php?id=201215
25. PÁSKOVÁ, Martina a Josef ZELENKA, 2002. Výkladový slovník cestovního ruchu. Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj, 2002, 448 s. ISBN 80-239-0152-4.
26. Rozpočet 2013, 2002–2013. Kraj Vysočina: Krajské finance [online]. 2002–2013 [cit. 2013-04-27]. Dostupné z: <http://www.kr-vysocina.cz/rozpocet-2013/ds-302326/archiv=0&p1=7199>
27. RYGLOVÁ, Kateřina, 2009. Cestovní ruch: soubor studijních materiálů. Vyd. 3. rozš. Ostrava: Key Publishing, 2009, 187 s. Management (Key Publishing). ISBN 978-807-4180-286.
28. Ski region Žďársko, 2013: Úvod. Ski region Žďársko [online]. 2013 [cit. 2013-04-28]. Dostupné z: <http://www.ski-zdarsko.cz/uvod-str-2-1-2-2.html>
29. Statistická ročenka kraje Vysočina 2012, 2012. Český statistický úřad: Krajská správa ČSÚ v Jihlavě [online]. 2012, 10.1. 2013 [cit. 2013-04-27]. Dostupné z: <http://www.czso.cz/csu/2012edicniplan.nsf/krajp/631011-12-xj>
30. Stručná analýza odvětví cestovního ruchu v kraji Vysočina, 2011. Kraj Vysočina. 2011. Dostupné z: www.kr-vysocina.cz/VismoOnline_ActionScripts/File.ashx?id_org

31. TITTELBACHOVÁ, Šárka, 2011. Turismus a veřejná správa: průniky, dysfunkce, problémy, šance: státní politika turismu České republiky: systémový přístup k řešení problémů. Vyd. 1. Praha: Grada, 2011, 196 s. ISBN 978-80-247-3842-0
32. Trasy Českomoravská vrchovina, © 2007-2013. Turistika.cz [online]. © 2007-2013 [cit. 2013-04-28]. Dostupné z: <http://www.turistika.cz/ceskomoravska-vrchovina/trasy>
33. Turistické běžecké trasy na Novoměstsku, 2013: Základní informace o trasách. Lyžařské Novoměstsko [online]. 2013 [cit. 2013-04-28]. Dostupné z: <http://lyzovani.nmmn.cz/?ICM=2&ITEM=0000000001>
34. UNWTO, 2008. World Tourism Organization [online]. 2008 [cit. 2013-04-26]. Dostupné z: <http://media.unwto.org/en/content/understanding-tourism-basic-glossary>
35. Vodácké trasy: řeka Sázava. Půjčovna lodí Dušan Jakubec [online]. 2006–2013 © [cit. 2013-04-29]. Dostupné z: <http://www.pujcovna-lodi.com/vodacke-trasy-sazava>
36. Vysočina nabízí už 860 km jezdeckých stezek, 2011. In: Kraj Vysočina: Oficiální internetové stránky kraje Vysočina [online]. Vysočina Tourism. 2011 [cit. 2013-04-28]. Dostupné z: <http://www.kr-vysocina.cz/vysocina-nabizi-uz-860-km-jezdeckych-stezek/d-4037839/p1=1013>
37. VYSTOUPIL, Jiří a Martin ŠAUER, 2006. Základy cestovního ruchu. Vyd. 1. Brno: Masarykova univerzita, 163 s. Distanční studijní opora. ISBN 80-210-4205-2.
38. VYSTOUPIL, Jiří a Martin ŠAUER, 2009. Geografie cestovního ruchu České republiky (Distanční opora pro kombinované studium). Vyd. 1. Plzeň: Vydavatelství a nakladatelství Aleš Čeněk, 2009, ISBN 978-807-3803-407
39. Zima na Vysočině, 2012. Kraj Vysočina. Jihlava: Yashica s.r.o, 2012. Informační brožura.
40. Zimní běžecké trasy, © 2011: Běžecké lyžařské trasy na Humpolecku. Turistické informační centrum Humpolec [online]. © 2011 [cit. 2013-04-28]. Dostupné z: <http://infohumpolec.cz/infocentrum/zimni-bezecke-trasy/zimni-bezecke-trasy.html>

SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK

CR	Cestovní ruch
ČR	Česká republika
ČSÚ	Český statistický úřad
FB	Facebook
HDP	Hrubý domácí produkt
HUZ	Hromadná ubytovací zařízení
ORP	Obecní úřad s rozšířenou působností
ROP	Regionální operační program
UNESCO	United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (Organizace spojených národů pro výchovu, vědu a kulturu)
UNWTO	United Nations World Tourism Organisation (Světová organizace cestovního ruchu)
VT	Vysočina Tourism
VYS	Vysočina

SEZNAM OBRÁZKŮ

Obrázek 1: Moravské vinařské stezky	19
Obrázek 2: ORP v kraji Vysočina.....	32
Obrázek 3: Výdaje kraje Vysočina na oblast sportu a cestovního ruchu.....	38
Obrázek 4: Počet cyklotras v kraji Vysočina.....	46
Obrázek 5: Počet koňských stanic v jednotlivých okresech na Vysočině	50
Obrázek 6: Mapa koňských stanic na Vysočině	51

SEZNAM TABULEK

Tabulka 1: Počet přenocujících turistů v ubytovacích zařízeních v ČR a na Vysočině	35
Tabulka 2: Běžecké lyžování na Vysočině	42
Tabulka 3: Lyžařská střediska na Vysočině	44

SEZNAM PŘÍLOH

Příloha I: Turistické regiony České republiky

Příloha II: Turistické oblasti České republiky

Příloha III: Památky UNESCO ČR

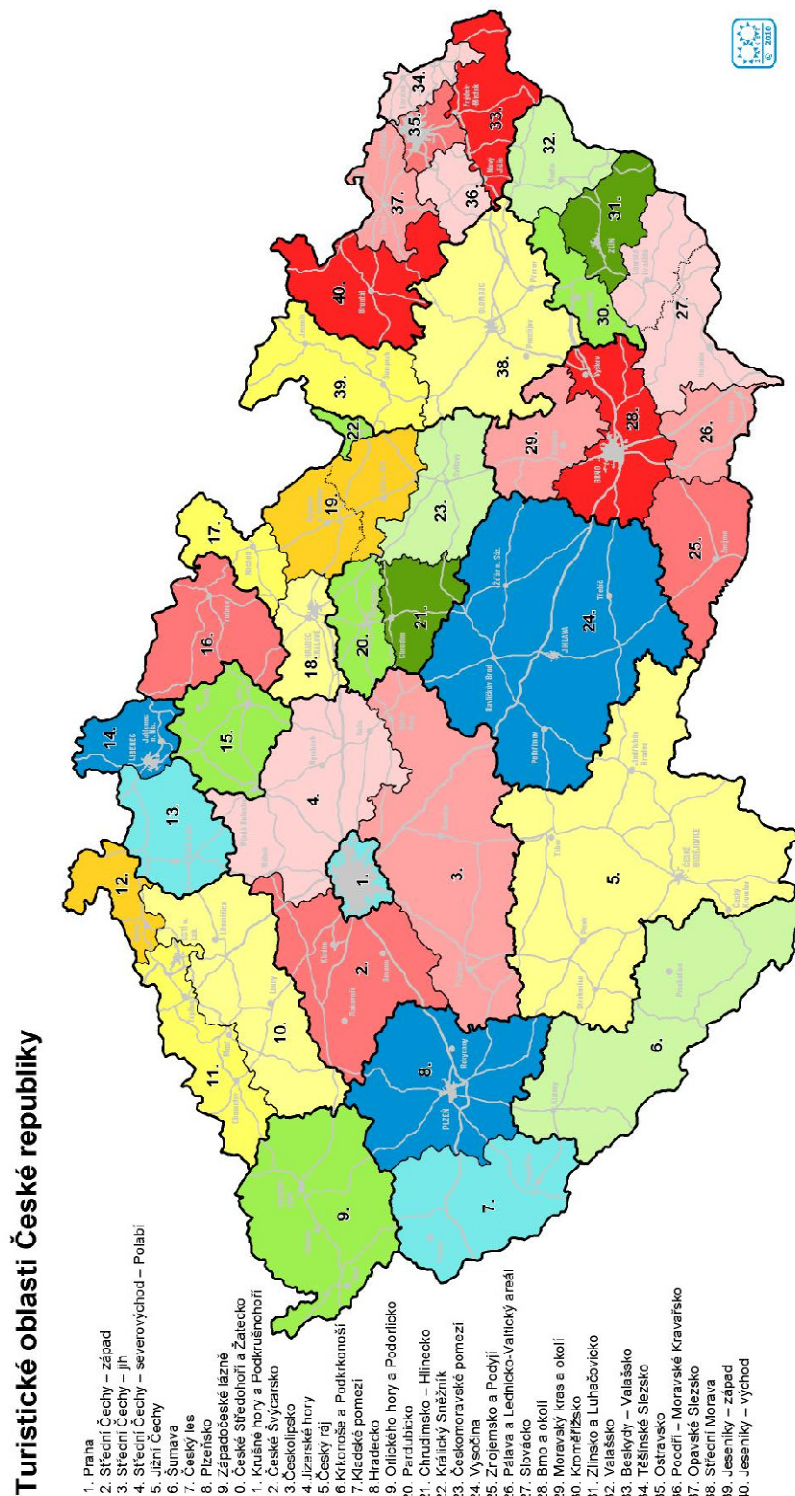
PŘÍLOHA PI: TURISTICKÉ REGIONY ČESKÉ REPUBLIKY

Turistické regiony České republiky



Zdroj: Mapa turistických regionů a oblastí, © 2005-2013

PŘÍLOHA P II: TURISTICKÉ OBLASTI ČESKÉ REPUBLIKY



Zdroj: Mapa turistických regionů a oblastí, © 2005-2013

PŘÍLOHA P III: PAMÁTKY UNESCO ČR

PAMÁTKY NA SEZNAMU SVĚTOVÉHO KULTURNÍHO A PŘÍRODNÍHO DĚDICTVÍ

Praha

historické jádro Prahy (1992, v roce 2010 zápis rozšířen i o středověký Průhonický park)

Litomyšl

renesanční zámecký areál (1999)

Kutná Hora

historické jádro (1995)

Telč

historické jádro 1992

Holašovice

barokní náves - soubor 17 státek s typickými štíty (1998)

Český Krumlov

historické jádro (1992)

Žďár n.S.

poutní kostel sv. Jana Nepomuckého Na Zelené hoře (1994)

Třebíč

židovská čtvrť a areál benediktinského kláštera s bazilikou svatého Prokopa v Třebíči (2010)

Lednicko-valtický areál

kulturní krajina (1996)

Olomouc

barokní čestný sloup Nejsvětější Trojice v Olomouci (2000)

Kroměříž

komplex Arcibiskupského zámku a Květné a Podzámecké zahrady (1998)

Brno

brněnská funkcionalistická vila Tugendhat (2001)

tradice na seznamu nematného světového kulturního dědictví:

- verbuňk, tanec mladíků odvedených na vojnu ze Slovácka (2005)
- masopustní průvody a masky z Hlinecka (2010)
- sokolnictví (týká se ČR a deseti dalších zemí; 2010)
- Jízda králů (2011)