

Projekt strategie rozvoje regionu Slovácko Project of Development Strategy of Region "Slovacko"

Bc. Blahová Lenka



Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně

Fakulta managementu a ekonomiky

Ústav managementu

akademický rok: 2004/2005

ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Bc. Lenka BLAHOVÁ**

Studijní program: **N6208 Ekonomika a management**

Studijní obor: **Management a marketing**

Téma práce: **Projekt strategie rozvoje regionu Slovácko**

Zásady pro vypracování:

1. Zpracujte teoretické základy regionálního marketingu využitelné pro zpracování projektu.
2. Analyzujte současný stav regionu Slovácko.
3. Vytvořte a vyhodnoťte SWOT analýzu regionu Slovácko.
4. Navrhněte projekt rozvoje regionu Slovácko s ohledem na jeho příležitosti a ohrožení.

RESUMÉ

Anotace česky

Cílem této diplomové práce je představit region Slovácko jako oblast s využitím cestovního ruchu v oblasti mototuristiky s návazností na cykloturistiku.

V teoretické části je popsána teorie regionu, vymezení, dělení regionů dle jednotlivých charakteristik. Dále je popsáno, v čem spočívá strategie regionu. Další kapitolou je zpracován regionální marketing, kde jsou popsány nástroje marketingového mixu.

V části analytické jsou popsány přírodní, kulturní, historické i místní podmínky regionu. Jsou řešeny také problematiky jako je nabídka služeb, produktů, SWOT analýza.

Z předchozích dvou částí a z vypracování a vyhodnocení dotazníku, vznikl námět na projekt, který řeší aktuální problém v regionu. Cílem práce bylo nastínit problematiku nynější situace regionu a navrhnout řešení této situace formou projektu.

Anotace ve světovém jazyce

The aim of this diploma work is to introduce the region Slovácko as an area of using tourism in territory from motor to cycling.

In the common part there is described region theory, define and division of regions according to the parameter. Next there is described region strategy and its dissimilarity from corporate strategy. Very important chapter is compile sources of region marketing, where are described instruments of marketing mix.

In the analytic part there are described natural, culture, history and local conditions of region. There are described problems as a offer of services and products. These materials are for develop SWOT analyses.

That project was born previous two aims of this diploma deals with an actual problem in the region. The aim of this work is rendered an account of the region present day situation and projected that situation project solves this situation.

Prohlašuji, že jsem diplomovou práci vypracovala samostatně a všechny použité zdroje uvádím ve své práci.

Děkuji vedoucímu práce doc. Ing. Josefu Kubíkovi Csc. za odbornou pomoc a zároveň Mgr. Josefu Hapákovi za věcné připomínky a Ing. Zdeňku Hrdinovi za pomoc a konzultaci při diplomové práci.

OBSAH

ÚVOD	4
I. TEORETICKÁ ČÁST	5
1 TEORETICKÉ POZNATKY REGIONÁLNÍHO MARKETINGU	6
1.1 TEORIE REGIONU.....	6
1.1.1 Koncepce regionu	6
1.1.2 Struktura regionu.....	7
1.1.3 Hranice regionu	8
1.1.4 Řád a hierarchie regionů	9
1.1.5 Klasifikace regionů	10
1.1.6 Regionalizace.....	11
1.2 REGIONÁLNÍ POLITIKA.....	12
1.2.1 Cíle a nástroje regionální politiky	14
1.2.2 Regionální rozvoj.....	16
1.3 REGIONÁLNÍ MARKETING	17
1.3.1 Marketingové prostředí regionu	17
1.3.2 Nástroje regionálního marketingu.....	18
1.3.3 Komunikační mix.....	21
1.4 TEORIE STRATEGIE REGIONU	22
1.4.1 Analýza SWOT.....	23
1.5 SHRNUTÍ POZNATKŮ Z TEORETICKÉ ČÁSTI.....	24
II. PRAKTICKÁ ČÁST.....	25
2 ANALÝZA SOUČASNÉHO STAVU REGIONU SLOVÁCKO	26
2.1 CHARAKTERISTIKA REGIONU SLOVÁCKO	26
2.1.1 Všeobecné údaje o regionu	26
2.1.2 Obyvatelstvo.....	27
2.1.3 Zemědělství, lesní hospodářství a vodní hospodářství	28
2.1.4 Lesní hospodářství.....	29
2.1.5 Vodní hospodářství.....	29
2.1.6 Průmysl	30
2.1.7 Doprava.....	30
2.1.8 Životní prostředí	31
2.1.9 Přírodní zajímavosti	31
2.2 ANALÝZA DLE JEDNOTLIVÝCH ODVĚTVÍ.....	32
2.2.1 Analýza marketingového okolí cestovního ruchu.....	32
2.2.2 Analýza přírodních předpokladů rozvoje cestovního ruchu	37
2.2.3 Analýza nabídky.....	39
2.2.4 Analýza infrastruktury cestovního ruchu	42
2.3 SWOT ANALÝZA	44
2.3.1 Silné stránky	44
2.3.2 Slabé stránky	46

2.3.3	Příležitosti	47
2.3.4	Ohrožení.....	47
2.4	SHRNUTÍ POZNATKŮ ANALYTICKÉ ČÁSTI.....	48
III.	PROJEKTOVÁ ČÁST	50
3	PROJEKT STRATEGIE ROZVOJE REGIONU SLOVÁCKO	51
3.1	PROJEKT	51
3.2	POPIS STRATEGIE „ROZVOJ ŠETRNÉHO CESTOVNÍHO RUCHU REGIONU SLOVÁCKO“	51
3.3	VÝSLEDKY DOTAZNÍKOVÉHO ŠETŘENÍ	56
3.4	PROJEKT STRATEGIE ROZVOJE REGIONU SLOVÁCKO	61
3.4.1	Stručný obsah projektu	61
3.4.2	Zdůvodnění projektu.....	64
3.4.3	Možné způsoby financování	65
3.4.4	Realizace projektu	76
	ZÁVĚR	78
	SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY.....	80
	SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK	82
	SEZNAM OBRÁZKŮ.....	83
	SEZNAM TABULEK	84
	SEZNAM PŘÍLOH	85

ÚVOD

Cílem této práce je zhodnocení dosavadního stavu regionu Slovácko a možnosti rozvoje regionu v dalších oblastech cestovního ruchu. Návrh případného řešení a zlepšení stávající situace. Možnost využití i přeshraniční spolupráce vyplývající z výhodného geografického umístění regionu v sousedství s Rakouskem a Slovenskou republikou.

Práce je zaměřena na další rozvoj regionu, který již existuje od pradávna, ale jednotná organizace zastřešující jeho celkový rozvoj „pouze“ od roku 1996. V diplomové práci si představíme činnosti, které již region Slovácko uskutečnil a naopak ty, které hodlá uskutečnit v plánované strategii. Jelikož region Slovácko má již vypracovanou strategii regionu, v této práci nebudeme vytvářet novou, nýbrž budeme doplňovat slabá místa stávající strategie.

Práce je rozdělena do tří částí. V první části jsou zpracovány teoretické podklady, z nichž, pak vychází část analytická. Teoretická část je zaměřena na hlavní směry rozvoje regionu jako je regionální marketing, regionální politika a teorie regionu. V druhé části analýzy regionu je podrobně vypracována SWOT analýza, které předchází konkretizace regionu jako celku, tzn. nejen popis geografické oblasti, ale také nabídka produktů, marketingové okolí, infrastruktura cestovního ruchu.

Z těchto dvou podstatných částí diplomové práce a zjištění stávajících problémů regionu, je vypracován dotazník, který byl zaměřen na cílovou skupinu s věkovým průměrem 18 – 55 let. Dotazník a jeho vyhodnocení posloužilo ke zpracování projektové části, která je zaměřena na rozvoj a podporu technické infrastruktury regionu s návazností na mototuristiku při zohlednění životního prostředí.

Navržený projekt koresponduje nejen se strategickými dokumenty České republiky, ale také navazuje na stávající strategii regionu a její strategické cíle, které jsou zmíněny právě v projektové části diplomové práce. V projektu je myšleno jak na realizaci projektu, tak na možnosti financování z různých finančních zdrojů.

Cílem práce je tedy nejen zhodnotit současný stav regionu, ale také navrhnout případná opatření pro řešení dané problematiky, která budou vycházet z dotazníkového šetření a SWOT analýzy.

I. TEORETICKÁ ČÁST

1 TEORETICKÉ POZNATKY REGIONÁLNÍHO MARKETINGU

1.1 Teorie regionu

1.1.1 Koncepce regionu

Termín „region“, popř. „rajón“, je používán již dlouhou dobu. Slovo region pochází z latinského výrazu „regio, regionis“ se dvěma významy:

- určitý celek vymezený hranicí
- územní celek určité velikosti

Ovšem o všeobecně přijatelnou definici se odborníci bezúspěšně snaží dlouhá léta, a v různých pracích je tento termín používán v různém smyslu. Pro naši práci budeme region chápat jako část geografické sféry, která je charakterizována jako komplex přírodních a socioekonomických prvků a procesů, které:

- mají své specifické uspořádání, rozmístění,
- mají vlastní prostorovou strukturu s vnitřní zákonitou podobností.

Stručný Oxfordský slovník¹ definuje region jako:

- (1) oblast, pruh země, prostor, místo, která má více či méně jasně stanovené hranice nebo určité vlastnosti,
- (2) určitá část státu.

Pro rozlišení regionu používáme obvykle různé charakteristiky jako jsou např. fyzikální (hornatá, nížinatá, pobřežní..), klimatické (dešťové, tundra, poušť), kulturní, etnické původy (Wales ve Velké Británii, Baskicko ve Španělsku), sdílená historie (Morava, Bavorsko) atd.

Obecně můžeme vymežit pojem region jako území subnárodní (část jednoho státu – např. kraj), nadnárodní (seskupení států) nebo transnárodní (část území dvou nebo více států přesahující státní hranice).

Region je prostor, který je naplněn vnějšími a vnitřními vztahy dvou základních elementů: lidí a fyzických prvků. Za regionální funkční subsystémy v regionu odvozené z procesů fungování můžeme považovat:

¹ Podle REGIO databáze Reference Guide, Luxemburg: EC, 2001

- bydlení včetně základních služeb, které funkci bydlení kompletují,
- výrobu včetně výrobních a nevýrobních služeb,
- dopravu ve všech jejich spojovacích a transformačních funkcích (transport osob, materiálu)
- rekreaci, tj. vše, co umožňuje účelně a kulturně využívat volný a mimopracovní čas.

Region jako systém funkcí infrastruktury

Infrastrukturou rozumíme životně dlouhodobé zařízení a vybavení materiálního, institucionálního i personálního charakteru potřebné pro ekonomické fungování z hlediska prostoru a dělby práce.

Zpravidla do infrastruktury zahrnujeme:

- infrastruktura technická – tvoří ji silnice, železnice, vodní a letecké cesty, odpadové hospodářství, telekomunikace a informační sítě,
- infrastruktura institucionální – síť veřejných i soukromých institucí v daném prostoru,
- infrastruktura podnikatelská – tvoří ji podnikatelské subjekty a subjekty na podporu podnikání,
- infrastruktura sociální – zahrnuje vzdělávací, kulturní, sociální a rekreační zařízení regionu.[7]

1.1.2 Struktura regionu

Důležitou vlastností regionů je jejich struktura.

Na základě struktury jsou rozlišovány dva základní typy geografických regionů a to:

- Homogenní regiony – vyznačují se stejnorodostí svých vlastností.
- Nehomogenní regiony – vyznačují se nesterodostí svých vlastností, ale funkční jednotností. Např.: heterogenní, nodální, spádové, uzlové, funkční.

V regionálních vědách se pro ohraničení regionů používají různá kritéria, jako např.:

- kritérium homogenity – regiony jsou si v určitých indikátorech velmi podobné
 - regiony homogenní – podobné vnitřní charakteristiky
 - regiony heterogenní – nerovnoměrná vnitřní struktura, např. region severní Moravy a Slezska
- kritérium funkčnosti – určité indikátory jsou velmi vzájemně spojené

O regiony spádové - nodální

Vymezování homogenních regionů je zaměřeno nikoli na zjištění vzájemných vztahů, ale na nalezení shody. Již při vymezování homogenních regionů předpokládáme, že homogenita není absolutní, poněvadž vždy se projevují určité odchylky. Jestliže je region vymezen na základě několika příznaků, musí se požadavek homogenosti vztahovat na všechny kritéria. Homogenní region má podobné určité vnitřní charakteristiky vyjádřené pomocí různých indikátorů, jako je např. úroveň nezaměstnanosti, příjmová úroveň, stupeň nezaměstnanosti v určitém odvětví atd.

Nehomogenní regiony jsou jednotné ve vztahu jejich vnitřní struktury nebo organizace. Sestávají z nodálního centra (uzlu, jádra, střediska), nebo i z několika nodálních center a zázemí (periferie), které je na uzly vázáno drahami a toky.

Jako příklad nodálních regionů mohou sloužit tzv. spádové regiony, kdy vymezíme oblasti, ze kterých lidé jezdí nakupovat do určitého obchodního domu, dojíždí za prací. Město se svým okolím, vázaným obchodními vazbami, představuje nodální region, vymezený na základě několika příznaků. Z hlediska vnitřní struktury se nodální regiony odlišují různorodostí funkcí, daleko převyšující nízkou hranici odchylek, přípustnou v homogenních regionech. Přemísťování (pohyb obyvatelstva a zboží, doprava a ostatní druhy přemísťování) je hlavním rysem nodálního regionu. Jeho hranice probíhají tam, kde mizí (nebo relativně slábnou) vazby s vlastním centrem, ve vztahu k jinému vnějšímu centru.

[1]

Z výše uvedeného můžeme region definovat jako: **„Region je vymezené území s definovanými prvky, ve kterém existuje specifická, funkční a související infrastruktura a prosazuje se společný zájem na rozvoji regionu a zlepšení blahobytu obyvatel. Region tak představuje systém s cílovým chováním. Chápeme-li region jako integrální součást dané země, pak by měl být v zásadě společný zájem na rozvoji regionu v souladu se zájmy a cíli rozvoje země jako vyššího a nadřazeného systému“.**

[7]

1.1.3 Hranice regionu

Regiony jsou vzájemně se odlišující části zemského povrchu. Při vynesení regionů na mapě mohou být odděleny pomocí linií nebo zón. Hranice homogenních regionů probíhají

tam, kde se charakteristické rysy jader sousedních regionů stávají nejméně výrazné a navzájem se spojují. Hranice nodálních regionů se vedou v místech, kde vzniká hranice mezi gravitačním působením sousedních center.

V přírodě existují fyzicko geografické hranice, obklopují nodální komplexy, které se zjišťují podle různých příznaků. Hranice mezi regiony, které vznikly vlivem činnosti člověka, jsou zpravidla ostřejší než přírodní hranice. Například: dochází-li k rozšiřování města na úkor okolní zemědělské oblasti, může vzniknout příměstská oblast smíšeného typu.

Avšak většina hranic regionů nemá ráz náhlých přechodů. Při sledování socio – ekonomicko - geografické diferenciacie je pevnost či ostrost hranic regionu zpravidla velmi malá. Ekonomicky jsou hraniční území obvykle nevýznamná. [11]

1.1.4 Řád a hierarchie regionů

Důležitým úkolem při zkoumání regionální struktury je určení řádu a hierarchie regionů. V práci W. Christallera byla prokázána hierarchie středisek, byl objasněn vztah středisek vyššího řádu a nižšího, a byla provedena klasifikace do čtyř stupňů:

- Střediska vyššího řádu – mají větší výběr zboží a služeb
- Střediska nižšího řádu – mají výběr zboží a služeb menší
- Střediska nejnižšího řádu
- Střediska pomocná

Region, kterému střediska poskytují služby, je označen jako zázemí centrálních míst. Zázemí existují u středisek vyššího i nižšího řádu, a jsou definována vztahem město-zázemí.

V praxi je běžně používáno jednoduché označení různých řádů regionů: mikroregion, mezoregion, makroregion. Někdy je též používáno názvu subregion, k vyjádření hierarchické podřízenosti.

Mikroregion lze charakterizovat jako územní celky, v jejichž rámci jsou relativně uzavřeny nejintenzivnější regionální procesy.

Mezoregiony jsou v České republice rozsáhlé územní jednotky, jejichž integrita je už jen částečně vázána na prostorové vztahy obyvatelstva. [10]

1.1.5 Klasifikace regionů

Regionu se přiřazuje určitý stupeň hodnocení pomocí dvou kritérií:

- 1) úroveň příjmů regionu v porovnání k celostátní úrovni příjmů – **P**
- 2) poměr tempa hospodářského růstu regionu k celostátnímu tempu růstu – **R**

Klasifikace regionů byla převzata od autorů Vanhove, N., Klaassen, L.H.: Regional Policy – An European Approach. Avenbury, 1987, s. 117.

Tab. I Klasifikace regionů

P: úroveň příjmů R: tempo růstu	Vysoká (>1)	Nízká nízké (<1)
Vysoké (>1)	Prosperující	Zaostalý v růstu
Nízké (<1)	Potencionálně zaostalý	Zaostalý

Předmětem tzv. klasifikace CZ – NUTS je klasifikování územních jednotek v ČR podle principů a standardů Eurostatu (usnesení vlády č. 707/1998). Klasifikace má 6 úrovní NUTS s následujícím významem: [3]

NUTS I = území České republiky,

NUTS II = oblast, tj. sdružené kraje nebo regiony soudržnosti

NUTS III = kraj podle zákona č. 347/1997 Sb.

NUTS IV = okres

NUTS V = obec, tj. zpravidla základní územní jednotky

Tab. II Přehled klasifikace NUTS - CZ

NUTS II	NUTS III - kraje
Praha	Praha
Střední Čechy	Středočeský
Jihozápad	Jihočeský
	Plzeňský
Severozápad	Karlovarský

Severovýchod	Ústecký
	Liberecký
	Královéhradecký
	Pardubický
Jihovýchod	Vysočina
	Jihomoravský
Střední Morava	Olomoucký
	Zlínský
Moravskoslezsko	Moravskoslezský

1.1.6 Regionalizace

Regionalizací nazýváme činnost směřující k vymezování regionů. Regionalizace je tedy zpracování informací o rozmístění předmětů a jevů na zemském povrchu. Dělení geografických regionů se zpravidla provádí na základě dvou hledisek:

- objektivního – pevnost vazeb mezi složkami regionů,
- subjektivního – na základě úkolů výzkumu.

Při regionalizaci můžeme postupovat:

- „shora“
 - o snažíme se vymezit typická území regionů
- „zdola“
 - o vycházíme od základních jednotek, například ekosystémů,
 - o umožňuje snížit subjektivnost při vymezování regionů. [1]

Většina úkolů regionalizace se dosud řeší geografickou srovnávací metodou. Pro další rozvoj regionalizace je však nezbytné ve větší míře používat kvantitativních metod analýzy.

K. Ivanička uvádí čtyři metody vymezování regionů:

- 1) metoda generalizace textu – uspořádání prvků a faktů v průběhu generalizace. Vymezují se celky, které jsou vnitřně co možná nejvíce homogenní a mezi sebou navzájem maximálně heterogenní

- 2) kartografická metoda – analýza odvětví např. zemědělství se znázorní na jednodůvětvové mapě a podobně se na druhé mapě znázorní průmysl a sídla. Pak se symboly obou map snášejí na jednu mapu a legenda se sjednocuje.
- 3) metoda analýzy vzdáleností v n -rozměrném prostoru – při daném počtu n menších areálů, s jistým počtem faktorů m je možno seskupit tyto areály do menšího počtu regionů, které by se vyznačovaly maximální vnitřní homogenitou z hlediska studovaného faktoru.
- 4) metoda vymezování nodálních regionů – zkoumání přitažlivosti areálů k určitému nodálnímu centru. Nejčastěji se zkoumá souhrn různých vztahů okolí k centrum, jako je např. dojíždění do zaměstnání a škol, vývoz produktů. [1]

1.2 Regionální politika

Politika pochází z latinského původu „Politike“ což je způsob řízení věci veřejným státem. Politika je tedy veřejná činnost zaměřená na uplatnění určitých zájmů.

Jedním z hlavních úkolů regionální politiky je vyrovnávání regionálních rozdílů. Rozdíly v ekonomické, sociální a jiné oblasti života společnosti se dají vyjádřit různými ukazateli, jako jsou:

- ekonomika – hrubý národní produkt (HDP), zaměstnanost v určitých sektorech hospodářství,
- trh práce – nezaměstnanost (dlouhodobá, krátkodobá, žen a mladistvých..)
- demografie – obyvatelstvo, hustota obyvatel, obyvatelstvo podle věku v %,
- životní prostředí – znečištění ovzduší, vody, objem odpadů...
- vzdělání – nízké, střední, vysoké. [12]

Regionální politika představuje tedy reakci na existující meziregionální rozdíly, které vznikly v důsledku historického vývoje nebo působením širokého spektra okolností. Důsledkem těchto disparit je existence tzv. problémových regionů. V České republice bylo přijato členění na následující regiony se soustředěnou podporou státu:

- strukturálně postižené regiony – soustřeďují se negativní projevy strukturálních změn, dochází k útlumu odvětví a výrobních podniků a k růstu nezaměstnanosti.
- hospodářsky slabé regiony – na základě ukazatelů hospodářského a sociálního rozvoje vykazují podstatně nižší úroveň rozvoje než je průměrná úroveň v České

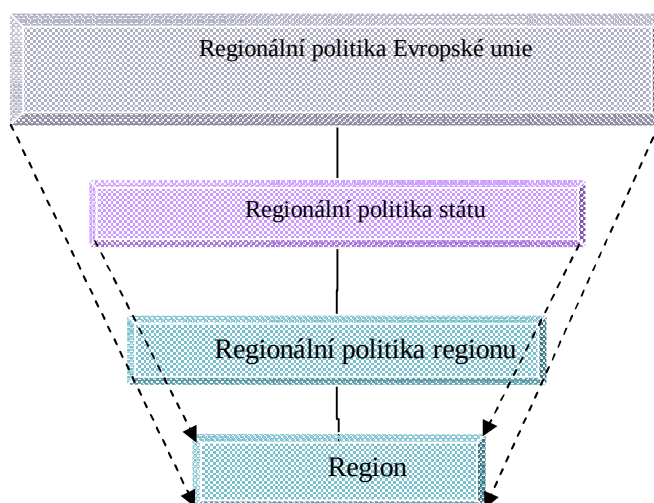
republike, k jejich vymezení slouží zejména ukazatele trhu práce, hospodářské úrovně a struktury a úrovně příjmů obcí a obyvatel.

- venkovské regiony – jsou charakterizovány nízkou hustotou zalidnění, poklesem počtu obyvatel a vyšším podílem zaměstnanosti v zemědělství, k vymezení slouží ukazatele charakterizující zejména vývoj počtu obyvatelstva, struktura jeho zaměstnanosti a podíl obyvatelstva ve venkovských sídlech,
 - ostatní regiony – podporování státem je žádoucí z důvodů jako jsou například: pohraniční regiony, bývalé vojenské prostory, regiony postižené živelnými pohromami, regiony se silně narušeným či poškozeným životním prostředím atd.
- [10]

V České republice se používá definice, která byla nejprve zformulována v Zásadách regionální politiky vlády v roce 1998 a byla pak upravena v rámci zdůvodnění zákona o podpoře regionálního rozvoje jako:

„Regionální politika představuje koncepční a výkonnou činnost státu a regionálních orgánů, která stanovuje hlavní směry a strategické cíle regionálního rozvoje na celostátní a regionální úrovni a vytváří metody a postupy k zajištění realizace těchto cílů. Uskutečňuje se především prostřednictvím systémových opatření a pravidel k podpoře regionálního rozvoje.“

Regionální politika se provádí na různých úrovních státu i nadstátních seskupení. Příkladem nadstátního přístupu k regionální politice je Evropská komise. [7]



Obr. 1 Úrovně provádění regionální politiky

1.2.1 Cíle a nástroje regionální politiky

Prvořadým cílem regionální politiky je vytvořit podmínky pro postupné snížení nebo alespoň ke zmírnění nadměrných rozdílů ve vývoji jednotlivých regionů a dosažením vyvážené regionální struktury přispět ke zvýšení konkurenceschopnosti regionální a národní ekonomiky v mezinárodním měřítku.

Cíle regionální politiky vychází z identifikace hlavních regionálních problémů a z pojetí státní hospodářské politiky. Konkrétní cíle bývají formulovány jako snížení výrazných meziregionálních rozdílů v úrovni nezaměstnanosti, v průměrných příjmech, přiblížení se průměru HDP. Jako dílčí bývají formulovány cíle povzbuzení podnikatelských aktivit v regionu, zlepšení vybavenosti regionu technickou infrastrukturou, povzbuzení bytovou výstavbou apod. Z cílů regionální politiky jsou zpravidla odvozeny nástroje regionální politiky. Nástroje můžeme rozdělit podle dvou hledisek, a to podle ekonomického působení na makroekonomické a mikroekonomické, a nebo podle věcného působení na poradenské a informační, finančně motivační, infrastrukturní a administrativní. [11]

Makroekonomické nástroje mají omezené možnosti svého působení na úrovni regionů, protože nemusí být vždy ve shodě s národohospodářskými cíli jako celku. Patří mezi ně:

- Fiskální politika – meziregionální přerozdělování v rámci státního rozpočtu buď v rámci systému daní a odvodů nebo v rámci výdajů. V rámci sociálních výdajů obvykle plyne více prostředků do problémových regionů.

- Monetární politika – ovlivňování množství peněz v ekonomice je pro řešení regionálních problémů omezeno. Možnost existuje např. u dostupnosti úvěrů (objem, výše úrokové míry, splatnost) v problémových regionech.
- Protekcionismus – státní ovlivňování dovozu prostřednictvím dovozních limitů a cel pro problémové regiony.

Mikroekonomické nástroje regionální politiky se zaměřují na ovlivnění rozhodování ekonomických subjektů o jejich prostorové lokalizaci. Podle toho, na který ekonomický subjekt jsou zaměřeny, můžeme je rozdělit na:

- nástroje realokace pracovních sil, např. úhrada nákladů na stěhování, výkup nemovitostí, nákup domů či nových bytů,
- nástroje realokace kapitálu, které se realizují formou investičních pobídek, kapitálových subvencí, levné půjčky, snížené daně, subvence na dopravu apod.

Ostatní nástroje – spíše výjimečně používány jsou:

- administrativní nástroje – správní rozhodnutí o zastavení ekonomické činnosti nevhodné z hlediska potřeb rozvoje území,
- institucionální nástroje – např. regionální rozvojové agentury.[11]

Institucionální rámec regionální politiky tvoří zákony, předpisy, nařízení a dále instituce na státní, regionální a místní úrovni pro přípravu strategií, programů a projektů a jejich realizaci.

Motivy pro realizaci regionální politiky nejsou jen politické, ale vycházejí z principů udržitelného rozvoje. Jsou tedy:

- ekonomické – zájem na využití všech výrobních faktorů, zajištění ekonomického růstu, řešení či využití nadměrné koncentrace ekonomických činností, řešení regionální nerovnováhy,
- sociální – zajištění růstu životní úrovně obyvatel, řešení otázek zaměstnanosti, regionálního rozdělení příjmů, kvality života a dosažení obecného blahobytu,
- ekologické – zajištění trvale udržitelného rozvoje, vyváženost v zatížení životního prostředí.

Předpoklady regionální politiky

K realizaci regionální politiky musí nositelé zajistit splnění tří základních předpokladů:

- existence programů (strategií) regionálního rozvoje ve formě tzv. programových dokumentů, které specifikují priority, cíle a opatření k jejich dosažení,
- zajištění zdrojů na realizaci programů a strategií (finanční, technické, lidské),
- vytvoření institucionálního rámce pro přípravu programových dokumentů, realizaci programů a projektů.

Programové dokumenty rozvoje regionu tvoří dva základní typy dokumentů, které se zpracovávají na celostátní nebo regionální úrovni. Regionální strategie představuje stanovení hlavních cílů a směrů rozvoje regionu a opatření k jejich dosažení ve střednědobém nebo dlouhodobém horizontu. Programy regionálního rozvoje obsahují konkrétní cíle, priority a opatření pro konkrétní region, pro konkrétně vymezené časové období a s konkrétními přidělenými prostředky. Oba tyto dokumenty by měly mít navrženy i způsob realizace těchto opatření prostřednictvím konkrétních projektů a způsob, jak tyto projekty získat případně vybrat.

Finanční zdroje pro podporu regionálního rozvoje mohou být:

- národní – státní rozpočet, rozpočty krajů, místní rozpočty
- zahraniční – veřejné prostředky nebo zdroje privátní
 - fondy Evropské unie – strukturální fondy (Evropský sociální fond, Evropský fond regionálního rozvoje, Evropský zemědělský podpůrný a garanční fond, Finanční nástroj na podporu rybolovu),
 - Fond soudržnosti. [7]

1.2.2 Regionální rozvoj

Slovo rozvoj ač je běžně používaným pojmem je pojmem neurčitým, spojený s hodnotovými postoji. Existuje rozvoj ekonomický, technický, organizační a v neposlední řadě regionální. Rozvoj popisuje proces orientovaný na určitý cíl.

Regionální rozvoj je představován komplexem procesů, které pobíhají v rámci regionu a přispívají zejména k pozitivním změnám v sociálně ekonomické situaci regionu. Podporou regionálního rozvoje se zabývá právě regionální politika.

Hlavními činiteli ekonomického rozvoje jsou aktivní podnikatelé, ale i podnikatelé pasivní, kteří participují na vykování činností. Dále pak infrastruktura, která je podporuje a poskytuje jim hmotné a nehmotné zdroje. [2]

Nejdůležitějšími aktéry v regionu jsou:

- obyvatelstvo – práce, příjmy, vzdělání, bydlení,
- podniky – výroba, technologie, vztahy k okolí,
- stát – infrastruktura, daně, hospodářská politika. [7]

1.3 Regionální marketing

Marketing se zabývá dosahováním cílů organizace prostřednictvím uspokojování potřeb zákazníků. Využívá k tomu nástroje marketingu, které nazýváme marketingový mix. Tak i regionální marketing pomáhá dosahovat cíle regionu prostřednictvím nabízených služeb.

Marketing regionů, měst a obcí se začal využívat ve druhé polovině 70-tých let dvacátého století. Podle Kotlera lze využívat marketing i v jiných souvislostech, než v těch, které jsou tradičně spojeny s prodejem zboží a služeb na spotřebitelských trzích. Jedná se o uplatnění marketingu v neziskových organizacích, při propagaci lidí a jejich názorů, událostí a také míst (měst a obcí, regionů i celých států). Koncept marketingu lze tedy využít i v oblasti měst a regionů. [5]

1.3.1 Marketingové prostředí regionu

Marketingové prostředí regionu je souhrn podstatných vlivů, působících na region jako celek a jeho aktivity. Rozlišujeme prostředí regionu na vnější a vnitřní prostředí.

Vnější prostředí tvoří:

- demografické prostředí – tj. velikost populace ve městě, sociální, příjmová, kvalifikační, věková a vzdělanostní struktura, jeho mobilita, ekonomická aktivita a ostatní demografické znaky. Důvody jako je např. migrace by měly znát nejen regiony ale také obce a umět na ně reagovat ve svých strategiích.
- ekonomické prostředí – v případě místní správy je tvořeno jednak makroprostředím (hospodářská situace regionu), ale také mikroprostředím (hospodářská situace obcí). Především ekonomické prostředí regionu a obce je ovlivněno dlouhodobými modely, tradicemi podnikání a podnikatelskou kulturou.
- politicko-právní prostředí – v rámci místní správy spoluurčuje chování představitelů obcí. Jejich pravomoci jsou při řízení vytyčeny zákony, vyhláškami a předpisy.

- sociálně-kulturní prostředí – promítá se do celkového obrazu obce a výrazně ovlivňuje jeho vnímání veřejností. Ovlivňuje také chování obyvatel i podnikatelů na jeho území. Do sociálně-kulturního prostředí můžeme zahrnout kulturu, vzdělání, tradice města, regionu, národa, rodinné vztahy, zvyklosti, hodnotové preference.
- přírodní prostředí – je základním potenciálem pro různé typy podnikání. Zahrnuje umístění obcí v regionu, jejich velikost, klimatické podmínky, přírodní zdroje, dopravní možnosti, úroveň infrastruktury, mezinárodní aktivity, ekologické podmínky.
- technologické prostředí – je určováno obecným vývojem vědy a techniky, využití poznatků z nich pro řízení regionu, obce a to vytvořením vnitřního i vnějšího informačního systému, využití komunikační techniky propagací regionu apod.

Vnitřní prostředí můžeme z hlediska správy definovat jako situaci organizace, která je pověřena zabezpečováním správy a dalších úkolů svěřených obci ze zákona. Jedním z prvků vnitřního prostředí jsou tedy dotace ze státního rozpočtu, příjmy a výdaje regionu. Dalším prvkem jsou zaměstnanci regionu, které region přímo řídí. [4], [6]

1.3.2 Nástroje regionálního marketingu

Marketingový mix

Základním nástrojem regionálního marketingu je marketingový mix, který je tvořen souborem několika prvků. Marketingový mix regionu je soubor nástrojů, kterých může management regionu využít k přizpůsobování svého produktu, k jeho odlišení od produktů konkurence, k jeho ocenění, zhodnocení. Využívá jej také k přiblížení produktu k segmentům tvořícím jeho uživatele, k jeho propagaci. Marketingový mix regionu pomáhá při výběru procesů, jejichž pomocí se produkt dostává k jednotlivým klientům, uživatelům a příjemcům.

Marketingový mix používá kromě nástrojů tradičního mixu 4P, ale ještě další nástroje, které byly čerpány ze zpracovaného pramene podle Boomse, B.H.- Bitnera, M.J.: Marketing Strategies and Organisation Structures for Service Firms. In Dennelly, J. – George, W.R., Marketing of Services. American Marketing Association, Chicago, 1981:

Tab. III Marketingový mix

Produkt	Cena	Místo	Podpora prodeje
Rozsah	Úroveň	Umístění	Reklama
Kvalita	Slevy	Přístupnost	Osobní prodej
Úroveň	Efektivnost nákladů	Způsob	Propagace
Image	Vnímání hodnoty služeb	distribuce	Publicita
Produkční řada	zákazníkem	Flexibilita	Public relations
Záruky, Doplnkové služby	Diferenciace		
Materiální prostředí	Lidé		Proces
	Zaměstnanci:	Zákazníci:	
Prostředí:	Vzdělání	Chování	Politika
Zařízení	Výběr	Kontakty mezi	Postupy
Barevnost	Přínosy	zákazníky	Mechanizace
Rozmístění	Motivace		Prostor pro rozhodování
Úroveň hluku	Vystupování		podřízených
Atmosféra	Mezilidské vztahy		Spolupráce se zákazníky
Hmotné podněty	Postoje		Usměrňování zákazníka
Partnerství			Průběh aktivit
Obyvatelé, soukromý, neziskový i veřejný sektor			

Produkt

Produktem regionu rozumíme vše, co region nabízí svým obyvatelům, návštěvníkům, podnikům a potenciálním investorům a co slouží k uspokojování jejich individuálních i kolektivních potřeb. Produkt regionu musí vycházet z celkové strategie regionu a jeho vize. Stejně jako produkt jakékoliv jiné organizace podléhá rozpočtovým omezením.

Produkt regionu můžeme rozčlenit na tři základní složky:

- prvky,
 - o hmotné složky celkové nabídky – prostředí ve kterém poskytují služby, vybavení příslušné kanceláře, technické vybavení.

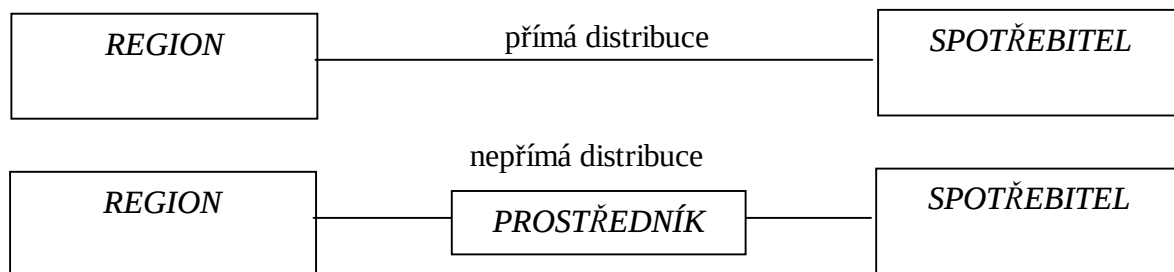
o nehmotné složky celkové nabídky – chování zaměstnanců, jejich ochota, přístup ke klientům, profesionální zdatnost, atmosféra regionu, iniciativa lidí v ní žijících.

- formy – forma poskytování produktu spotřebitelům
- úroveň – souvisí bezprostředně s jeho image a s jeho kvalitou a kvantitou.

Image regionu je ovlivňována mimo jiné politickou situací, a to nejen v daném regionu, ale i ve státě. zvolený marketingový přístup může přispět k větší politické stabilitě nejen v regionu. [4]

Distribuce

Podstatou toho prvku je především rozhodování o tom, jakým způsobem se produkt dostane ke konečnému spotřebiteli, tj. ve volbě distribučního kanálu. Region (obec) může produkt poskytovat sama. V takovém případě se jedná o přímý distribuční kanál. Pokud poskytováním služeb pověří jinou organizaci ať už soukromou či neziskovou, jedná se o nepřímý distribuční kanál.



Obr. 2 Formy distribuce

Regiony potřebují distribuční kanály k tomu, aby svůj celkový produkt zpřístupnily případným zájemcům. K tomu ale slouží i další prvky marketingového mixu. Kritéria pro volbu efektivního distribučního kanálu jsou následující:

- výše nákladů,
- pohodlí spotřebitelů, uživatelů, klientů a příjemců,
- spolehlivost,
- dostupnost,
- kvalita. [4]

1.3.3 Komunikační mix

Komunikační mix představuje různé typy komunikace se subjekty, kterým region představuje svůj produkt. Touto komunikací se region snaží ovlivnit znalosti, chování a postoje zákazníků ve vztahu k produktu, které nabízí.

V obecné teorii marketingu se jako nástroje komunikačního mixu uvádějí:

- reklama a propagace,
- osobní prodej,
- podpora prodeje,
- public relations (vztah s veřejností),
 - vlastní public relations (PR),
 - veletrhy a výstavy,
 - sponzoring.

Do popředí se zde dostává uplatnění všech forem public relation, neboť právě tento nástroj představuje široké možnosti působení regionu na obyvatele, podnikatele, zaměstnance a návštěvníky, turisty. Moderním nástrojem public relation může být

videokonference a satelitní konference, kde může region propagovat své produkty v oblasti cestovního ruchu.

Dalším významným nástrojem je provádění vlastní propagační činnosti regionu. Uplatnění tohoto nástroje je zaměřeno na externí zákazníky regionu, investory, návštěvníky až k potenciálním novým obyvatelům, kteří mohou zlepšit věkovou i kvalifikační strukturu regionu.

Uplatnění dalšího marketingového nástroje komunikačního mixu, kterým je osobní prodej, je omezené. Jeho význam spočívá hlavně v kladení důrazu na zodpovědný, profesionální přístup všech pracovníků, zaměstnanců.

Marketingový mix dokáže také úspěšně využívat nový prvek komunikačního mixu, kterým je tzv. marketing událostí. Marketing událostí spočívá v předkládání obyvatelům i návštěvníkům kalendář celoročních událostí ve formě propagačního materiálu nebo jej uvádí na Internetu na svých webových stránkách.

Dalším nástrojem je reklama a propagace. Slouží regionům především k působení na externí zákazníky, zviditelnění svého území. Konkrétně máme na mysli propagační materiály. Kvalitně zpracované by měly být nezbytnou součástí vybavení každého reprezentanta regionu, informačních center, při významných veřejných akcích atd. Obsah a forma propagačního materiálu jsou individuální a závisí na účelu propagace. Cílovými skupinami jsou investoři, návštěvníci regionu a potenciální noví obyvatelé. [4]

1.4 Teorie strategie regionu

Strategie spočívá ve vytyčení cílů v souladu s vizí regionu a stanovení postupů a akčních plánů vedoucích k jejich uskutečnění. Časový horizont strategických plánů bývá různý, obvykle se jedná o výhled na období asi 15 až 20 let. Postup vytváření strategie regionu se v zásadě neliší od vytváření strategického plánu podniku. Předpokladem pro úspěch strategie je schopnost formulování odpovědí na následující otázky:

- kde jsme nyní (jaký je současný stav),
- jak jsme se tam dostali (co je příčinou současného stavu),
- kam směřujeme (jaké jsou stávající trendy rozvoje),
- kde bychom se rádi octli (jaké jsou žádané cíle rozvoje),

- jak se tam dostaneme (jakými strategickými postupy můžeme cílů dosáhnout),
- zda neuhýbáme z cesty (jak budeme vyhodnocovat dodržování postupů). [4]

1.4.1 Analýza SWOT

Analýza silných a slabých stránek regionu, příležitostí a hrozeb přicházejících především z vnějšího prostředí regionu, ale i z regionu samotného a subjektů působících na jeho území. Tato analýza slouží jako základ pro vypracování strategie i vlastních rozvojových programů. Slouží také jako nástroj informování interních a externích partnerů obce.

Analýza vnitřních faktorů – silných a slabých stránek

K těmto vnitřním faktorům patří jednak samotný produkt obce, ale i další charakteristiky jako jsou fyzické, demografické atd.

Jednotlivá kritéria analýzy vnitřních faktorů:

- analýza fyzických a přírodních podmínek regionu,
- analýza obyvatelstva,
- analýza ekonomiky regionu,
- analýza trhu práce,
- analýza infrastruktury regionu,
- analýza podnikatelského prostředí.

Analýza externích faktorů – příležitostí a hrozeb

Tato analýza se zaměřuje spíše na faktory a trendy, které region ovlivňují zvenčí. Některými kritérii jsou:

- mezinárodní tendence k vytváření větších regionů (euroregiony),
- rostoucí význam služeb a cestovního ruchu,
- klesající význam zemědělství a těžkého průmyslu,
- klesající průměrná velikost podniků,
- propojení novou sítí celostátních silničních tras (dálnice),
- propojení rychlostními železnicemi,
- rostoucí mobilita firem,
- vstupy zahraničního kapitálu,

- rostoucí význam kvalifikací,
- rostoucí význam kontaktů mezi firmami, veřejnoprávními institucemi a vzdělávacími institucemi,
- rostoucí význam marketingu a záruk kvality,
- rostoucí význam čistého zdravotního prostředí,
- podpůrné programy rozvoje.[4]

1.5 Shrnutí poznatků z teoretické části

V teoretické části byly zpracovány materiály a podklady, které budou dále využity v diplomové práci. Témat týkajících se regionálního rozvoje, strategie regionu, regionu jako takového, regionální politiky v České republice i v EU, je velké množství. Bohužel v této práci není prostor se všem těmto tématům podrobně věnovat.

Teoretická část se věnuje tématům regionu, jeho koncepce, struktuře, hranicím a klasifikaci. V této části jsme si řekli, co si lze představit pod pojmem region, jaké jsou jeho hranice, a podle čeho lze klasifikovat a dělit regiony.

Dalšími tématy jsou regionální politika a regionální rozvoj. Regionální politika vytváří podmínky pro existenci regionu a jeho další možnost rozvíjení se. Nejen regionální politika je základním pilířem rozvoje regionu, ale také regionální marketing. Jaký regionální marketing resp. jaké jeho nástroje uplatňuje konkrétní region, takový, můžeme říci, má region úspěch při aplikaci své strategie.

V dnešní době globalizace, Internetu, vědy a techniky hrají tyto faktory důležitou roli. Pokud se region chce dobře prosazovat na trhu, musí propojit tyto oblasti, sjednotit je a využívat v plné míře.

II. PRAKTICKÁ ČÁST

2 ANALÝZA SOUČASNÉHO STAVU REGIONU SLOVÁCKO

2.1 Charakteristika regionu Slovácko

Oblast Slovácka se táhne od Napajedel až k soutoku Moravy s Dyjí. Na jihu hraničí s Rakouskem, na východě se Slovenskem, na severu s Hanou. Z národopisného hlediska se Slovácko rozděluje na Hornácko (horská oblast moravských Kopanic v okolí Starého Hrozenkova), Luhačovické Zálesí (tvoří přechod mezi Slováckem a Valašskem) a Dolňácko (nížinatá oblast v Pomoraví). Přírodní hranici okresu vytvářejí na severu hluboké listnaté lesy Ždánického lesa a pohoří Chřiby, na jihu hřeben Bílých Karpat. Širokým úvalem v úseku mezi Rohatcem a Bzeneckým přívozem protéká řeka Morava a vytváří nádherné meandry², lemované lužními lesy.

2.1.1 Všeobecné údaje o regionu

Sdružení pro rozvoj cestovního ruchu Region Slovácko vznikl v dubnu roku 1999 jako výsledek snah rozvíjet cestovní ruch v daném regionu. V současné době tvoří jeho členskou základnu 25 objektů místní samosprávy i neziskových organizací a podnikatelských firem z okresů Uherské Hradiště, Zlín, Hodonín, Břeclav. Region Slovácko má svoji strategii, své logo, své propagační materiály a upomínkové předměty, ale také i svůj strom – Oskoruši.

Slováckem rozumíme oblast jihovýchodní Moravy, rozprostírající se od Břeclavi až k Uherskému Brodu a zahrnující Břeclavsko, Hodonínsko, Strážnicko, Kyjovsko, Uherskohradištsko, částečně Napajedelsko a Uherskobrodsko. Panorama vinorodé krajiny Slovácka je přirozeně vymezeno na severu Napajedelskou branou, na východě hranicí České a Slovenské republiky kopírující hřbet horského masivu Bílých Karpat a dolní tok řeky Moravy, na jihu rakouskou hranicí a Moravskou Saharou, na západě siluetou Chřibů a Ždánického lesa. Přirozenou osu oblasti tvoří úrodný úval podél řeky Moravy, která od pradávna umožňovala poměrně početné osídlení území. Rovněž byla důležitou dopravní tepnou. Právě tímto územím procházely dávné stezky - jantarová a bronzová. Slovácko je krajem na pomezí dvou historických území Moravy a Slovenska. Po národopisné stránce je ještě rozděleno na několik podoblastí a to: Podluží, Slovácko-hanácká oblast, Dolňácko,

Luhačovické zálesí, Hornácko a Moravské Kopanice (seznam obcí těchto podoblastí viz. příloha). [9]

2.1.2 Obyvatelstvo

Přírodní podmínky regionu - úrodná niva podél toků řek - značně ovlivnily vývoj osídlení od nejstarších dob. V průběhu staletí byl občasný úbytek obyvatelstva, který byl způsobován válečnými operacemi, epidemiemi, později odchodem do ciziny za prací, byl doplňován přistěhovalectvím židovského, německy mluvícího obyvatelstva např. z Rakouska, případně Chorvatů. Významně byla struktura obyvatelstva ovlivněna II. světovou válkou a jejími důsledky. V současné době dochází k přílivu obyvatel z dalších částí světa na Slovácko.

V roce 1996 žilo v jádru regionu Slovácka 396 000 obyvatel, v přechodných pásmech bydlelo 52 000 obyvatel, tj. 4,48 % obyvatel z celé České republiky. Makroekonomická integrace je realizována především prostřednictvím nadregionálně významné Východní rozvojové osy, spojující Brno se Zlínskou aglomerací (s perspektivní možností jejího protažení přes hranici se Slovenskem).

Z hlediska potenciálních rozvojových předpokladů lze za nejvýznamnější nadregionální osy považovat:

Jihovýchodní rozvojová osa

Spojuje Brno s Břeclaví a dále s Bratislavou. Osa je plně integrována dálnicí D2 a dále v současnosti rekonstruovanou trasou 1. železničního tranzitního koridoru. Kromě Břeclavi je v kontaktu s osou ještě slabě vyvinuté regionální centrum Hustopeče. K ose přísluší celkem 10 obcí s 50,2 tis. obyvateli. Pro osu je typická nadprůměrná úroveň rozvoje podnikatelské aktivity fyzických osob téměř po celé její trase.

² Meandr - *geomorfologie*, říční zákrut vytvořený boční erozí řeky. Meandry volné jsou v náplavových rovinách, jejich tvar a poloha se stále mění. Meandry zaklesnuté mají časově stálý tvar a polohu, protože jejich geneze je jednoznačně dána konfigurací horských hřebenů a údolí v tvrdých horninách.

Pomoravská tangenciální urbanistická osa

Břeclav - Hodonín - Uherské Hradiště - Zlínská aglomerace, integrovaná stávající silnicí 1. tř. č. 55 (plánovaná výstavba rychlostní komunikace, která se již začala stavět) a částečně i trasou 2. tranzitního železničního koridoru. Kromě regionálních center Hodonína, Veselí nad Moravou a Uherského Hradiště jsou na ní lokalizována subregionální centra Napajedla a Strážnice. Úhrnem jde o 20 obcí s 124,1 tis. obyvateli.

Kyjovská vedlejší urbanistická osa

Kyjov - Veselí nad Moravou je integrována silnicí 1. tř. č. 54 a spojovací železniční tratí. Mimo Kyjova je na ní lokalizováno subcentrum Bzenec a střediskové obce Vracov a Moravský Písek s celkovým počtem 24,7 tis. obyvatel. Z hlediska aktuálních strukturálních předpokladů dalšího rozvoje však příslušné obce spadají převážně do skupiny s mírně podprůměrnými předpoklady (vyšší podíl po produkční než před produkční složky obyvatelstva).

Uhersko-hradišťská urbanistická osa

Sleduje trasu silnice 1. tř. č. 50 (E 50) Brno - Trenčín a částečně i trasu vedlejší železniční tratě. V kontaktu s ní se nachází regionální centrum Uherský Brod a dalších 13 obcí s celkem 32,4 tis. obyvateli. Podnikatelské aktivity fyzických osob jsou pouze průměrné a za Uherským Brodem směrem k východu se tyto ukazatele výrazně snižují.[8]

2.1.3 Zemědělství, lesní hospodářství a vodní hospodářství

Úrodná půda byla od pradávna zdrojem obživy obyvatel Slováků. I v současné době patří tento region k nejúrodnějším v České republice. Toto umožňují nejen klimatické podmínky, ale především vysoký podíl úrodné černozemě. Výše uvedené skutečnosti přirozeně determinují produkční potenciál zemědělských půd, který je nejvyšší v okrese Břeclav, jenž je v odstupňovaném pořadí následován dvojicemi okresů Hodonín, Uherské Hradiště a Zlín. Právníkové osoby (zemědělská družstva, akciové společnosti, společnosti s ručením omezeným) obhospodařují až 75 % podíl zemědělské půdy v nejúrodnějších jižních okresech Uherské Hradiště, Hodonín a Břeclav.

Významnou oblastí zemědělské výroby je vinohradnictví, koncentrované v okresech Břeclav a Hodonín, které zauímají první dvě místa v produkci vinné révy a vína v ČR. V okresech Břeclav, Hodonín a Uherské Hradiště je soustředěna převážná část vinic České

republiky. V těchto okresech se nachází osm uznaných vinařských oblastí - Uherskohradišťská, Bzenecká, Strážnická, Kyjovská, Mutěnická, Velkopavlovická, Mikulovská, Podluží. Slováký region má rozsáhlou hornatou část, kde se vyskytuje horský typ zemědělského hospodaření. V těchto oblastech se můžeme setkat s novým druhem zemědělského podnikání - agroturistikou.[19]

2.1.4 Lesní hospodářství

Podobně jako zemědělství je i lesnictví stabilizujícím prvkem především venkovského prostoru. Okresy daného území lze podle úrovně lesnatosti rozdělit na dvě skupiny:

- okresy s podprůměrnou lesnatostí - jde o Břeclav, Hodonín a Uherské Hradiště s lesnatostí nižší než 1/3 celkové výměry (nejvíce Uherské Hradiště s 30 %),
- okresy s nadprůměrnou lesnatostí - Zlín.

V oblastech vátych písků v prostoru Hodonín - Bzenec je téměř stoprocentně zastoupena borovice, na šterkopiscích západně od Valtic je to pak borovice a dub. Se stoupající nadmořskou výškou krajina přechází do chlumních oblastí, kde v lesních komplexech převažují listnaté pařeziny s převahou dubu. Ve Ždánickém lese a Bílých Karpatech k dubu přistupuje habr, buk a posléze jehličnany. Pokud jde o produkční potenciál lesních půd, lze jej celkově hodnotit jako nadprůměrný.[28]

2.1.5 Vodní hospodářství

Rozhodujícími vodními zdroji pro zásobování jižních okresů (včetně části okresu Zlín) regionu je CHOPAV Kvartér řeky Moravy. K nim se připojují povrchové zdroje pitné vody vodárenských toků příslušných k povodí Moravy (významnou roli hrají především v okresech Zlín a Uherské Hradiště) a rovněž menší jímací území v nivách řeky Dyje. Vlastní zásobování vodou se realizuje především prostřednictvím skupinových vodovodů, propojovaných do ucelených oblastních systémů zásobování. Z příslušných ekonomických subjektů jde především o akciové společnosti: Vodovody a kanalizace Břeclav, Hodonín a Zlín, Slovácké vodárny a kanalizace v Uherském Hradišti. [14]

2.1.6 Průmysl

Průmyslová výroba je poměrně značně diverzifikovaná, a to jak z hlediska odvětvové struktury či významu průmyslu na celkové zaměstnanosti v jednotlivých okresech, ale také např. atraktivitou pro zahraniční investory. Dobývání nerostných surovin zastupuje těžba lignitu v Mikulčicích na Hodonínsku a těžba ropy a zemního plynu mezi Břeclaví a Hodonínem. Těžbou surovin pro průmysl stavebních hmot jsou významné okresy Hodonín a Uherské Hradiště.

Nejvýznamnějším podnikem se zahraniční účastí, nejen co do počtu pracovníků, ale i obratu a zisku, je jednoznačně otrokovická firma Barum Continental, s.r. o. Za důležité zahraniční investice lze považovat působení elektrotechnické firmy AVX Corporation v Uherském Hradišti. V okrese Hodonín existují tři průmyslové závody s více než 500 pracovníky, ve kterých má majoritu zahraniční investor. Jedná se např. o rakouský Vetropack Moravia Glass, a.s. v Kyjově. V několika významných firmách okresu Břeclav má silné zastoupení zahraniční kapitál. Jedná se především o kapitál rakouský a německý, důležitou roli hraje také kapitál americký, který je zastoupen ve druhé největší firmě okresu, a.s. Tranza Otis. Další důležitou firmou se zahraničním kapitálem je úspěšná polygrafická firma Moraviapress, a.s. Břeclav.[19]

2.1.7 Doprava

Dané území je jedno z nejvýznamnějších tranzitních oblastí mezinárodní dopravy v ČR. Nejvýznamnějším hraničním uzlem je Břeclav (spolu s Lanžhotem a Poštornou), s přibližně 25 % podílem na objemu dopravních proudů mezi ČR a SR v silniční dopravě - dálnice D2 Brno-Bratislava (součást mezinárodního silničního tahu E 65) a významnou tranzitní funkci v železniční dopravě. V případě spojení ČR a SR se dále mezi nejvýznamnější hraniční přechody v silniční dopravě řadí Hodonín a Starý Hrozenkov v okrese Uherské Hradiště (silnice E 50). V případě železniční dopravy pak jde především o nejvýznamnější železniční hraniční přechod do SR Sudoměřice na Moravě v okrese Hodonín.

Plošné nejvýznamnější dopady na kvalitu dopravní sítě budou mít následující dva investiční infrastrukturní záměry. Především jde o výstavbu II. tranzitního železničního koridoru hranice SR/Rakousko-Břeclav (napojování na I. tranzitní železniční koridor) – Hodonín - Staré Město/Uherské Hradiště - Otrokovice/Zlín - Ostrava (perspektivní napojení

na III. tranzitní železniční koridor). Rekonstrukce zmíněných stávajících železničních tratí je proponována na maximální rychlost 160 km/h a je jedním z předpokladů pro vybudování železniční sítě s jednotnou charakteristikou.

Ke zkvalitnění dopravního napojení Otrokovic/Zlína, Starého Města/Uherského Hradiště, Hodonína a Břeclavi dojde již započatou přestavbou na R 55. Region rovněž disponuje jedním veřejným mezinárodně plně způsobilým letištěm v Kunovicích, které se již stává vstupní branou pro zahraniční turisty. [28]

2.1.8 Životní prostředí

Předností regionu je jeho ekologicky nezatížené okolí s přírodně cennými oblastmi. Z hlediska geomorfologického jde o pestré území tvořené rovinami, pahorkatinami, vrchovinami a hornatinami. Patří do Alpsko-himalájského horopisného systému. V severozápadní části jsou zastoupeny jeho oblasti Středomoravské Karpaty, uprostřed Jihomoravská pánev a na jihovýchodě Moravsko-slovenské Karpaty. Ke Středomoravským Karpatům patří Chřiby, Ždánický les a Kyjovská pahorkatina, k Moravsko-slovenským Karpatům – Bílé Karpaty a Vizovická vrchovina a k Jihomoravské pánvi Dolnomoravský úval. [27]

2.1.9 Přírodní zajímavosti

Přírodní podmínky regionu jsou dány především bohatostí terénního profilu, tvořeného na východě horským pásmem Bílých Karpat s nejvyšším vrcholem Velkou Javořinou (970 m). Tato oblast patří k jednomu z mála míst v České republice s nejméně znečištěným ovzduším. Ve středu oblasti se rozkládá široká niva řeky Moravy se zbytky vzácných lužních lesů, kterou lemuje na západě pohoří Chřiby, s nejvyšším vrcholem Brdem (587 m). Členitý terén a bohaté lesní komplexy vytvářejí zajímavé scenérie oplývající vzácnou flórou a faunou. Příznivé jsou zde i podnební poměry (průměrná roční teplota činí 8°C), vytvářející příhodné podmínky pro zemědělství.

Region má bohatou minulost dokumentovanou cennými archeologickými nálezy, vzácnými stavebními památkami církevní i světské architektury, zachovalou lidovou architekturou a zejména bohatý, dosud živý folklor a tradice lidové kultury. V rovinatém území je zřetelná souvislost se starou rolnickou kulturou. Vyvrcholením jarních obyčejů je

dosud udržovaná svatodušní Jízda králů. Ta se coby velkolepá slavnost zachovala v obci Vlčnov.

Mezi nejvýznamnější přírodní památky patří CHKO Bílé Karpaty, CHKO Chřiby, horský masiv Beskydy, národní památkové rezervace, přírodní parky, národní přírodní památky, přírodní památky. Od r. 1996 došlo k zařazení CHKO Bílé Karpaty do sítě biosférických rezervací UNESCO. Lednicko-valtický areál je taktéž zapsán do seznamu UNESCO. Region je nejen bohatý na přírodní, kulturní, folklórní památky, ale i na historické památky. K historii Slovácka patří neodmyslitelně křesťanská tradice. S tím je spojeno moravské poutní místo Velehrad a bazilika Cyrila a Metoděje, která je každoročně cílem mnoha poutníků z celé České republiky a zahraničí.[13]

2.2 Analýza dle jednotlivých odvětví

2.2.1 Analýza marketingového okolí cestovního ruchu

Politické okolí

Politické okolí silně ovlivňuje rozvoj cestovního ruchu. Uvedené změny, které mají obvykle za následek pokles poptávky po cestovním ruchu, není možné na úrovni kraje (regionu) kontrolovat. Mezinárodně-politické krize, válečné akce, politická nestabilita, epidemické choroby, živelné katastrofy, terorismus, únosy dopravních prostředků, bombové atentáty. To vše jsou faktory, které negativně ovlivňují turistické destinace³.

Naopak integrační procesy, jako např. vstup ČR do EU jednoznačně podporují rozvoj cestovního ruchu ať už otevřením hranic, volným pohybem osob, zboží, kapitálu, nebo různými finančními podporami z fondů EU. Vstup ČR do EU by měl jednak zvýšit zahraniční investice do české ekonomiky, ale také přilákat větší množství turistů.

Ekonomické okolí

Cestovní ruch se stal významným fenoménem 20. a 21. století. V souvislosti s regionem Slovácko nás zajímají především otázky jaká je regionálně-ekonomický význam cestovního ruchu, tzn. jaký je jeho podíl na hrubém domácím produktu, na celkové zaměstnanosti atd.

Cestovní ruch je významným exportním odvětvím. Podstatná část devizových příjmů je získávána za prodej služeb. Cestovní ruch jako součást životního stylu, trávení volného času a forma realizace dalších aktivit není samostatně klasifikována, přesně vymezena a staticky a finančně sledovaným odvětvím ekonomiky. Cestovní ruch ve skutečnosti vedle pohostinství, ubytování a činnosti cestovních kanceláří tvoří část následujících odvětví: maloobchod, osobní letecká a jiná přeprava, sportovní, kulturní a rekreační činnost pronájem nemovitostí, pronájem automobilů, směnárenské služby.

Identifikaci ekonomických přínosů cestovního ruchu řeší metodika tzv. satelitního účtu cestovního ruchu. Satelitní účet v souhrnu vyjadřuje přínosy, resp. podíly cestovního ruchu na základních ekonomických ukazatelích, tj. na tvorbě HDP, na zaměstnanosti, na celkových investicích, přínosy v daňové oblasti atd.

Satelitní účet cestovního ruchu zpracovává řada zemí. Podle propočtů expertů Světové rady cestování a turistiky se očekává komplexní přínos cestovního ruchu v EU na tvorbě HDP 12,8 %. Zaměstnanost vyvolaná cestovním ruchem ve stejném roce by měla dosáhnout 12,3 % všech pracovních míst. Podle oficiálních informací Českého statistického úřadu se cestovní ruch podílel 4,5 % na HDP v ČR. Hrubý domácí produkt regionu představuje více jak jednu desetinu hrubého domácího produktu České republiky.

Dominantní postavení v ekonomice regionu zaujímá zpracovatelský průmysl (téměř 25 %), zemědělství s bohatou tradicí zejména v jižních okresech kraje představuje podíl necelých 5 % a stavebnictví zhruba 9 %. Značný podíl na ekonomice regionu si udržuje obchod a opravy spotřebního zboží, mezi odvětví s velkou vahou se řadí i tzv. komerční služby (správa a prodej nemovitostí, služby pro podniky, výzkum a vývoj).

Technické okolí

V souvislosti s globalizací a následnou standardizací neustále roste i vliv automatizace, a to především v důsledku jejího dokonalejšího a masovějšího využívání, zkracuje se čas potřebný na přepravu lidí i zboží, vznikají nové služby. V oblasti informačních technologií jde především o zdokonalování administrativní, telekomunikační a výpočetní techniky včetně masového rozvoje Internetu a zkvalitňování centrálních rezervačních systémů.

³ Destinace = určení

Sociokulturní okolí

Sociokulturní prostředí výrazným způsobem ovlivňuje cestovní ruch, zvláště vztahy místního obyvatelstva k turistům mohou pozitivně, ale i negativně ovlivňovat celkový prožitek turistů z cesty a pobytu. Proto je zapotřebí sledovat, jak rozvoj cestovního ruchu ovlivňuje každodenní život místního obyvatelstva.

Trendy vývoje cestovního ruchu

V porovnání s předchozím obdobím nastalo od roku 2000 mírné oživení cestovního ruchu i v České republice, které se projevilo zejména v příjezdovém cestovním ruchu, což potvrdily jak statistické informace, tak subjektivní hodnocení ze strany organizací a institucí působících v cestovním ruchu. Výše uvedené dokládá následující tabulka, která byla převzata od ČSÚ:

Tab. IV Trendy vývoje cestovního ruchu

Příjezdy (v tis. osob)		Celkem	v tom ze		
			sousedních států	států s vízovou povinností	ostatních států bez vízové povinnosti
1999	a	100 832	78 553	311	21 968
	%	98,1	98,1	85,9	97,9
2000	a	104 246	81 503	448	22 295
	%	103,4	103,8	144,4	101,5

Specifické formy cestovního ruchu

V současné době se stále více ukazuje význam a důležitost nových specifických forem CR. Z těch, které jsou pro Jihomoravský kraj nejvýznamnější, se jedná o všechny formy agroturistiky a kongresové turistiky.

Ubytovacích kapacit zahrnutých do kategorie agroturistika využilo v roce 2000 v České republice 22 027 hostů, z nichž bylo 6 393 cizinců. Průměrná doba pobytu v agroturistice dosáhla vloni v České republice 4,3 dne. Nejvíce hostů zaznamenávají agroturistická zařízení z Německa, Holandska a Polska. Očekává se další zvyšování podílů agroturistiky na celkovém trhu. Šanci mají všechny venkovské regiony a mikroregiony,

jejichž nabídka produktů v agroturistice je specifická vzhledem k tradicím a místu a odlišná od nabídky v podobně profilovaných konkurenčních destinacích.

Kongresový cestovní ruch, tedy cestovní ruch, jehož hlavní je účast na kongresu, sympoziu, veletrhu, výstavě nebo podobné akci. Významným rysem kongresového cestovního ruchu je ekonomický přínos pro hostitelskou kongresovou destinaci. Kongresoví hosté a účastníci jsou považováni za nejvíce utrácějící turisty. Jejich vydání jsou v průměru 2-3x vyšší než vydání průměrného turisty. To činí kongresový cestovní ruch velmi atraktivní pro všechny tradiční turistické destinace a také se zvyšuje na tomto poli konkurence.[16]

Rozlišení druhů a forem cestovního ruchu

Podle způsobu organizace lze rozlišit turistiku hromadnou (*masovou*) a individuální. Za hromadnou turistiku je považována organizovaná turistika různé délky, jednodenní či vícedenní, zajišťovaná různými druhy dopravy. Tato forma je závislá na zajímavé nabídce poskytovatelů zprostředkovatelských služeb a množství zajímavých produktů, tzv. balíčků služeb. Je rozšířená v zemích s vyspělejším cestovním ruchem. Pro tuzemsko je typičtější individuální cestování a přímá rezervace služeb u jejich poskytovatelů.

Rozdělení druhů turistiky podle klimatických poměrů – letní nebo zimní turistika. Koupání a dlouhodobější pobytová rekreace v prázdninových měsících jsou jednou z nejvyhledávanějších forem turistického ruchu a z hlediska ekonomického pro poskytovatele nejzajímavější. Její nevýhodou je v našich zeměpisných poměrech krátká sezónnost. Tento druh turistiky velmi záleží na kvalitě vody, ať v přírodních nebo umělých koupalištích, na čistotě prostředí a na kvalitě a šíři základních i doprovodných služeb. Zimní cestovní ruch je závislý na množství svahů a dobrého sněhu, vyznačených a udržovaných běžeckých tras a nabídce přírodních či umělých ploch k bruslení a samozřejmě na dostatečně chladném počasí. Region Slovácko disponuje zatím větší mírou poskytování letní turistiky než zimní, ale tento rozdíl již minimalizuje.

Druhy turistiky podle délky pobytu – jednodenní nebo vícedenní pobytová turistika. Jednodenní výlety či zájezdy jsou formou turistiky s menším ekonomickým efektem pro podnikatele a kromě poznávací turistiky jsou často spojovány s návštěvami příbuzných či známých, často jde o rodinné výlety v okolí bydliště. Do této formy turistiky lze zařadit i jednodenní turistiku spojenou s nakupováním, tzv. nákupní turistku i tzv. průjezdní turistiku

při pouhém přejezdu přes území, která se však vhodnou nabídkou služeb může změnit na turistiku vícedenní. Dlouhodobější turistické pobyty, kdy turista utratí v území své peníze za rozmanité služby, jsou z hlediska poskytovatelů služeb nejzajímavější. Jsou podmíněny popularizací atraktivních cílů a nabídkou kvalitních služeb v různém cenovém rozpětí.

Podle zaměření hovoříme např. o těchto formách turistiky: kulturní turistika, venkovská turistika (lze zahrnout i agroturistiku) a další tzv. speciální (specifická) turistiky – cykloturistika, pěší turistika, horská turistika, kongresová turistika, lázeňská turistika, rybářská a myslivecká turistika, návštěva sportovních akcí, vinařská turistika, vodní. Všechny tyto typy turistik může poskytnout i region Slovácko.

2.2.2 Analýza přírodních předpokladů rozvoje cestovního ruchu

Přírodní podmínky mají primární význam při určování funkčního využití území pro cestovní ruch. Jednotlivé komponenty přírodního prostředí určují kvalitu přírodního prostředí a jeho vhodnost pro využívání v cestovním ruchu.

Region Slovácko jako turistický region

Region Slovácko netvoří vzhledem ke svým různorodým kulturním, historickým, přírodním i ekonomickým podmínkám jednotný a z každého pohledu stejnorodý turistický region. Turistům může nabídnout atraktivitu jak mezinárodního významu, tak z pohledu místního i nadregionálního. Rovněž nabídka základních i doplňkových služeb není na území kraje zcela vyvážená. Region můžeme rozdělit na několik turisticky různých destinací podle území.

Břeclavsko

Lednicko-valtický areál se svou člověkem přetvořenou krajinou a s kulturními památkami, starobylý Mikulov, CHKO Pálava s vápencovými skalami, biosférickou rezervací evidovanou v seznamu UNESCO a unikátní flórou a faunou i s historickou Venuší z Dolních Věstonic jsou zónami kulturně poznávacího cestovního ruchu okresu Břeclav. Podobně jako vícedenní pobytový cestovní ruch v okolí vodní plochy Novomlýnských nádrží je zde turistika soustředěna především do teplých jarních a letních období roku. Rovinatý reliéf krajiny je vyhledáván cykloturisty a pěšími turisty, pěstování vinné révy je základem vinařské turistiky, četné vodní plochy rybníků Pohořelicka a vody řek jsou využívány k rybářskému sportu. Poloha okresu na transevropské trase Balt-Jadran je příčinou značného množství tranzitujících turistů.[14]

Hodonínsko

Převážně rovinaté Hodonínsko a Uherskohradištsko s teplým klimatem a zemědělským charakterem včetně pěstování vinné révy je důvodem návštěvy turistů v tomto území zejména v letních měsících, často individuálně, na kolech. Unikátní Baťův kanál, krajina Pomoraví, slovácký folklór a národopisné slavnosti ve Strážnici lákají množství turistů nejen tuzemských. Jako jediné město v kraji je Hodonín lázeňským městem. Krásná příroda CHKO Bílých Karpat s biosférickou rezervací evidovanou v seznamu UNESCO, CHKO Chřiby přivádí pěší turisty a má své příznivce venkovské turistiky.[13]

Uherskohradištsko

Uherskohradištsko charakterizuje bohatá kulturní tradice, vyrůstající z lidové kultury – folklóru. Jedinečnou kulturní tradici představují Vlčnovské slavnosti s Jízdou králů, Dolňácké slavnosti v Hluku, přehlídky národopisných souborů, festivaly dechových hudeb či festival lidových nástrojů s mezinárodní účastí. Kulturní význam regionu umocňuje i blízkost památného Velehradu. Velehrad je známým poutním místem. V regionu patří k nejstarším stavebním památkám raně gotický hrad Buchlov, dále je to tvrz v Hluku a kaple sv. Alžběty v Uh. Hradišti. Renesance je v Uh. Hradišti zastoupena domem Slunce na Masarykově náměstí, v Uh. Brodě nádvořím Panského domu a v Uh. Ostrohu zámkem. Z barokních památek je jedinečně řešený areál zámku v Buchlovicích. Rovněž výjimečnou barokní stavbou je bazilika Nanebevzetí P. Marie a Cyrila a Metoděje na Velehradě, dále farní kostel sv. Františka Xaverského, morový sloup, lékárna U Zlaté koruny v Uh. Hradišti, sloupová síň muzea J. A. Komenského, farní kostel Neposkvrněného početí P. Marie, Panský dům v Uh. Brodě a řada dalších. [28]

Zlínsko

Oblast Zlína a okolí nabízí zajímavé přírodní lokality. Ve Zlíně a okolí můžete obdivovat pozoruhodné památky, například gotický kostel v Tečovicích, barokní zámek v Napajedlech, hrad Malenovice, zlínský "mrakodrap" a otrokovický Společenský dům. Zlínsko nabízí bohaté kulturní a společenské vyžití, k čemuž přispívají zdejší muzea, krajská galerie, divadlo a filharmonie. K příjemné atmosféře lázeňského centra Luhačovic přispívá muzeum i kulturní program běžící po celou lázeňskou sezonu. Zlínsko nabízí také řadu příležitostí ke sportování jako jsou tenisové kurty a haly, kuželny, fitcentra, region nabízí bohaté možnosti plavání, letní dovolené u vody, můžete se plavit po Baťově kanálu nebo lyžovat po hřebenech Vizovických vrchů.

2.2.3 Analýza nabídky

Analýza historických a kulturních předpokladů rozvoje

Region Slovácko je území s velikou četností turisticky lákavých historických měst a kulturních památek. Za poslední desetiletí se jejich technický stav podstatně zlepšil. Návštěva hradů, zámků, galerií a muzeí v nich umístěných, procházky spojené s nákupy v historických místech nebo pěší či cyklistické výlety po trasách mezi jednotlivými památkami jsou nejoblíbenější aktivitou cestovního ruchu v kraji. I když se nabídka využití památek v turistickém ruchu zlepšuje, stále je v regionu Slovácko mnoho objektů a atraktivních prostorů, které by mohly být kvalitněji i intenzivněji využívány. Rezervy je třeba hledat v rozšíření průvodcovských služeb, otevíracích časů objektů, bohatší a kvalitnější nabídce programů, vybavení objektů hygienickými zařízeními a informačními službami, vybudování míst s občerstvením, prodejem suvenýrů a upomínkových předmětů a místně specifických produktů, ale také v zajištění bezpečného parkování či vybudování dobrého orientačního systému.

Okres Břeclav

Unikátní památkou přírody přetvořené člověkem je Lednicko-valtický areál, zapsaný v roce 1996 do Seznamu světového kulturního a přírodního dědictví UNESCO. Řada solitérních objektů, loveckých zámčků a dalších památkových objektů se rozkládá na ploše 200 km². Nejvyhledávanějšími turistickými objekty jsou národní kulturní památky – barokní zámek ve Valticích a gotizující zámek v Lednici, zasazený do zahradního parku, který patří ke světově významným dílům zahradního umění. Zámek ve Valticích s průměrnou návštěvností 44 tis. návštěvníků, Lednický zámek se 130 tisíci návštěvníky patří mezi nejoblíbenější zámky v celé České republice. Součástí LVA⁴ je rovněž zámček Pohansko, vyhledávanými turisty se zájmem o slovanskou minulost této země.

Dalším turistickým cílem je Městská památková rezervace Mikulov se svou Dietrichsteinskou hrobkou, největší židovský hřbitov na jižní Moravě a zámek s vinařským muzeem, který ročně navštíví na 56 tis. návštěvníků. Vzrůstá zájem o vznikající expozici při archeologické rezervaci Burgstall u Pasohlávek, nejsevernějšího opevněného tábora římských vojsk z doby Marka Aurelia.

Dolní Věstonice jsou navštěvované nejen pro svou historickou lidovou architekturu a pozoruhodně sochařsky vyzdobený kostel, ale návštěvníci hledají zejména stopy lovců mamutů, symbolizované světoznámou Věstonickou Venuší. Historicky lákavé jsou rovněž Hustopeče s renesančními domy, Klobouky u Brna s technickou památkou – větrným mlýnem, Diváky s památníkem bratří Mrštíků a řada dalších obcí s typickou vesnickou architekturou.

Okres Hodonín

Mezi nejvyhledávanější památky okresu patří národní kulturní památka zámek Milotice, zasazený do krásného areálu francouzského parku. Původně středověká vodní tvrz byla v 16. století přestavěná na zámek. Jeho návštěvnost se rok od roku zvyšuje a v současné době je na 20 tis. návštěvníků ročně. Zámek ve Strážnici byl původně gotický hrad, který byl založen v druhé polovině 13. století. Dnes je sídlem Ústavu lidové kultury. V zámku je výstavní expozice – Nástroje lidové hudby v České republice. V blízkosti zámku je skanzen lidové architektury. Originální památkou je templářská tvrz v Čejkovicích a pověstné templářské sklepy. V okresním městě Hodonín je umístěna Galerie výtvarných umění Hodonín s množstvím hodnotných uměleckých děl. Roční návštěvnost galerie je více jak 5 tis. osob. Valy u Mikulčic jsou archeologickou památkou, jedním z center Velkomoravské říše za knížete Mojmíra a Rastislava.

Okres Uherské Hradiště

V regionu patří k nejstarším stavebním památkám raně gotický hrad Buchlov, založený kolem poloviny 13. století králem Přemyslem II. Otakarem. Dále je to tvrz v Hluku a kaple sv. Alžběty v Uh. Hradišti. Renesance je v Uh. Hradišti zastoupena domem Slunce na Masarykově náměstí, v Uh. Brodě nádvořím Panského domu a v Uh. Ostrohu zámkem. Nejvíce je zde zachováno barokních památek, z nichž nejvýznamnější je jedinečně řešený areál zámku v Buchlovicích, jenž bývá někdy přisuzován italskému architektu D. Martinellimu. Rovněž výjimečnou barokní stavbou je bazilika Nanebevzetí P. Marie a Cyrila a Metoděje na Velehradě. Baroko dále reprezentuje farní kostel sv. Františka Xaverského, morový sloup, lékárna U Zlaté koruny v Uh. Hradišti, sloupová síň muzea J. A.

⁴ LVA – Lednicko – Valtický areál

Komenského, farní kostel Neposkvrněného početí P. Marie, Panský dům v Uh. Brodě a řada dalších.

Z pozdější doby patří k architektonickým zajímavostem novogoticky přestavený zámek Nový Světlov u Bojkovic, novorenesanční budova gymnázia, komplex budov někdejšího krajského soudu z poč. 20. století, nebo vzácná funkcionalistická stavba spořitelny v Uh. Hradišti. Z lidové architektury jsou zachovány jen ojedinělé objekty, a to jedinečný komplex vinných búd a selský dům ve Vlčnově, selský dům v Topolné a hrnčířská dílna v Tupesích, z níž pochází známá tupeská keramika.

Analýza přírodních atraktivit

CHKO Pálava

Chráněná krajinná oblast Pálava je velkoplošné chráněné území na ploše cca 83 km², zahrnující jak malebné vápencové kopce Pavlovských vrchů, tak zbytky lužního lesa a mokřadů v okolí řeky Dyje. Jde o území s bohatou lesostepní květenou i zvířenou a s teplomilnými doubravami i památkami historického osídlení. Vzhledem ke svému významu je území od roku 1986 zahrnuto do sítě biosférických rezervací UNESCO.

CHKO Pálava je rozdělena do 4 zón odstupňované ochrany přírody. Turistický nápor na území je v posledních letech značný, a to celoročně, zejména však v letní sezóně. Území CHKO je dostupné jak z Lednicko-valtického areálu, tak z historického Mikulova, ale je i místem výletů rekreantů od Novomlýnských nádrží. Převažuje pěší turistika, cykloturistika a zájem je i o horolezectví. Je zřejmé, že v CHKO Pálava je potřeba hledat nové možnosti usměrňování cestovního ruchu, které umožní návštěvníkům těšit se z přírody, avšak současně ji neničit. [24]

CHKO Bílé Karpaty

Rozsáhlé území CHKO Bílé Karpaty o rozloze 715 km², zasahující severovýchodní část okresu Hodonín, je z valné části odlesněné horské pásmo s typickými květnatými horskými loukami, rozptýlenou zelení a velmi bohatou květenou, s podobou krajiny, která se díky šetrnému způsobu hospodaření příliš nemění. Byla vyhlášena v roce 1980 a jako uznání jedinečných přírodních, kulturních a estetických hodnot byla v roce 1996 zařazena mezi biosférické rezervace UNESCO. Území je turisticky využitelné celoročně, zejména pěší turistikou a cykloturistikou.[23]

CHKO Chřiby

Horské pásmo Chřiby zabírá plošně nevelkou oblast střední Moravy a odděluje severní rovinatou Hanou od jižních rovin Moravského Slovácka. Nejvyšších výšek dosahují vrcholy Brdo (586 m), Ocásek (553 m), Hrad (551 m), Jílová (544 m), Holý kopec (548 m), Lenivá hora (462 m), Kozinec (494 m).

Severní částí pohoří Chřiby protéká řeka Morava a na jeho svazích pramení množství drobných potoků a říček, které se do Moravy vlévají. Podnebí řadí Chřiby mezi mírně teplé oblasti. Teploty v zimních měsících se pohybují kolem -2 - -4°C, v letním období dosahují cca 16 - 18°C. Počet dnů se sněhovou pokrývkou je přibližně 60 - 80, počet letních dnů je cca 40 - 50.

Chřiby jsou velmi zajímavou oblastí z hlediska přírodovědného i historického. Nalezneme zde velmi hodnotné lokality krajinářské i přírodovědné, romantická lesní zákoutí, skaliska, studánky, potoky, hluboká údolí i místa s dalekým rozhledem. Mnohé z nich jsou opředeny zajímavými pověstmi.

V oblasti Chřibů můžeme snadno najít nemalé množství převážně přírodních zajímavostí - od různými způsoby utvářených skalních masívů až po chráněnou faunu či flóru. Různé formy skalisek zastupují Kozel, Budačina a neméně pozoruhodná Kazatelna, z památek lze jmenovat hlavně celému pohoří vévodící hrad Buchlov, dále zámek v Buchlovicích, pověstmi opředenou zříceninu hradu Cimburka a stříleckého hradu. Zejména pro historiky pozoruhodným objektem je nedávno vybudovaný archeoskanzen v Modré, který zobrazuje život ve starších dobách. Turisty zase jistě zaujme nejvyšší vrchol Chřibů - Brdo - s rozhlednou, která nabízí velkolepý rozhled takřka po celém kraji. [15]

2.2.4 Analýza infrastruktury cestovního ruchu

Ubytovací a stravovací zařízení

Region Slovácko disponuje dostatečným množstvím ubytovacích zařízení. Nachází se zde několik stovek hotelů, penzionů, kempů, restaurací, vináren, vinných sklepů. Počet hotelů evidovaných na oficiálních webových stránkách regionu Slovácko je 98, kempů je pouze 34. Zbývající ubytovací kapacity jsou řešeny formou lázeňských domů, rekreačním

zařízením, chatami, chalupami, ubytováním v soukromí, turistickými ubytovnami, penziony a motely.[14]

Sportovně rekreační předpoklady rozvoje cestovního ruchu

Pěší turistika

Pěší turistika patří dnes ke klasickým aktivitám trávení volného času. Je vyhledávaná lidmi mladými, ale rodinami s dětmi a seniory. Většina území regionu Slovácko vytváří podmínky vhodné pro rozvoj pěší turistiky.

Cykloturistika

Cykloturistika je jedna z velmi rychle se rozvíjejících forem trávení volného času nejenom v zahraničí, ale i v České republice. Obliba cykloturistiky nadále roste. Jedná se také o jednu z rekreačních forem, která splňuje požadavky na ekologická kritéria cestovního ruchu.

Cykloturistika je:

- nejekologičtější druh dopravy,
- příznivě ovlivňuje zdraví a kondici obyvatelstva a podporuje zdravý životní styl,
- je minimálně ekonomicky nákladná,
- většina cílů (míst) je tímto druhem dopravy dostupná,
- umožňuje bezprostředně vnímat krajinu kolem sebe,

Cyklistice se v poslední době věnuje hodně pozornosti. Některá města jako Břeclav (opakem je Uherské Hradiště a Uherský Brod), zvládli velmi dobře městskou cyklistiku. Prakticky celým městem vedou vedle cest pro motorová vozidla také pruhy vyčleněné přímo pro cyklisty.

Mototuristika

Moturistika zůstává velmi důležitou součástí rekreačních aktivit a počet návštěvníků, kteří přijíždějí do regionu Slovácko autem je mnoho. Dopravní dostupnost byla popsána výše. Kvalita silnic I. a II. třídy je dobrá, kvalita silnic III. třídy a výše je horší a patří k slabinám rozvoje cestovního ruchu.

Zimní sporty a turistika

Zdejší lyžařská střediska poskytují podmínky pro všechny druhy zimních sportů. Zimní střediska jsou: Koprník, Velká Javořina, Stupava, Strání. Ve středisku Lopeník-Mikulčín vrch jsou připraveny tři sjezdové tratě s vlekem a pětikilometrový běžecký okruh. Hřebenová trasa Bílých Karpat spojuje Lopeník s Velkou Javořinou, kde jsou tři kvalitní sjezdovky s vlekem. Další zimní střediska v Bílých Karpatech najdete také v lyžařských střediscích ve Strání a v Nezdenicích, kde je vám k dispozici i sjezdovka s umělým zasněžíváním a osvětlením. Kvalitní sjezdovku se sněhovými děly najdete též ve Chříbech, na Stupavě. Vhodným pro lyžaře je i údolí Ždánického lesa v obci Uhřice. Lyžařský svah s umělou hmotou v Uherském Hradišti-Jarošově nebo ve Zlíně je vhodný, pokud nejsou dobré sněhové podmínky.

Letní sporty a turistika

Zdejší příroda vytváří podmínky pro množství nejrozličnějších aktivit jako jsou pěší turistika, cykloturistika, rekreace u vody, vodní turistika, plavba nejen po Baťově kanále, rybaření, lov, jezdectví (hipoturistika) a horolezectví. Region Slovácko disponuje velkou nabídkou letní turistiky. Nejvíce turistů také přijíždí do toho regionu v tomto ročním období.

2.3 SWOT analýza

SWOT analýza shrnuje základní analytické poznatky o faktorech, které je možné využít ve prospěch regionálního rozvoje regionu Slovácko (silné stránky a příležitosti) a faktorech, kterým je třeba navrhovanou regionální strategií čelit, resp. je eliminovat (slabé stránky a ohrožení).

2.3.1 Silné stránky

- Výhodná geografická poloha regionu Slovácko, zejména z pohledu zahraničního turismu,
- Dobré možnosti nejen venkovské turistiky,
- Velké množství vodních ploch využitelných pro turistiku, rybaření, vodní sporty,
- Výskyt významných přírodních atraktivit, které jsou zároveň úspěšnými turistickými destinacemi (CHKO Pálava, CHKO Chříby, CHKO Bílé Karpaty),

- Vinařství,
- S výjimkou velkých měst jde o území s relativně vysokou kvalitou životního prostředí,
- Narůstající zájem o domácí cestovní ruch,
- Zvýšení počtu turistů ze zahraničí v posledních letech,
- Společná hranice se zemí EU,
- Snadná dostupnost z celého území regionu Slovácko z velkých městských aglomerací v ČR i zahraničí (Praha, Brno, Vídeň, Bratislava),
- existence informačních center,
- existence internetových stránek jednotlivých obcí, mikroregionů, euroregionů, regionů, krajů, které zahrnuje region Slovácko,
- Příznivé demografické ukazatele ve většině okresů ve srovnání s republikovým průměrem,
- Nadprůměrná vzdělanostní úroveň regionu,
- Vysoký podíl ekonomicky aktivních obyvatel zaměstnaných ve službách,
- Obecné povědomí o přátelské povaze a pohostinnosti obyvatel regionu,
- Vznik regionu Slovácko jako zastřešující instituce,
- Spontánní aktivita institucí a subjektů ke sdružování a podnikání v oblasti cestovního ruchu,
- Dostatečný počet informačních center ve vztahu k počtu turisticky významných oblastí,
- Dostatek existujících materiálů pro strategický rozvoj cestovního ruchu v jednotlivých oblastech,
- Zvýšený zájem o domácí cestovních ruch,
- Území s vysokým potenciálem kulturně orientovaného turismu (četnost a rozmanitost kulturních památek),
- Jedinečné archeologické lokality,
- Množství technických památek,
- Památky na seznamu UNESCO (Lednicko-Valtický areál),
- 2 biosférické rezervace na seznamu UNESCO (Pálava, Bílé Karpaty),
- 3 turisticky významné CHKO (CHKO Chřiby, CHKO Pálava, CHKO Bílé Karpaty),
- Vysoký nabídkový i poptávkový turistický potenciál regionální metropole,

- Množství značených turistických a cykloturistických tras,
- Bohatá nabídka kulturních a folklórních tradičních akcí, zachovalá lidová architektura,
- Existence mezinárodního letiště Kunovice,
- Mezinárodně známé a navštěvované akce (Včnovské hody, pout' na Velehradě),
- Mimořádně vhodné terénní podmínky pro rozvoj cykloturistiky.

2.3.2 Slabé stránky

- Ochranná pásma a podmínky ochrany území zdrojů limitující rozvoj cestovního ruchu v regionu Slovácko,
- Zemědělské využití jižních částí regionu Slovácko,
- Znečištění vodních toků v nížinných oblastech limituje jejich rekreační využití,
- Nevyhovující stav technické infrastruktury, zejména v turisticky významných oblastech,
- Výrazná sezónnost cestovního ruchu s převahou letní turistiky,
- Poškození krajiny velkovýrobními formacemi zemědělského hospodaření,
- Nedostatek vlakových a autobusových spojů mezi turisticky významnými obcemi regionu Slovácko,
- Neuspokojující stavebně-technický stav některých kulturních památek,
- Nedostatečně rozvinuté služby u vodních rekreačních ploch,
- Nedostatečně rozvinuté služby podél cyklistických tras,
- Rozpor mezi tlakem na komerční využívání památkově chráněných objektů a limity využití památek,
- Limitované využití zvláště chráněných území přírody, zejména národních rezervací v souvislosti s nezbytností respektování jejich zákonných ochranných podmínek,
- Absence rozvinutých služeb podél vinařských stezek pro individuální turisty,
- Nedostatečné využití potenciálu letiště Kunovice,
- Stále ještě nedostatečná jazyková vybavenost osob v cestovním ruchu,
- Vysoký podíl ekonomicky aktivních obyvatel vyjíždějících za prací z jednotlivých, zejména venkovských obcí,
- Průměrná mzda v oboru ubytování a stravování je trvale nižší než průměrná mzda, v celém průřezu ekonomických činností v národním hospodářství,

- Malá vzájemná spolupráce mezi turisticky významnými místy v regionu,
- Nedostatečná podpora úspěšným produktům v cestovním ruchu.

2.3.3 Příležitosti

- Využívání geografické polohy pro rozvoj turistiky,
- Zlepšení rekreační funkce vodních toků a ploch,
- Prodloužení hlavní turistické sezóny,
- Zvýšení počtu turistů ze zahraničí,
- Umístění některých významných evropských institucí ve velkých městských aglomeracích,
- Rozložení návštěvnosti do dalších turisticky zajímavých lokalit,
- Napojení na síť UNESCO památek, příprava a rozvoj UNESCO turistiky,
- Rozvoj kongresové turistiky,
- Rozvoj sportovních a rekreačních areálů,
- Zatraktivnění a zkvalitnění služeb podél cyklotras, vinařských stezek a turistických tras,
- Využití léčebných a geotermálních zdrojů regionu Slovácko (lázně Luhačovice, Hodonín, Smrad'avka),
- Zvýšení atraktivity letiště Kunovice jako brány do regionu,
- Atraktivní a odborné zpřístupnění archeologických památek,
- Využití nadprůměrné vzdělanostní úrovně obyvatelstva regionu v cestovním ruchu,
- Zvýšení podílu ekonomicky aktivních obyvatel zaměstnaných ve službách cestovního ruchu,
- Zvýšení nabídky pracovních míst ve venkovských obcích v turisticky atraktivních oblastech,
- Zvýšení jazykové vybavenosti osob aktivních v cestovním ruchu,
- Využití zkušeností obdobných zahraničních modelů při managementu destinace.

2.3.4 Ohrožení

- Vliv konkurenčních destinací v zahraničí,
- Snižování počtu turistů,
- Další zhoršení stavu technické infrastruktury, zejména silnic II. a III. třídy,

- Zhoršení dostupnosti atraktivních míst na venkově,
- Další znečišťování vodních toků a rekreačních vodních ploch,
- Ohrožení rázu venkova a lidové architektury (zejména devastace novou výstavbou),
- Zkracování průměrné délky pobytu v důsledku nízké nabídky pro aktivní trávení volného času,
- Snížení celkového počtu turistů a návštěvníků,
- Snížení opakovaných návštěv turistů,
- Zhoršování stavebně-technického stavu kulturních památek,
- Trvalé zhoršování kvality vodních nádrží,
- Nadměrná koncentrace návštěvnosti v některých lokalitách,
- Odliv zaměstnanců z odvětví v důsledku stagnujících mezd,
- Stagnace kvality poskytovaných služeb v cestovním ruchu,
- Přetrvávající jazykové bariéry s negativními vlivy na zážitky a zkušenosti zahraničních turistů,
- Nepřilákání určitých segmentů turistů z titulu nedostatečné nebo nedokonalé propagace.

2.4 Shrnutí poznatků analytické části

V druhé části diplomové práce jsme si charakterizovali konkrétně region Slovácko. Charakterizovali jsme ho z hlediska věcného a všeobecného jako je charakteristika regionu, obyvatelstvo, průmysl, ekonomika regionu atd. V dalších částech jsme si popsali konkrétní produkty, které region může nabídnout. Charakterizovali jsme jednotlivé části regionu, jeho kulturní, historické i přírodní památky.

Charakterizovali jsme si trendy v cestovním ruchu, typy turistů v souvislosti s regionem, možností a nabídkou turistických destinací regionu Slovácko. Z hlediska nabídky cestovního ruchu region Slovácko disponuje nepřehledným množstvím kulturních, historických i přírodních památek. Nejvýznamnější památky v dané oblasti jsme si okrajově popsali.

Sestavením SWOT analýzy jsme si charakterizovali silné a slabé stránky regionu jako vnitřní faktory, dále pak příležitosti a ohrožení jako vnější faktory působící na region Slovácko. Ze SWOT analýzy jasně vyplývá, že v regionu převažují silné stránky nad

slabými, což je dáno tím, že region Slovácko zpracovává projekty, má vytvořenou strategii regionu Slovácko, kterou neustále aktualizuje a upravuje dle nově vzniklých situací na trhu.

III. PROJEKTOVÁ ČÁST

3 PROJEKT STRATEGIE ROZVOJE REGIONU SLOVÁCKO

3.1 Projekt

„Projekt vymýšlí a charakterizuje budoucí činnost nebo dílo a stanoví podmínky jeho realizace, podmínky hodnocení procesuální a reziduální efektivity.“ Stručně řečeno projekt je tedy organizované úsilí k dosažení určeného cíle.

V analytické části jsme analyzovali region jako celek, jeho všeobecné údaje, marketingové okolí, přírodní a památkové, historické a kulturní předpoklady k rozvoji cestovního ruchu a také infrastrukturu cestovního ruchu v regionu. Řekli jsme si, že region Slovácko zaštiťuje navenek společnost Region Slovácko, která sdružuje obce regionu. Region Slovácko již existuje od roku 1996 a za tu dobu společnost začala rozvíjet služby, propagovat region na veřejnosti, zřídila webové stránky regionu, kde informuje nejen o jeho službách, produktech, dále pak vydává čtvrtletně časopis, oznamuje o dění v regionu formou vzniklého ProgRÁM, kde uveřejňuje všechny plánované akce.

Ve SWOT analýze jsme vyhodnotili silné a slabé stránky, ohrožení a příležitosti. Již na první pohled je vidět, že region má co nabídnout, využívá nově vzniklé situace na trhu (vstup ČR do EU), žádá a čerpá finanční prostředky na výstavbu a modernizaci regionu z fondů EU.

3.2 Popis strategie „Rozvoj šetrného cestovního ruchu regionu Slovácko“

Dne 19. října 2000 byla slavnostně zahájena příprava projektu Strategie rozvoje cestovního ruchu regionu Slovácko. Zadavatelem Strategie byla obec Velehrad ve spolupráci s regionem Slovácko – sdružením pro rozvoj cestovního ruchu. Za hlavního řešitele projektu byla na základě veřejné obchodní soutěže vybrána Agentura pro rozvoj cestovního ruchu ARC Mikulov. Finanční prostředky na realizaci v celkové výši 1,6 mil. Kč sdružili obce Velehrad, Hodonín, Uherské Hradiště, Uherský Brod, Veselí nad Moravou. Finanční podporu projektu poskytla také nadace Open Society Fund Praha a část prostředků se podařilo na realizaci získat také v rámci Programu obnovy venkova.

Strategie je základním rozvojovým dokumentem pro realizaci konkrétních projektů a marketingových opatření v celém regionu Slovácko, který je definován jako přirozený

turistický region zahrnující celé území okresů Uherské Hradiště, Hodonín část okresu Zlín a Břeclav.

Hlavním cílem strategie a činnosti regionu bylo navrhnout a současně také realizovat opatření směřující k trvalému rozvoji šetrného cestovního ruchu v regionu Slovácko. Konkrétními cíli celého dlouhodobého projektu rozvoje cestovního ruchu jsou:

- Vytvoření konkurenceschopného regionálního turistického produktu a jeho uvedení na domácí i zahraniční trh cestovního ruchu,
- Podpora rozvoje malého a středního podnikání v regionu,
- Podpora růstu kvality turistických služeb v regionu,
- Návrh funkční regionální struktury cestovního ruchu,
- Zahájení společné koordinace rozvoje cestovního ruchu,
- Podpora aktivit směřujících ke zvýšení úrovně turistiky a k rozšíření její nabídky,
- Využití celého řešeného území pro turistické aktivity směrem k jejímu propojení a k vzájemné specializaci dílčích oblastí (popřípadě obcí a měst),
- Stanovení rozpočtu ke splnění marketingových cílů a opatření, včetně návrhu finančních zdrojů nutných k realizaci zmíněných opatření.

V rámci marketingové studie byly realizovány níže uvedené marketingové průzkumy:

- Terénní průzkumy – probíhaly v obdobích zima, jaro, léto, podzim ve významných turistických centrech regionu – Uherské Hradiště, Uherský Brod, Vlčnov, Bojkovice, Strážnice, Buchlov, Buchlovice, Veselí nad Moravou, Bílé Karpaty.
- Průzkumy v ubytovacích zařízeních – probíhaly ve třinácti ubytovacích zařízeních různých kategorií nepřetržitě po celý rok.
- Průzkumy na veletrzích ČR – probíhaly na veletrzích Regionaltour 2001 v Brně, Holiday World 2001 v Praze a Expotour 2001 v Žilině.
- Specifické průzkumy – probíhaly v okolí Baťova kanálu a v oblasti Bílých Karpat v letních a podzimních měsících 2001. Dále proběhl specifický průzkum v lázních Hodonín a na Hodonínsku.

Kromě analytických zjištění byly při stanovení strategických oblastí také brány v úvahu požadavky a náměty odborné veřejnosti. Na základě výše uvedených principů byly pro region Slovácko vymezeny tyto strategické oblasti a cíle:

Strategická oblast (priorita) 1:

Vybudování **standardní organizační struktury** CR, zajištění koordinace, rozvoj spolupráce

- ⇒ *strategický cíl 1.1.:* Návrh a realizace nové **organizační struktury** CR regionu
- ⇒ *strategický cíl 1.2.:* Vybudování a rozvoj sítě **certifikovaných TIC** regionu Slovácko
- ⇒ *strategický cíl 1.3.:* Vybudování a rozvoj sítě **incoming partnerů** regionu Slovácko
- ⇒ *strategický cíl 1.4.:* Vybudování standardní **DMC** pro region
- ⇒ *strategický cíl 1.5.:* Koordinace aktivit, rozvoj **spolupráce** na regionální, národní a mezinárodní úrovni

Strategická oblast (priorita) 2:

Podpora budování a revitalizace **základní a doprovodné turistické infrastruktury**

- ⇒ *strategický cíl 2.1.:* Vybudování **nových ubytovacích kapacit** v celém regionu (především ubytování hotelového typu)
- ⇒ *strategický cíl 2.2.:* Budování a komplexní **revitalizace rekreačních oblastí** a středisek pro **letní a zimní aktivity** (dovolenou), budování multifunkčních středisek a lokalit
- ⇒ *strategický cíl 2.3.:* Budování a obnova **turistických cílů a aktivit** v regionu (památky, muzea, galerie, řemeslné dílny,...)
- ⇒ *strategický cíl 2.4.:* Budování a rekonstrukce **dopravní infrastruktury** (služeb) ve vybraných oblastech
- ⇒ *strategický cíl 2.5.:* Dokončení systému **cyklotras**, řešení komplexního systému cykloturistiky

⇒ *strategický cíl 2.6.:* Rozvoj ostatní základní a doprovodné **turistické infrastruktury** (pěší trasy, naučné stezky, odpočívadla, hřiště pro děti, atd.)

⇒ *strategický cíl 2.7.:* Obnova a budování **turistických vodních cest** (viz např. Baťův kanál) a lodní dopravy na vodních plochách a tocích.

Strategická oblast(priorita) 3:

Budování (revitalizace) turistické infrastruktury potřebné pro realizaci turistických produktů

⇒ *strategický cíl 3.1.:* Komplexní rozvoj **lázeňské a relaxační infrastruktury** (ubytovací kapacity, relaxační centra, balneoprovozy atd.)

⇒ *strategický cíl 3.2.:* Komplexní rozvoj **vinařské turistické infrastruktury** (trasy, naučné stezky, vinné sklepy, vinotéky, služby atd.) v návaznosti na MVS

⇒ *strategický cíl 3.3.:* Komplexní rozvoj malých a středních komplexů (zařízení) pro **kongresovou a prezentační turistiku**

⇒ *strategický cíl 3.4.:* Komplexní rozvoj kapacit pro potřeby **agroturistiky a venkovské turistiky**

⇒ *strategický cíl 3.5.:* Komplexní rozvoj lokalit a areálů pro zajištění **produktu kulturní akce, a události** (amfiteátry, kulturní zařízení,...)

⇒ *strategický cíl 3.6.:* Komplexní rozvoj ostatních **atraktivit a aktivit** pro různé cílové skupiny a produkty (golf, lovecké možnosti, rybaření, sportovní areály, projekty vojenské historie...).

Strategická oblast(priorita) 4:

Zavedení nové regionální značky a budování image „přátelské turistické destinace“

⇒ *strategický cíl 4.1.:* Tvorba zastřešující **regionální značky** (logotypu) a corporate identity regionu

⇒ *strategický cíl 4.2.:* Realizace komplexní **komunikační strategie** regionu na podporu dobrého image a „regionální značky“

⇒ *strategický cíl 4.3.:* Ostatní systémová opatření pro **zlepšení image** regionu

⇒ *strategický cíl 4.4.:* Zajištění **bezpečnosti návštěvníků** regionu

Strategická oblast(priorita) 5:**Koncepční a marketingová podpora rozvoje cestovního ruchu a realizace produktů**

- ⇒ *strategický cíl 5.1.:* Návrh a realizace všech forem **propagačního mixu** (reklama, podpora prodeje, PR atd.) regionu a jeho produktů
- ⇒ *strategický cíl 5.2.:* Návrh všech forem propagačního mixu jednotlivých **turistických oblastí** regionu
- ⇒ *strategický cíl 5.3.:* Průběžná analýza nabídky produktů (marketingu) **konkurenčních regionů**
- ⇒ *strategický cíl 5.4.:* Monitoring požadavků a **potřeb cílových skupin**, statistická a marketingová šetření v regionu a jeho turistických oblastech
- ⇒ *strategický cíl 5.5.:* Zpracování **strategií rozvoje a produktů pro jednotlivé turistické oblasti** regionu (prioritně pro oblast „Bílé Karpaty“)
- ⇒ *strategický cíl 5.6.:* Vybudování jednotného **rezervačního a informačního systému**

Strategická oblast(priorita) 6:**Tvorba regionálních produktů ; spolupráce na vytváření kooperativních produktů a programů pro různé cílové skupiny**

- ⇒ *strategický cíl 6.1.:* Vytvoření **pilotních** (dlouhodobých) regionálních **produktů**
- ⇒ *strategický cíl 6.2.:* Vytvoření **hlavních produktů** pro „každý rok“ ve vazbě na nosné produkty ČR
- ⇒ *strategický cíl 6.3.:* Tvorba **specifických produktů**
- ⇒ *strategický cíl 6.4.:* Tvorba produktů **orientovaných na akce** a události regionu
- ⇒ *strategický cíl 6.5.:* Tvorba **kooperativních tematických produktů** v rámci regionu JM, ČR a střední Evropy
- ⇒ *strategický cíl 6.6.:* Tvorba produktů pro **jednotlivé turistické oblasti** regionu
- ⇒ *strategický cíl 6.7.:* Ostatní marketingové a **produktově orientované aktivity**

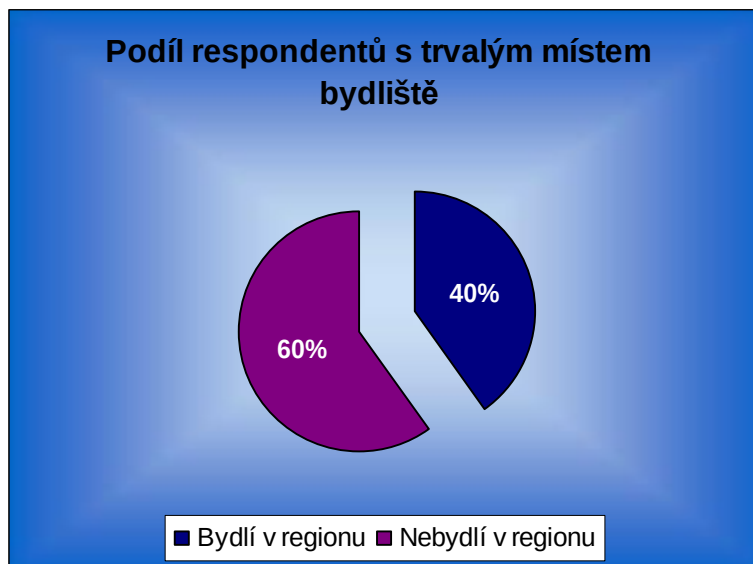
Strategická oblast(priorita) 7:**Podpora (management) kvality základních a turistických služeb a produktů, příprava lidských zdrojů**

- ⇒ *strategický cíl 7.1.:* Podpora **vzdělávání** managementu a personálu v CR (odbornost a jazyková vybavenost)
- ⇒ *strategický cíl 7.2.:* Vytváření systému profesních a tématických **svazů, řetězců a klubů**
- ⇒ *strategický cíl 7.3.:* Podpora **růstu kvality** základních a turistických služeb a produktů
- ⇒ *strategický cíl 7.4.:* Podpora **vzdělávání** pracovníků státní správy a samosprávy (odbornost a jazyková vybavenost)

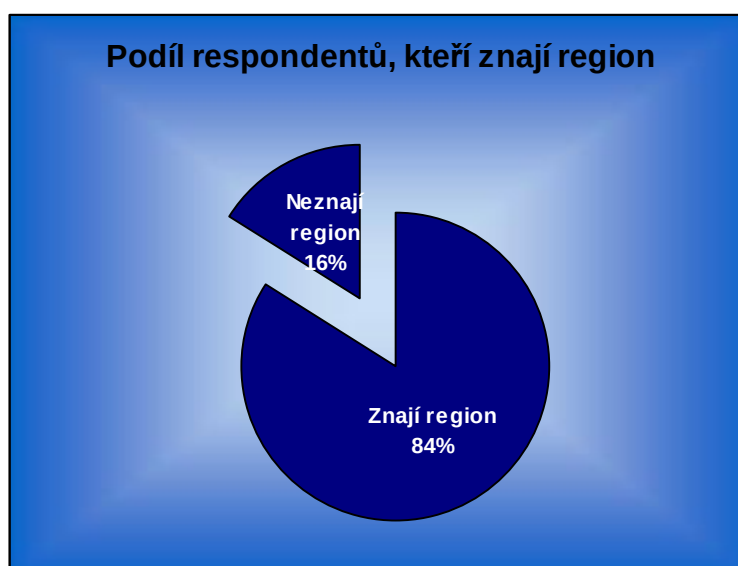
3.3 Výsledky dotazníkového šetření

Před přesnou formulací projektu bych ráda uvedla závěry, které jsem zjistila z dotazníkového šetření, které bylo založeno na základě SWOT analýzy. V dotazníku mne zajímalo zda region Slovácko je v podvědomí, jak obyvatel žijících v regionu, tak obyvatel žijící v jiných částech České republiky. Které památky, kulturní akce, města obyvatelé nejvíce znají a která nejvíce navštěvují. Jaký typ turistiky a s ní spojený typ dopravy a dopravní prostředek nejvíce preferují. Přesná formulace dotazníku viz. příloha.

Celkový počet dotázaných respondentů byl cca 500. Věkový průměr byl 18 - 55 let. Z toho v regionu Slovácko nežije 60 % dotázaných respondentů a z nich neznalo region Slovácko 16 %. Ti, kteří v regionu slovácko žijí, znali region slovácko 100 %.



Obr. 3 Podíl respondentů s místem bydliště v regionu

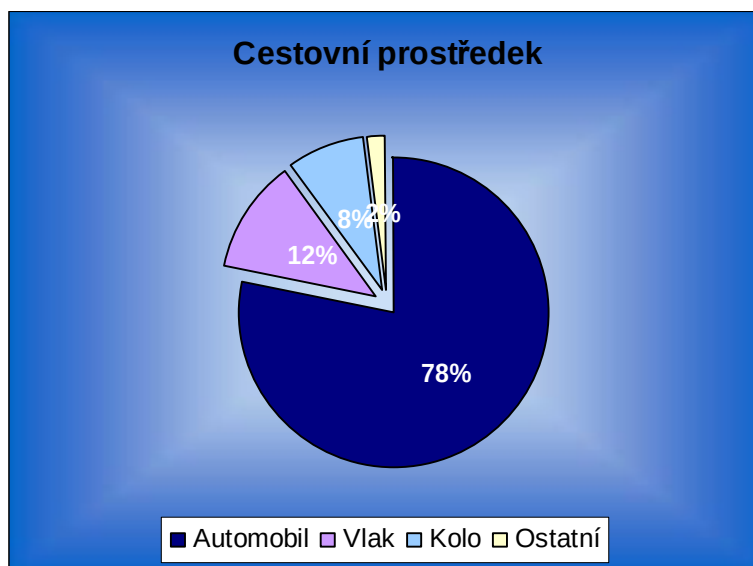


Obr. 4 Podíl respondentů, kteří znají region

Nejznámější města, která se v dotazníkovém šetření umístila více jak 5% jsou vzestupně: Luhačovice, Buchlovice, Lednice, Starý Hrozenkov, Uherské Hradiště, Mikulov, Veselí, Strážnice, Valtice.

Průměrnou dobu pobytu stráveného v regionu Slovácko je 3,875 dnů. Kvalita ubytování byla hodnocena 75 % jako kvalitní a vyhovující. Forma ubytování byla zvolena: chaty a penziony 49 %, kemp 42,5 %, a ubytování u známých 8,5 %. Ostatní formy ubytování dle dotázaných respondentů jsou minimálně využívány.

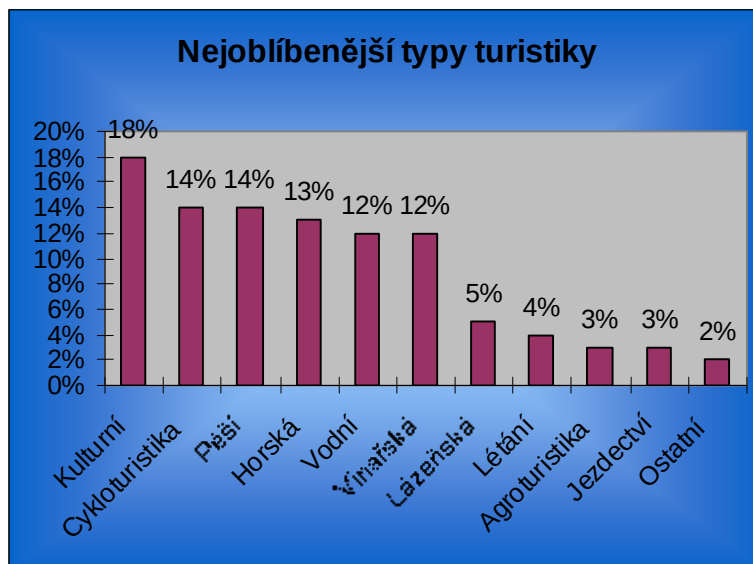
Cestovní prostředek by zvolilo: **auto 83 %**, vlak 10 %, kolo 7 %, ostatní typy cestovních prostředků 0 %. Dopravní dostupnost byla hodnocena **50 % dobrá, průměrná 35 % a nevyhovující 15 %**, jako **kvalitní** dopravní dostupnosti regionu označilo **0 %** dotazovaných.



Obr. 5 Nejpreferovanější dopravní prostředek

Roční období vhodné pro cestování zvolili respondenti následovně (řazeno od nejvíce populárního k nejméně): **léto** (70 %), jaro i podzim (12 %), zima (6 %).

Nejoblíbenějším typem turistiky se staly: **kulturní**, cykloturistika, pěší, horská, vodní, vinařská, lázeňská, létání, ostatní turistiky se umístily stejně, agroturistika a jezdeckví získaly nejméně procent.

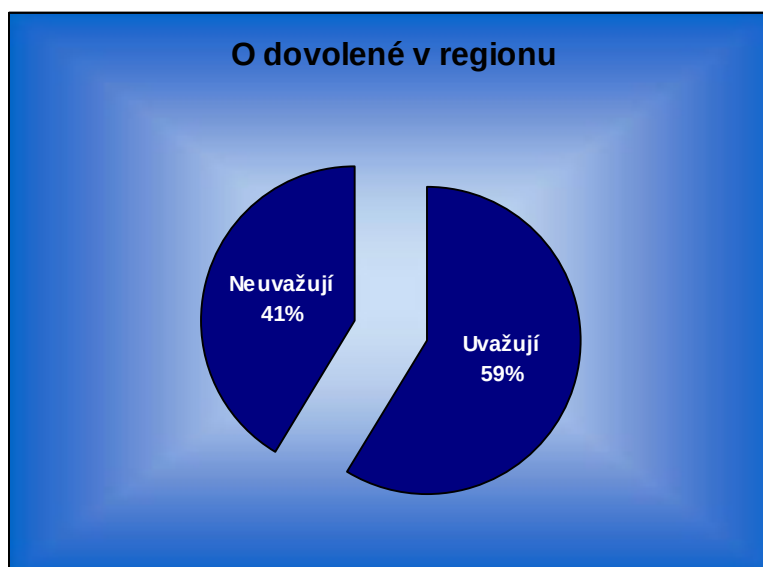


Obr. 6 Nejoblíbenější typy turistů

Nejznámější kulturní akcí se staly: vinobraní, košt vína, jízda králů, folklórní festivaly ve Strážnici, Slovácké hody s právem, Velehradská pouť, Svatováclavské slavnosti v Břeclavi.

Nejznámější památky, které museli účastníci sami dopsat jsou: **hrad a zámek Buchlovice, památník Velké Moravy, Velehrad, skanzen ve Strážnici, Sv. Antoníček, židovské hřbitovy, Lednicko-Valtický areál, zámek Lednice, zámek Mikulov, lázně Luhačovice.**

Internetové stránky zná **50 % dotazovaných, informační centra navštívilo 75 %** a o **dovolené v regionu Slovácko uvažuje 58,7 %.**



Obr. 7 O dovolené v regionu respondenti uvažují / neuvažují

Z dotazníkového šetření vyplývá, že ačkoliv region Slovácko má dobrou propagační strategii, reklamu, vydává časopisy, prodává upomínkové předměty, obyvatelé České republiky mají v podvědomí ty největší, nejznámější a nejdéle propagující se památky. Ostatní historické, kulturní, přírodní poklady regionu, které jsou nově vzniklé, opravené, zrestaurované, se zatím ještě nedostávají do popředí a podvědomí návštěvníků. Ačkoliv je dostatečné množství literatury, výborně zpracovaná webová stránka regionu, časopis region Slovácko, spousta propagačních materiálů, přesto dle mého názoru není takový úspěch těchto forem propagací jaký by se dal očekávat. Velmi pozitivní je, že o dovolené uvažuje 58,7 % dotázaných. Dovolenu kterou **již strávili** v regionu z celkového počtu je **65 %** a z dotázaných, kteří žijí v regionu, a již region navštívili je 75 %.



Obr. 8 Podíl respondentů, kteří region navštívili

3.4 Projekt strategie rozvoje regionu Slovácko

Při hodnocení dotazníku byla nejhůře hodnocena dopravní infrastruktura regionu. Přesto, že nejpreferovanějším dopravním prostředkem se stalo auto (83 %), dopravní dostupnost a kvalita cest byla hodnocena spíše jako nevhodná, nekvalitní a nevyhovující, zejména pak cesty II. a III třídy. Návrh projektu strategie rozvoje regionu Slovácko se bude tedy zaměřovat na zkvalitnění dopravní infrastruktury regionu, zejména na vytvoření a posílení mototuristiky v regionu v letním období se zaměřením na kulturní památky. Projekt má být zaměřen na využití příležitostí a odstranění případných hrozeb. V projektu budou navrženy možné způsoby financování a časový harmonogram projektu.

S narůstající globalizací společnosti a evropskými a světovými trendy v oblasti dopravy je třeba zkoumat rozvoj, postavení, úlohu a vzájemné vazby jednotlivých druhů dopravy při zohlednění jejich ekonomických, sociálních a ekologických možností a dopadů.

3.4.1 Stručný obsah projektu

Projekt „**Rozvoj a podpora technické infrastruktury regionu s návazností na mototuristiku při zohlednění životního prostředí,**“ je jedním z dílčích projektů celé strategie regionu. Projekt je podpořen výsledky dotazníkového šetření, opírá se o příležitosti SWOT analýzy a snaží se eliminovat případná ohrožení. Projekt je zaměřen na vytvoření podmínek pro mototuristiku, avšak se snaží eliminovat nutnost potřeby

motorového dopravního prostředku. Návrh jak eliminovat tuto situaci na trhu cestovního ruchu je:

- vytvoření rychlostních komunikací vedoucích mimo města a vesnice regionu,
- vytvoření dostatečného, kvalitního a bezpečnostně hlídaného prostoru pro parkování osobních aut,
- vytvoření autobusových tratí a spojů pro převoz turistů ke kulturním, historickým a přírodním památkám,
- využití bezbariérových přístupů do autobusů,
- vytvoření speciálně upravených autobusů k převozu cykloturistů,
- vytvoření, nabídnutí a využití kvalitních a odborných průvodcovských služeb v předem naplánovaných termínech spojů,
- vytvoření komplexního systému doprovodných akcí,
- využití při provozu dopravních prostředků ekologických pohonných hmot,
- vytvoření návaznosti těchto pravidelných spojů na cyklotrasy, vinařské a naučné stezky,
- zvýšení propagace cykloturistiky,
- zatraktivnění a zkvalitnění služeb podél cyklotras,
- vytvoření služeb podél vinařských, turistických a naučných stezek,
- vytvořit kvalitní a následný rozvoj městské cykloturistiky.

Cykloturistika přináší potřebnou alternativu a udržitelný rozvoj cestovního ruchu, který je vhodný ke zpomalení tempa a zvýšení intenzity prožívání turistických zážitků. Cykloturistika je druhem cestovního ruchu, který má potenciál obohatit turistické zážitky návštěvníků a současně nezatěžuje nadměrně životní prostředí, ani nevyvolává žádné další náklady zúčastněným obcím.

Vytvořením pravidelných autobusových spojů dojde k eliminaci používání nejpreferovanějšího dopravního prostředku, kterým je auto. Tyto pravidelné linky by bylo vhodné zaktivizovat alespoň v hlavní sezóně léta. Pohodlí vlastního dopravního prostředku by bylo nahrazeno luxusními, kvalitně vybavenými, klimatizovanými autobusy, které by Vás

dopravily dle předchozí nabídky na určená místa. Výlety by mohly být plánovány od 2 hodinových až po celodenní, nebo dokonce i týdenní výlety. Výhodou by byla také přítomnost průvodce, který by prováděl po kulturních i historických památkách, seznamoval účastníky s možnými výlety v okolí a koordinoval by jejich chování v přírodních rezervacích apod.

Minimalizace využívání vlastního dopravního prostředku přispěje k omezení zátěže životního prostředí, posílením cykloturistiky dojde k flexibilitě pohybu návštěvníků, k lepší zdravotní i psychické kondici turistů. Využití autobusových spojů by bylo vhodné zkombinovat s právě zmíněnou cykloturistikou. Hromadný dopravní prostředek, přizpůsobený k převozu menšího počtu turistů s vlastními koly, dopraví turisty k trasám určeným pro cykloturistiku a po zvolení typu výletu počká turisty na daném místě a dopraví zpět do ubytovacích zařízení.

Cyklistika je vnímána jako integrální část, která se dělí z hlediska kompetencí do oblasti dopravní obsluhy území a oblasti cykloturistiky. Během posledních několika málo let přestává být pouze individuální záležitostí a plynule přechází do městského i regionálního plánování, koexistuje s dalšími druhy dopravy a přirozenou cestou vznikají nároky uživatelů na dopravní prostor a odpovídající vybavení. Cyklistika jako forma dopravy není menšinovým trendem, ale alternativou k dalším druhům dopravy. Propojení cyklistické infrastruktury formou městských sítí cyklostezek a regionálních sítí cyklotras umožňuje současně plynulý pohyb cyklistů i cykloturistů. Cykloturistika se tak výrazně projevuje i v městském prostředí. Městské cyklotrasy nás mohou dovést bez dopravní zátěže a kolapsů na silnicích do historického jádra města, do městských parků, rezervací, rekreačních oblastí, na koupaliště apod.

Její pozitiva jsou zřejmá – bezhlučnost a nulové emise, finanční a prostorová nenáročnost. Půlhodinka jízdy denně je vynikající prevencí proti civilizačním chorobám, cyklisté nemají tolik problémů s hledáním parkovacích míst, s dopravními kolapsy a zátěží, kolo přispívá k humanitě a družnosti. Jedním z hlavních rizikových faktorů srdečně-cévních nemocí je nedostatek fyzické činnosti. Naopak chůze a cyklistika jako denní činnosti mohou podporovat zdraví prostřednictvím fyzické činnosti, snižovat hluk a znečišťování ovzduší.

3.4.2 Zdůvodnění projektu

Strategické cíle Strategie regionálního rozvoje ČR jsou:

- **minimalizace nároků na čerpání neobnovitelných a šetrné využívání obnovitelných přírodních zdrojů, surovin, energie a minimalizace záboru území,**
- **minimalizace negativních vlivů na prostředí, emisí do ovzduší a vod, kontaminace půd, produkce odpadů i hlukové zátěže a minimalizace potencionálních rizik a havárií,**
- důsledná ochrana, případné rozšíření a zkvalitnění základního přírodního a lidského kapitálu.

Projekt je v souladu, jak se Strategií regionálního rozvoje České republiky, tak s Národní strategií rozvoje cyklistické dopravy.

Cílem současného dopravního plánování je systematická podpora dopravy přátelské k životnímu prostředí. Důvody, které vedly k vytvoření projektu na danou oblast problematiky, vyplývají z nynější situace v regionu. Region za dobu své existence vytvořil dobré marketingové prostředí, zasadil se o zlepšení kulturních, historických i přírodních památek, vybudoval síť certifikovaných TIC v regionu, vybudoval nové ubytovací kapacity v celém regionu, dokončuje systém cyklotras, vytvořil zastřešující regionální značku, vybudoval jednotný rezervační a informační systém a realizuje komplexní komunikační strategii regionu. Neřešením problému vlastních dopravních prostředků, dojde k zahlcení měst a jeho okolí turisty cestující vlastními motorovými prostředky, k dalšímu znečištění životního prostředí, ke zvýšení hlukové zátěže, k čerpání neobnovitelných zdrojů.

Znečištění výfukovými plyny při provozu jízdního kola je nulové, zatímco znečištění těmito plyny z individuální motorové dopravy v devadesátých letech stouplo. Zvýšení podílu cyklistické dopravy nepřímo snižuje hluk v území. Při konkrétních záměrech na podporu cyklistiky je třeba brát v úvahu podle lokalizace i její možné negativní vlivy. Podpora cyklistiky zajišťuje pracovní místa v různých oblastech služeb okolo cykloturistiky, a tím podporuje vytváření střední třídy.

Rekreační cyklistika se projevuje ve formě rurální⁵ turistiky, tak i ve formě městské turistiky. Tato možnost pružné časové a místní přizpůsobivosti podle zájmů turisty činí z cykloturistiky vyhledávanou aktivitu.

Využití cyklistiky k dopravním i rekreačním účelům má ve světě stoupající tendenci a v mnoha zemích se tomuto trendu přizpůsobují služby, plánování i nabídka v dopravě. Tendence zdravého životního stylu je hlavním motivačním faktorem k rozšíření cyklistiky.

Již výše zmíněná Národní cyklostrategie usiluje o vytvoření podmínek pro přeměnu “populární, neregulované” cyklistiky směrem ke “kultivované a systematicky podporované cyklistice”.

Z celého procesu plánování České republiky a výsledného navrhovaného strategického plánu plyne několik důležitých závěrů:

V České republice existují zdroje, které mohou být při dobré organizaci využity tak, aby řešily podporu cyklistické dopravy v zemi. K zajištění toho, aby byly záměry navrhovaného plánu skutečně naplněny, však bude zapotřebí spolupráce, vůle a nasazení všech zainteresovaných složek, včetně občanské veřejnosti.

3.4.3 Možné způsoby financování

Zdroje státního rozpočtu:

1. Státní program rozvoje cestovního ruchu

V roce 2005 vyhlásilo MMR v rámci tohoto programu tři podprogramy:

1. Podpora rozvoje lázeňství

2. *Podpora budování doprovodné infrastruktury cestovního ruchu pro sportovně-rekreační infrastrukturu*

3. Podpora prezentace ČR jako destinace cestovního ruchu

Pro naplňování cílů a opatření Strategie rozvoje regionu Slovácko je důležitý především druhý podprogram, který je určen na podporu budování doprovodné infrastruktury cestovního ruchu pro sportovně-rekreační aktivity. Příjemcem dotace může být občanské

⁵ Rurální turistika = venkovská turistika

sdružení nebo podnikatelský subjekt (právnícká i fyzická osoba). Podpora je poskytována formou systémové investiční dotace, která může dosáhnout max. 50 % celkových způsobilých výdajů akce.

2. Česká centrála cestovního ruchu - CzechTourism

ČCCR podporuje zpracování Programů v regionech Česka dvěma směry. Připravila rámcovou metodiku zpracování Programů a podílí se na jejich spolufinancování. Obě formy podpory - metodická i finanční - jsou navzájem provázány, tzn. že finanční podpora je podmíněna zohledněním rámcové metodiky ČCCR v zadávacím dokumentu Programů. Na přípravě Programů participuje ČCCR také prostřednictvím následujících činností:

- účast ve výběrové komisi na zpracovatele Programů,
- kontrola časového plánu zpracování a věcného obsahu Programů,
- kontrola realizace projektů, které budou výsledkem Programů.

Iniciování vzniku Programů vychází z následujících předpokladů:

1. Zpracování Programů bude plně korespondovat se závěry aktualizovaných programů rozvoje krajů, které se zpracovávají.

2. Zastupitelstva krajů mají zájem tyto strategické dokumenty zpracovat, protože ve většině regionů, příp. turistických oblastí, nebyl tento typ dokumentu prozatím v tomto rozsahu připraven.

3. Vyjádřenou podporu ze strany ČCCR (metodickou a finanční) chápou regiony jako vyjádření vhodné orientace postupu rozvoje cestovního ruchu. Podpora také vytváří podmínky pro alokaci dalších finančních zdrojů v regionech (včetně podnikatelské sféry).

4. Zpracováním Programů přistoupí regiony racionálněji k prezentaci v zahraničí, a to jak formou tiskovin, internetových prezentací, multimediálních prostředků, tak i formou výstavních expozic. ČCCR výsledky projektů zohlední při svém působení na zahraničních trzích.

Národní produkty

Vytvoření systému národních produktů, koncepce jejich propagace a jejich prosazení na zahraničních trzích je součástí základní dlouhodobé Strategie propagace České republiky pro období let 2004 – 2010.

Za národní jsou definovány produkty nabízené (a známé) na celém světě ve stejné podobě. Propagace turistických produktů bude probíhat především prostřednictvím zahraničních zastoupení CzechTourism, které připravují akční plán efektivní propagace a následnou prezentaci těchto produktů zahraničním touroperátorům. Podrobné zpracování produktů připravuje v současné době odbor regionalistiky CzechTourismu.

Cílem Strategie je, aby si v roce 2010 každý Evropan s Českou republikou spojoval **nejen naše hlavní město, ale také následující produkty:**

- Praha,
- Karlovy Vary,
- Český Krumlov,
- Skalní města zahrnující Český ráj, České Švýcarsko a Adršpašsko-teplické skály,
- Olomouc.

2 časové produkty (orientovány na dokrytí tzv. mimo sezónních období)

- Vánoce,
- Slavnosti jara,

Koridor Mnichov - Praha

- Vltavské perly,
- Západočeské baroko A,
- Západočeské baroko B.

A dále fakultativní výlety, které mají za úkol přivést turisty i do dalších oblastí v okolí 5 hlavních produktů. Jsou hvězdicovitými výjezdy z těchto míst, a tak pokrývají i další turistické atraktivitu dané oblasti. Vytvořením nabídky fakultativních výletů z 5 Národních

produktů docílíme opakované návštěvnosti tohoto místa a zároveň strávení delšího časového období na území naší republiky. Cíleně budou propagovány především následující fakultativní výlety tak, aby se postupem času staly dalšími Národními produkty.

Fakultativní výlety v 1. vlně

- Kutná Hora,
- Karlštejn,
- Lednicko-Valtický areál,
- Kroměříž,
- Mariánské Lázně,
- Bečov nad Teplou,
- Třeboň,
- Jindřichův Hradec,
- Hluboká nad Vltavou,
- Litomyšl.

Fakultativní výlety v 2. vlně – vyžadující ještě přípravu produktu

- Příbram,
- Locket,
- Moravský kras,
- Trojúhelník památek UNESCO na Vysočině (Telč, Žďár, Třebíč).

Odbor regionalistiky CzechTourismu si touto cestou dovoluje nabídnout spolupráci regionům a krajům České republiky při tvorbě základního manuálu pro Národní produkty a při propagaci turistické nabídky Národních produktů, jejichž hlavním cílem je vytvořit a prohloubit u potenciálních turistů směřujících do ČR povědomí nejen o již známých regionech, ale i o místech běžným turistou zatím neobjevených.

Základní manuál pro Národní produkty je zpracováván odborem regionalistiky do podoby el. manuálu na CD-ROM s možností tiskových výstupů.

Základní manuál bude obsahovat:

- popis daného místa a blízkých zajímavostí,
- seznam kulturních, sportovních a dalších zajímavých akcí,
- odkazy na webové stránky k dané destinaci a další kontakty,
- informace o dopravě a vzdálenostech,
- informace o ubytovacích možnostech,
- fotografie.

Venkovská turistika

V roce 2005 bude Česká centrála cestovního ruchu - CzechTourism pokračovat v podpoře rozvoje venkovské turistiky a agroturistiky v turistických regionech České republiky. Hlavní pozornost bude i nadále věnována otázce rozvoje lidských zdrojů.

Turistické regiony

Oblasti, pro něž je typický určitý druh turistiky, který jednotlivé prvky dané oblasti spojuje a sjednocuje, ale zároveň i odlišuje od ostatních regionů. Základem pro uplatnění turistického regionu na trhu je existence turistických produktů a turistické nabídky.

Turistické regiony byly vymezeny v letech 1998 - 1999 na základě jednání v regionech. Výsledkem je členění na **15 turistických regionů**. V každém turistickém regionu byl ustanoven koordinátor cestovního ruchu, který mimo jiné zabezpečuje oboustrannou komunikační vazbu s ČCCR. Koordinátoři se podílejí na sjednocování marketingové činnosti subjektů cestovního ruchu v regionech. Výsledkem činnosti je tvorba propagačních tiskovin za celý region, vznik společných regionálních expozic na zahraničních i domácích výstavách a veletrzích, vznik regionálních internetových prezentací, vznik nových regionálních turistických produktů. V současné době se řeší zpracování programů rozvoje cestovního ruchu v turistických regionech - krajích a iniciování vzniku destinačního managementu.



Obr. 9 Turistické regiony České republiky

Zdroj: <http://www.czechtourism.cz/index.php?show=002020000>

- 1. Praha
- 2. Okolí Prahy
- 3. Jižní Čechy
- 4. Šumava
- 5. Plzeňsko
- 6. Západočeské lázně
- 7. Severozápadní Čechy
- 8. Český sever
- 9. Český ráj
- 10. Východní Čechy
- 11. Vysočina
- 12. Jižní Morava**
- 13. Střední Morava
- 14. Severní Morava a Slezsko
- 15. Krkonoše

Domácí cestovní ruch

Cílem České centrály cestovního ruchu - CzechTourism je i podpora domácího cestovního ruchu v České republice a propagace regionů v souvislosti s tuzemskou dovolenou, s rekreačními pobyty a poznávacími výlety s kulturním či sportovním programem.

3. Program obnovy venkova

POV vyhlášený MMR podporuje každoročně řadu projektu se zaměřením na obnovu a rozvoj venkovských oblastí. Významné místo v nich zaujímají projekty cestovního ruchu. Žadateli jsou obce, a mikroregiony a výše podpory na projekty je až 90 %. Region Slovácko je pravidelně úspěšným žadatelem v tomto programu.

V souladu s ustanoveními zákona č. 248/2000 Sb., o podpoře regionálního rozvoje, vyhláší MMR dotační tituly v rámci programu "Podpora regionálního rozvoje".

Tento zákon stanoví podmínky pro poskytování podpory regionálnímu rozvoji s cílem vyváženého rozvoje státu nebo územního obvodu kraje, s tím související působnost správních úřadů, krajů a obcí a vytváří podmínky pro koordinaci a realizaci hospodářské a sociální soudržnosti.

4. Program podpory regionálního rozvoje

1. Regionální program podpory rozvoje průmyslových podnikatelských subjektů na území NUTS2 Severozápad, Moravskoslezsko a dalších regionech

2. Regionální program podpory rozvoje severozápadních Čech a Moravskoslezského regionu

3. Regionální program obnovy a výstavby technické infrastruktury v bývalých vojenských újezdech

4. Regionální program podpory rozvoje hospodářsky slabých a strukturálně postižených regionů

5. Výzkum pro potřeby regionů

Program "Výzkum pro potřeby regionů" byl schválen usnesením vlády dne 26. května 2004.

Program má za cíl podpořit záměry regionální politiky České republiky, které vycházejí ze Strategie regionálního rozvoje České republiky schválené usnesením vlády č. 682/2000 a ze zákona č. 248/2000 Sb., o podpoře regionálního rozvoje a norem a politik Evropské unie.

K programu budou vyhlašovány veřejné soutěže dle zákona č. 130/2002 Sb., o podpoře výzkumu a vývoje. Na základě výsledků těchto veřejných soutěží bude udělována veřejná účelová podpora ve výzkumu.

6. Podprogram Infrastruktura a rekonstrukce

Podprogram Infrastruktura a rekonstrukce je vyhlášený podprogram v rámci programu podpory rozvoje území výrazně postižených redukcí nebo zánikem vojenských posádek. Cílem podprogramu je zmírnění důsledků rušení vojenských posádek prováděných v rámci reformy Armády České republiky a revitalizace území a objektů v kasárnách nebo vojenských areálech související s novým využitím bývalých vojenských objektů a ploch.

Zdroje Evropské unie:

7. Phare

Programy Phare lze rozdělit do těchto čtyř základních kategorií:

- **Národní programy Phare** zahrnují zejména projekty přímo zaměřené na přípravu ČR na členství v EU. Jsou to především projekty pro českou státní správu, které napomáhají přejímání a implementaci *acquis*. Další velmi důležitou součástí Národních programů jsou pilotní investiční projekty v oblasti hospodářské a sociální soudržnosti, které slouží k vytváření a testování struktur pro budoucí účast ve strukturálních fondech.
- **Programy Přeshraniční spolupráce (Phare CBC)** jsou přípravou na účast v iniciativě Společenství INTERREG III. Projekty v rámci těchto programů jsou zpravidla investičního charakteru, realizují se v příhraničních regionech a mají přeshraniční dosah.
- **Mnohonárodní programy implementované ČR** jsou připravovány Evropskou komisí, ale jejich implementace je podobně jako u Národních programů a programů Přeshraniční spolupráce v odpovědnosti ČR (např. LSIF, PPF, ACCESS 2000, Consensus III, atd.).
- **Mnohonárodní programy implementované Evropskou komisí** jsou připravovány a implementovány přímo EK (např. Tempus, ACCESS 1999, atd.). Účast ČR na

těchto programech, za jejichž implementaci ČR neodpovídá, nelze přesně finančně vyčíslit, proto není uvedena ve finančních tabulkách tohoto materiálu.

Phare CBC – Společný fond malých projektů (dále jen SFMP) podporuje projekty neziskových subjektů v česko-rakouském příhraničí zaměřené na přeshraniční spolupráci a různé oblasti, cestovní ruch nevyjímaje. Každoročně je vyhlašována minimálně jedna výzva pro podání projektu. Výše podpory neinvestičních projektů je až 50 tis. EUR a až 90 % rozpočtových nákladů projektu.

8. SROP

Dne 1. února 2005 bylo vyhlášeno 3. kolo výzvy k předkládání individuálních projektů v rámci Společného regionálního operačního programu. Jedná se především o opatření 2.1, 2.2, 3.1 a podopatření 4.2.2. Lhůta pro podání žádostí byla stanovena na 31. března 2005 do 12 hodin. Žádosti se předávají na příslušném sekretariátu Regionální rady.

NUTS III Jihomoravský kraj, kraj Vysočina

Vyhlášená opatření a podopatření:

- Podopatření 2.1.1 - Rozvoj regionální dopravní infrastruktury
- Podopatření 2.1.2 - Rozvoj dopravní obslužnosti v regionech
- Opatření 2.2 - Rozvoj informačních a komunikačních technologií v regionech
- Opatření 3.1 - Infrastruktura pro rozvoj lidských zdrojů v regionech
- Podopatření 4.2.2 - Podpora regionální a místní infrastruktury cestovního ruchu

NUTS III Olomoucký kraj, Zlínský kraj

Vyhlášená opatření a podopatření:

- Podopatření 2.1.1 - Rozvoj regionální dopravní infrastruktury
- Podopatření 4.2.2 - Podpora regionální a místní infrastruktury cestovního ruchu

6. Strukturální fondy EU

Strukturální fondy se zaměřují na snižování rozdílů v úrovni rozvoje různých regionů a na snižování zaostalosti nejvíce znevýhodněných regionů včetně venkovských oblastí. Jsou jádrem evropské strukturální politiky.

V současné době jsou pro podporu opatření regionální a strukturální politiky využívány následující Strukturální fondy EU:

1. Evropský fond regionálního rozvoje (ERDF),

Byl založen v roce 1975 a dodnes je objemem finančních prostředků největším fondem.

2. Evropský sociální fond (ESF),

Založen v roce 1960 a je hlavním nástrojem sociální politiky a zaměstnanosti. ESF je zaměřen na nezaměstnanou mládež, dlouhodobě nezaměstnané a sociálně znevýhodněné skupiny a ženy v rámci všech 3 cílů regionální politiky EU.

3. Evropský zemědělský orientační a záruční fond (EAGGF)

Funguje od roku 1962 a z jeho zdrojů je financován rozvoj venkovských oblastí. EAGGF je rozdělen do dvou sekcí. Orientační sekce podporuje rozvoj venkova v souladu s cílem 1, což se promítá do modernizace a racionalizace zemědělské výroby. Záruční sekce působí v oblastech vývozních kompetencí, stabilizací cen, atp.

4. Finanční nástroj pro orientaci rybářství (FIFG).

Založen v roce 1994 za účelem zajištění financování rozvoje přímořských regionů i rybářského odvětví.

Možné čerpání finančních prostředků na tento typ projektu by bylo z Evropského fondu regionálního rozvoje. ERDF se zaměřuje na investice do výroby určené k vytváření nových nebo stávajících pracovních míst; investice do infrastruktury s různými možnostmi závislými na Cíli 1 včetně transevropských sítí pro regiony zařazené do Cíle 1; investice do vzdělání a zdraví pro regiony zařazené do Cíle 1.

7. Fond Soudržnosti

Fond soudržnosti (byl založen v roce 1993) je doplňkovým fondem, který stojí vedle strukturálních fondů. Je to významný nástroj, který poskytuje finanční prostředky na velké investiční projekty v oblasti životního prostředí a infrastruktury. Možnost čerpat z tohoto fondu mají státy, jejichž HDP je nižší než 90 % průměru EU.

Od 1. 3. 2003 byl na MMR zřízen odbor Řídícího orgánu Fondu soudržnosti, jehož cílem bylo zajistit úspěšné dokončení využívání nástroje ISPA a do 31. 12. 2003 zajistit plnou funkčnost Řídícího orgánu Fondu soudržnosti (usn. vl. č. 102/2002), což odpovídá Národnímu rozvojovému plánu, základnímu dokumentu pro získání finančních prostředků ze strukturálních fondů a Fondu soudržnosti.

MMR, jako Řídící orgán Fondu soudržnosti, koordinuje zprostředkující orgány Fondu soudržnosti, tj. Ministerstvo životního prostředí a Ministerstvo dopravy, a realizační orgány, tj. SFŽP ČR, ŘSD a SŽDC jež jsou odpovědné za celkovou realizaci projektů v daném sektoru tak, aby bylo dosaženo co nejefektivnějšího využívání prostředků vyčleněných EK pro Českou republiku pro období 2004 – 2006.

8. Iniciativy Společenství

Kromě národních programů v Rámci podpory Společenství financují Strukturální fondy také tzv. Iniciativy Společenství. Počet Iniciativ Společenství byl pro období 2000 – 2006 oproti minulému období významně omezen na čtyři (Interreg, Urban, Leader, Equal), které se týkají:

1. Interreg – příhraniční, nadnárodní a meziregionální spolupráce, směřující k podpoře harmonického, vyváženého a trvale udržitelného rozvoje celého Společenství.

Interreg III je rozdělen na tři části:

- Interreg III A/Phare CBC – přeshraniční spolupráce (75 % rozpočtu)
Řídící orgán - Ministerstvo pro místní rozvoj společně s Národním orgánem - Ministerstvem hospodářství a práce Polské republiky k 28.únoru 2005 oznamuje zahájení programu Evropské komise „Iniciativa Společenství INTERREG IIIA Česká republika - Polsko pro období 2004-2006.
- Interreg III B – transnárodní spolupráce (27 %), (budování energetických sítí)

- Interreg III C - meziregionální spolupráce (6 %), (vytváření dlouhodobých strategií a politik regionálního rozvoje)

ČR má v letech 2004 – 2006 nárok na finanční prostředky pouze ze dvou Iniciativ:

- Interreg (1 827 mil. Kč)
- EQUAL (1333 mil. Kč)

3.4.4 Realizace projektu

Vhledem k rozsáhlosti projektu a širokého komplexu služeb může být realizace projektu dlouhodobá, strategická tedy v dohledu 10 let. Vybudování kvalitních, hlídaných a bezpečnostně i kamerově monitorovaných parkovišť bude největším problémem při řešení dané problematiky. Ovšem zavedení pravidelných autobusových spojů pro dopravu turistů může být po dohodě se soukromými dopravci brzy reálné.

Většina návštěvníků regionu, kteří použijí jako dopravní prostředek svůj automobil, si často odvázejí jako nezapomenutelný dojem vzpomínku na pro mnohé obtížnou a komplikovanou dopravní situaci v centrech měst. Záměr dopravně zklidnit historická centra měst je záměrem dlouhodobým, který se nedaří řešit, jedině na úkor omezení parkovacích míst a zákazu vjezdu vozidel do historicky ceněných ulic. Nesmíme však zapomínat, že na dnešní obrovské prostorové požadavky automobilové dopravy nebyla nikdy města připravována.

Z dotazníkového šetření vyplynulo, že největším problémem v regionu je doprava v klidu, tedy parkování aut. Problém je spatřován v nedostatku parkovacích míst. Cílem regionu je přispívat ke zlepšování situace v parkování, a to postupně dle finančních možností, přičemž jsou preferovány nejkritičtější lokality. Vzhledem k rozsahu tohoto problému a dále narůstajícímu počtu vozidel je nutno konstatovat, že není v možnostech regionu problém zcela odstranit. Vzhledem k omezeným prostorovým poměrům na sídlišti, v centru měst, může někdy záměr rozšiřování parkovacích míst kolidovat se záměrem maximální ochrany zeleně.

Dalším významným cílem v oblasti dopravy je průběžné provádění údržby a oprav komunikací. Do oblasti dopravy také spadá cíl zkvalitňovat síť komunikací pro chodce a cyklisty zejména bezbariérovými úpravami přechodů přes vozovky (včetně doplnění

signálních pásů pro nevidomé) a zpevňováním frekventovaných vyšlapaných stezek. Region by se měl také zabývat dopravním značením na svém území a v případě potřeby navrhnout jeho úpravy pro optimalizaci provozu na komunikacích. Důležitou činností na úseku dopravy je čištění komunikací a zejména jejich zimní údržba.

Projekt vymezil a navrhl aplikaci nástrojů ovlivňujících rozvoj dopravy v intencích trvalé udržitelnosti v podmínkách ČR s ohledem na kompatibilitu s trendy v EU. Projekt je syntézou poznatků a vývojových trendů nejen ze států Evropské unie, ale i dalších evropských a mimoevropských států a jejich aplikace do podmínek ČR.

Pod kvalitní veřejnou službou si představme takový dopravní model, který bude udržitelný z hlediska *sociálního* (zajištění mobility pro všechny ty občany, kteří nechtějí nebo nemohou používat autobusové dopravy), *ekologického* (návrh takového dopravního systému, který bude udržitelný z hlediska životního prostředí), *prostorového* (řešení problematiky přetížených komunikací ve velkých aglomeracích) a zejména *rovnoměrného regionálního rozvoje* (zamezení vysídlování venkovských odlehlých oblastí).

ZÁVĚR

Slovácko je regionem, který z hlediska rozvoje cestovního ruchu může mnohé nabídnout, vzhledem k možnostem, kterými disponuje však není dosud zcela využit. S rozvojem cestovního ruchu vejde tento region do podvědomí všech, kteří se sem jednou podívají a budou se sem zajisté rádi vracet.

V tržní ekonomice jsou také obce, města a regiony přirozenou součástí tržního prostředí, které s sebou přináší konkurenční boj obcí, měst a regionů o usídlení poboček zahraničních podniků, o kvalitní pracovní síly a také o účastníky cestovního ruchu. Jedním z významných nástrojů, jak se “prosadit” je používání marketingu a jeho nástrojů. Předpokladem úspěšného marketingu je marketingová studie. Také z hlediska rozvoje cestovního ruchu se ukazuje jako velice důležité mít studii, která by vymezila cíle, “kam chceme dospět” a strategii, “jak toho můžeme dosáhnout” se specifikací jednotlivých kroků.

V úvodu projektu byl proveden průzkum názorů mezi návštěvníky a mezi obyvatelstvem. Následně byl proveden průzkum podmínek pro turistiku. Byl vypracován profil oblasti - soubor dat o ekonomickém prostředí oblasti, vybrané údaje o životním prostředí.

V dalším kroku diplomové práce byla provedena SWOT analýza, kde byly analyzovány silné a slabé stránky, příležitosti i hrozby dalšího rozvoje oblasti.

Veřejná doprava a její financování je každoročně velkou položkou ve veřejných rozpočtech. Pro rozvoj regionů, mikroregionů a venkovských oblastí je k dispozici celá řada fondů, z kterých jsou poskytovány Evropskou unií nebo Českou republikou finanční prostředky. Proto by se měl tento region, nebo spíše instituce a společnosti regionu, snažit více zapojovat do projektů na získání finančních prostředků na problémové oblasti z těchto fondů.

Z hlediska rozvojového plánu regionu Slovácko pro rok 2004 – 2006 se počítá s další podporou rozvoje venkovských oblastí. Prioritami zůstávají podpory zaostalých, hospodářsky slabých regionů, **podpory pro rozvoj cestovního ruchu regionu.**

Domnívám se, že cíl diplomové práce byl splněn a to konkrétně v následujících bodech. Region Slovácko byl představen jako jeden z nejkrásnějších míst v České republice, které nabízí nejen kulturní a sportovní vyžití, ale také výlety za přírodou a historií mohou být

velmi vhodně strávenou dovolenou. SWOT analýza byla zpracována dle nynější situace s přihlédnutím k rozvoji k budoucnosti. Projektová část pak byla podložena aktuálním šetřením formou dotazníků, které byly předloženy jak dotazovaným žijícím v regionu, tak zejména širokému okolí.

Podle mého názoru, byly cíle diplomové práce splněny a zásady dodrženy v předem definovaném rozsahu.

SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

Monografie:

- [1] ADAMČÍK, S.. *Regionalistika, regionální politika a veřejná správa*, Opava-Slezská univerzita, 1997.
- [2] BLAŽEK, J., UHLÍŘ, D. *Teorie regionálního rozvoje*, Univerzita Karlova, Karolinum, Praha 2002. ISBN: 80-246-0384-5
- [3] EVROPSKÁ KOMISE. *Glosář*, Informační centrum Evropské unie při delegaci evropské komise v České republice. 2003. ISBN 80-238-8100-0
- [4] JANEČKOVÁ, L., VAŠTÍKOVÁ, M., *Marketing měst a obcí*, Grada Publishing, 1999. ISBN 80-7169-750-8
- [5] KOTLER, P. *Marketing podle Kotlera*, Management Press, Praha 2000. ISBN. 80-7261-010-4.
- [6] KOTLER, P. *Marketing Management.*, Praha: Victoria Publishing, 1991. ISBN 80-85605-08.
- [7] SKOKAN, K. *Evropská regionální politika v kontextu vstupu ČR do EU*, Repronis Ostrava, 2003. ISBN 80-7329-023-5
- [8] *Slovácko – Kapitoly z dějin Slovácka*, Muzejní spolek V Brně, Vlastivědná knihovna moravská č.29, 1978.
- [9] *Uherskohradištsko*, Muzejní a vlastivědná společnost v Brně ve spolupráci se Slováckým muzeem v Uherském Hradišti, 1982.
- [10] WOKOUN, R. *Česká regionální politika v období vstupu do Evropské unie*, VŠE v Praze, Nakladatelství Oeconomica. 2003 . ISBN 80-245-0517-7
- [11] WOKOUN, R. *Úvod do regionálních věd a veřejné správy v aktuálním znění*. Edice JUSTIC. 2001. ISBN 80-86412-08-3
- [12] WOKOUN, R., LUKÁŠ, Z., KOUŘILOVÁ, J. *Výkladový slovník regionální a strukturální politiky Evropské unie*, IFEC s.r.o, 2002. ISBN 80-86412-18-0.

Internetové zdroje:

- [13] *Hodonín*. URL <http://ho.cz/>. [Citováno 14. února 2005].

- [14] *Charakteristika regionu Slovácko*. URL <<http://www.mic.ub.cz/mistopis.htm>>. [Citováno 14.února 2005].
- [15] *CHKO Chřiby*. URL <<http://www.uh.cz/chriby>>. [Citováno 14. února 2005].
- [16] *Jižní Morava*. URL <<http://www.jizni-morava.cz/>>. [Citováno 14. února 2005].
- [17] *Kulturní informace*. URL <<http://www.fos.cz/>>.[Citováno 14. února 2005].
- [18] *Přírodní a kulturní památky Jihomoravského kraje*. URL <<http://www.kr-jihomoravsky.cz/urad/orr/cestruch/indexc.htm>>. [Citováno 14.února 2005].
- [19] *Přírodní podmínky*. Dostupný z www: <<http://www.mesto-uh.cz/oarm/prirodni%podnimky.html>>. [Citováno 14.února 2005].
- [20] *Přírodní zajímavosti*. URL <<http://www.mesto-uh.cz/cms/obecne/region>>. [Citováno 14. února 2005].
- [21] *Regiony*. URL <<http://www.cccr-info.cz/regiony/uvodinfo.html>>. [Citováno 24.března 2003].
- [22] *Turistické informace*. URL <<http://www.cot.cz/>>.[Citováno 14. února 2005].
- [23] *Turistické informace*. URL <<http://www.czecot.cz/>>. [Citováno 14. února 2005].
- [24] *Turistické informace*. URL <<http://www.czso.cz/>>.[Citováno 14. února 2005].
- [25] *Turistické informace*. URL <<http://www.tourism.cz/>>. [Citováno 14. února 2005].
- [26] *Uherské Hradiště*. URL <http://www.czecot.cz/?id_region=24>. [Citováno 13. února 2005].
- [27] *Uherské Hradiště*. URL <<http://www.hradiste.cz/>>. [Citováno 14. února 2005].
- [28] *Uherské Hradiště*. URL <http://www.mesto-uh.cz/>. [Citováno 14. února 2005].

Interview:

- [29] *Jednatel regionu Slovácko* – Mgr. Josef Hapák
- [30] *Člen zastupitelstva Uherské Hradiště* – Ing. Zdeněk Hrdina

SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK

EU	Evropská unie
MMR	Ministerstvo pro místní rozvoj
POV	Program obnovy venkova
ČCCR	Česká centrála cestovního ruchu
SFMP	Společný fond malých projektů
SFŽP	Státní fond životního prostředí
CCR	Centrum cestovního ruchu

SEZNAM OBRÁZKŮ

Obr. 1 Úrovně provádění regionální politiky	14
Obr. 2 Formy distribuce	21
Obr. 3 Podíl respondentů s místem bydliště v regionu	57
Obr. 4 Podíl respondentů, kteří znají region	57
Obr. 5 Nejpreferovanější dopravní prostředek	58
Obr. 6 Nejoblíbenější typy turistik	59
Obr. 7 O dovolené v regionu respondenti uvažují / neuvažují	60
Obr. 8 Podíl respondentů, kteří region navštívili	61
Obr. 9 Turistické regiony České republiky	70

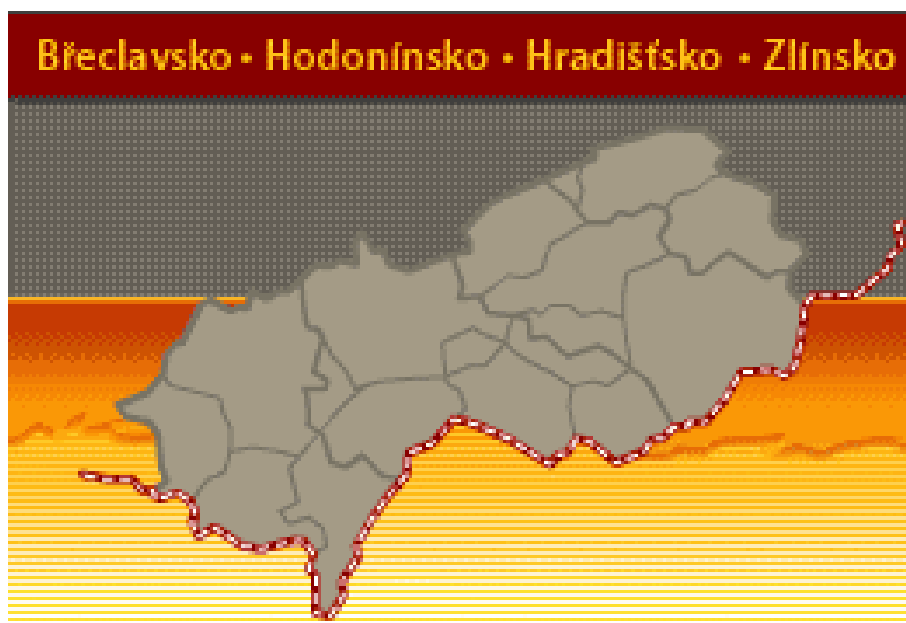
SEZNAM TABULEK

Tab. I Klasifikace regionů.....	10
Tab. II Přehled klasifikace NUTS - CZ	10
Tab. III Marketingový mix.....	19
Tab. IV Trendy vývoje cestovního ruchu	34

SEZNAM PŘÍLOH

- P I Soubor map regionu Slovácko.
- P II Podoblasti regionu.
- P III Soubor tabulek s daty, týkající se regionu Slovácko
- P IV Vyhodnocení dotazníku
- P V Tisková zpráva regionu Slovácko
- P VI ProgRAM
- P VII Žádost o projekt dle MMR
- P VIII Obrazová dokumentace regionu Slovácko
- P IX Dotazník

P I: SOUBOR MAP REGIONU SLOVÁCKO



Obr. 1 Mapka regionu Slovácko, dle jednotlivých oblastí

Zdroj: www.slovacko.cz



Obr. 2 Vymezení regionu Slovácko, z pohledu celé ČR

Zdroj: www.mmr.cz



Obr. 3 Bližší specifikace regionu Slovácko

Zdroj: mapy.seznam.cz

P II: PODOBLASTI REGIONU SLOVÁCKO

Po národopisné stránce je rozděleno na několik podoblastí:

Podluží (nejjižnější část Slovácka) je rozdělena na:

- jižní
Ladná, Stará Břeclav, Poštorná, Chorvatská Nová Ves, Hlohovec, Kostice, Lanžhot, Tvrdonice, Hrušky, Týnec, Moravská Nová Ves
- severní
Mikulčice, Lužice, Josefov, Dolní Bojanovice, Starý Poddvorov, Prušánky

Slovácko-hanácká oblast (na jihu sousedí s Podlužím, na severovýchodě s Kyjovskem). Patří sem oblast Hustopečská, Kloboucká a Ždánská. K nejznámějším obcím na jihu patří Čejkovice, Čejč, Kobylí, Brumovice, Vrbice, Bořetice, Velké Pavlovice, Velké Bílovice a Rakvice. Střední část tvoří Krumvůr, Klobouky u Brna, Diváky a Těšany. Na východě směrem ke Kyjovsku Žarošice, Archlebov a Věteřov.

Dolňácko (dolní Pomoraví – tvoří střední část Slovácka):

Dolňácko kyjovské

- severní
Kyjov, Kelčany, Osvětimany, Vracov
- jižní
Milotice, Vacenovice, Ratíškovice, Dubňany, Mutěnice, Hovorany, Svatobořice, Místřín

Dolňácko strážnické

Petrov, Sudoměřice, Radějov, Tvarožná Lhota, Kněždub, Tasov, Hroznová Lhota, Kozojedky, Žeraviny

Dolňácko hradištské

Uherský Ostroh, Polešovice, Nedakonice, Kostelany, Boršice, Zlechov, Tupesy, Velehrad, Modrá, Staré město, Mařatice, Sady, Kunovice, Huštěnovice, Zlechov, Jankovice, Babice, Stříbrnice apod.

Dolňácko uherskobrodské

Hluk, Vlčnov, Dolní Němčí, Boršice u Blatnice, Slavkov, Šumice, Bánov, Komňa, Nivnice, Těšov, Havřice, Veletiny

Luhačovické Zálesí

Je to přechodná oblast mezi Slováckem, Valašskem a Hanou. Hranice vede od Újezdce u Luhačovic a Bojkovic na sever k Otrokovicím do Vizovic, uprostřed s Luhačovicemi, na východě ke Slavičínu, na západě k Uherskému Brodu. Patří sem asi 50 obcí.

Hornácko

Nachází se při severozápadním úpatí jižní části Bílých Karpat, tvoří jej deset obcí – Velká na Veličkou, Hrubá a Malá Vrbka, Kuželov, Javorník, Nová Lhota, Vápenky, Suchov, Lipov, Louka.

Moravské Kopanice

Jsou podhorská oblast se spádovou obcí Starý Hrozenkov a s obcemi Lopeník, Vápenice, Vyškovec, Žitková, Strání, Korytná, Březová a další.

P III: SOUBOR TABULEK S DATY, TÝKAJÍCÍ SE REGIONU SLOVÁCKO

Základní demografické údaje za města České republiky (úhrn za období 1993-2000)

Velikostní skupina měst, okres, město	Počet obcí, datum vyhlášení	Stav 1.1.1993	Přírůstek stěhováním	Stav 31.12.2000	Sňatky na 1000 ob.	Narození na 1000 ob.	Zemřelí na 1000 ob.	Přirozený přír. na 1000 ob.
Břeclav								
Břeclav	do 1993	26 877	427	27 069	5,5	9,0	10,1	-1,1
Hustopeče	do 1993	6 192	-91	5 883	5,5	9,4	7,1	2,3
Klobouky u Brna	do 1993	2 259	61	2 261	5,0	9,4	12,6	-3,3
Mikulov	do 1993	7 739	-80	7 753	5,1	9,3	7,8	1,5
Podivín	do 1993	2 852	72	2 893	4,8	8,8	10,1	-1,4
Pohořelice	do 1993	4 383	-16	4 407	5,1	9,5	8,4	1,1
Valtice	do 1993	3 504	1	3 499	5,7	9,8	10,0	-0,2
Velké Pavlovice	do 1993	3 113	20	3 144	5,1	10,0	9,6	0,4
Hodonín								
Bzenec	do 1993	4 155	115	4 218	5,8	9,7	11,2	-1,5
Dubňany	do 1993	6 413	-38	6 420	5,1	10,4	9,5	0,9
Hodonín	do 1993	28 427	-591	27 720	5,4	8,9	9,4	-0,5
Kyjov	do 1993	12 870	-60	12 521	5,1	8,6	11,4	-2,8
Strážnice	do 1993	6 051	225	6 020	5,3	9,5	14,8	-5,3
Veselí nad Moravou	do 1993	12 567	-286	12 422	5,3	9,6	8,2	1,4
Vracov	do 1993	4 434	152	4 526	5,2	9,0	10,7	-1,7
Ždánice	do 1993	2 786	-29	2 763	6,1	10,4	10,1	0,3
Uherské Hradiště								
Bojkovice	do 1993	4 863	-55	4 814	5,2	10,0	9,9	0,2
Hluk	do 1993	4 342	22	4 400	5,9	10,6	9,6	1,0
Kunovice	1.11.1997	5 172	84	5 131	5,4	8,7	11,8	-3,0
Staré Město	1.11.1997	6 837	-17	6 750	5,1	8,4	9,7	-1,3
Uherské Hradiště	do 1993	27 094	9	27 140	5,3	9,1	8,9	0,2

	Uherský Brod	do 1993	17 898	-231	17 768	5,7	9,3	8,6	0,7
	Uherský Ostroh	do 1993	4 524	71	4 555	5,6	9,7	10,8	-1,1
Zlín									
	Napajedla	do 1993	7 786	-109	7 656	5,1	9,1	9,5	-0,3
	Otrokovice	do 1993	20 231	-796	19 714	5,6	9,2	7,5	1,7

**Základní charakteristiky obyvatelstva a sídelní struktury jednotlivých okresů
Slovácka k 31.12.1997**

Území	Počet obyvatel celkem	Hustota obyvatel na 1 km ²	Počet obcí	Počet částí obcí	Počet obcí se statutem města	Počet katastr. území	Počet obyvatel ve městech	Počet obyvatel v okr.městě
Břeclav	124 662	106	68	78	8	79	57 272	27 154
Hodonín	161 700	149	81	92	8	89	77 590	28 126
Uherské Hradiště	145 577	147	78	98	7	97	71 132	27 535
Zlín	196 723	191	82	126	10	124	146 735	82 292
Česká republika	10299 125	131	6 234	14 930	487	13 074	7 272 546	4 631 580

Pramen: Okresy České republiky v roce 1997, ČSÚ 1998

**Střední délka života mužů a žen jednotlivých okresů Slovácka (průměr let
1991 - 1995)**

Území	muži		ženy	
	počet let	pořadí v ČR	počet let	pořadí v ČR
Břeclav	68,2	56.	76,5	12.
Hodonín	68,6	42.	76,6	8.
Uherské Hradiště	68,4	48.	76,3	20.
Zlín	69,6	16.	77,1	2.
Česká republika	68,9	-	75,8	-

Pramen: Naděje na dožití v okresech ČR, ČSÚ 1997.

Velikostní skupiny obcí a počty obyvatel v jednotlivých velikostních skupinách

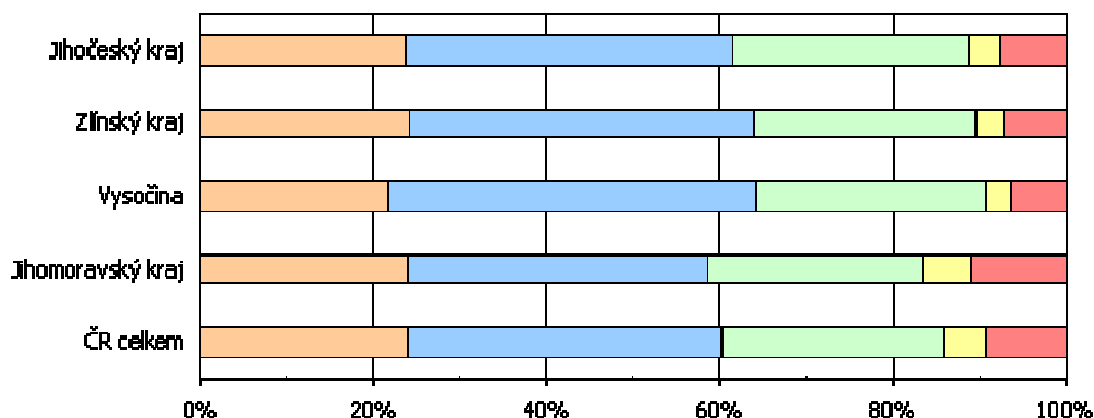
Území	počet obcí					počet obyvatel				
	velikostní skupina				celkem	velikostní skupina				celkem
	I	II	III	IV		I	II	III	IV	
Břeclav	11	42	14	1	68	4290	44334	48884	27154	124662
v %	16,2	61,8	20,6	1,4	100	3,4	35,6	39,2	21,8	100
Hodonín	21	37	20	3	81	6738	35116	66350	53496	161700
v %	25,9	45,7	24,7	3,7	100	4,2	21,7	41,0	33,1	100
Uherské Hradiště	22	41	13	2	78	6837	44174	49154	45412	145577
v %	28,2	52,6	16,7	2,5	100	4,7	30,3	33,8	31,2	100
Zlín	29	41	10	2	82	8779	36521	49231	102192	196723
v %	35,4	50,0	12,2	2,4	100	4,5	18,6	25,0	51,9	100
ČR (v %)	59,9	30,2	7,8	2,1	100	8,3	17,1	19,5	55,1	100

I - do 499; II - 500 - 1999; III - 2000 - 9999; IV - 10000 a více obyvatel.

Pramen: Počet obyvatel v obcích České republiky. ČSÚ, Praha 1998,

Vzdělanostní struktura obyvatel starších 15 let

■ základní ■ střední odborné ■ střední odb. s maturitou ■ střední všeobecné ■ vysokoškolské



Zdroj: DHV podle údajů ČSÚ (výběrové šetření, 3. čtvrtletí 2001)

Zahranční hosté v hromadných ubytovacích zařízeních podle krajů, 2003

Území / Territory	Počet hostů / Number of guests	% podíl / % share	Počet přenocování / Number of nights	% podíl / % share	Průměrný počet přenocování / Average number of nights
ČR / Czech Republic	5 075 756	100,0%	16 510 618	100,0%	3,3
Praha / Prague	2 648 943	52,2%	7 547 539	45,7%	2,8
Středočeský kraj / Central Bohemia	238 132	4,7%	642 261	3,9%	2,7
Jihočeský kraj / Southern Bohemia	245 699	4,8%	733 411	4,4%	3,0
Plzeňský kraj / Plzeň Region	160 334	3,2%	478 213	2,9%	3,0
Karlovarský kraj / Karlovy Vary Region	353 194	7,0%	2 427 092	14,7%	6,9
Ústecký kraj / Ústí nad Labem Region	156 028	3,1%	623 574	3,8%	4,0
Liberecký kraj / Liberec Region	245 202	4,8%	971 075	5,9%	4,0
Královéhradecký kraj / Hradec Králové Region	287 000	5,7%	1 106 019	6,7%	3,9
Pardubický kraj / Pardubice Region	53 527	1,1%	211 322	1,3%	3,9
Kraj Vysočina / Highland	55 879	1,1%	174 722	1,1%	3,1
Jihomoravský kraj / Southern Moravia	330 699	6,5%	647 024	3,9%	2,0
Olomoucký kraj / Olomouc Region	106 935	2,1%	305 347	1,8%	2,9
Zlínský kraj / Zlín Region	74 958	1,5%	290 072	1,8%	3,9
Moravskoslezský kraj / Moravia-Silesian Region	119 226	2,3%	352 947	2,1%	3,0

Zdroj: ČSÚ

Skutečný počet zahr. turistů podle země původu 2003

Země / <i>Country</i>	HUZ / *	% podíl HUZ / **	Individuál ní / ***	% podíl / % share ***	Celkem / <i>Total</i>	% podíl / % share
Německo / <i>Germany</i>	1 439 124	79%	382 552	21%	1 821 676	27,1%
Slovensko / <i>Slovakia</i>	252 763	34%	490 658	66%	743 421	11,1%
Spoj. král. V. Británie a Sever. Irska / <i>UK</i>	412 402	83%	84 468	17%	496 870	7,4%
Polsko / <i>Poland</i>	291 344	68%	137 103	32%	428 447	6,4%
Itálie / <i>Italy</i>	281 420	97%	8 704	3%	290 124	4,3%
Nizozemsko / <i>The Netherlands</i>	238 564	84%	45 441	16%	284 005	4,2%
USA / <i>U.S.A.</i>	221 311	82%	48 580	18%	269 891	4,0%
Rakousko / <i>Austria</i>	165 283	62%	101 302	38%	266 585	4,0%
Francie / <i>France</i>	193 215	91%	19 109	9%	212 324	3,2%
Rusko / <i>Russia</i>	124 655	70%	53 424	30%	178 079	2,6%
Španělsko / <i>Spain</i>	153 331	99%	1 549	1%	154 880	2,3%
Dánsko / <i>Denmark</i>	105 273	90%	11 697	10%	116 970	1,7%
Japonsko / <i>Japan</i>	93 110	90%	10 346	10%	103 456	1,5%
Izrael / <i>Israel</i>	71 602	84%	13 638	16%	85 240	1,3%
Belgie / <i>Belgium</i>	66 071	80%	16 518	20%	82 589	1,2%
Švýcarsko / <i>Switzerland</i>	57 799	71%	23 608	29%	81 407	1,2%
Kanada / <i>Canada</i>	24 759	83%	5 071	17%	29 830	0,4%
Ostatní země / <i>Other countries</i>	883 730	82%	193 990	18%	1 077 720	16,0%
Hosté celkem / <i>Foreign guests total</i>	5 075 756		1 647 757		6 723 513	100,0%

Zdroj: ČSU

Skutečný počet zahr. turistů podle země původu podle GM, 1.- 3. čtvrtletí 2004

Země / <i>Country</i>	HUZ / *	% podíl HUZ / **	Individuál ní / ***	% podíl / % share ***	Pořadí / <i>Order</i>	Celkem / <i>Total</i>	% podíl / % share
Německo / <i>Germany</i>	1 278 889	79%	339 958	21%	1.	1 618 847	25,6%
Slovensko / <i>Slovakia</i>	213 761	34%	414 948	66%	2.	628 709	9,9%
Spoj. král. V. Británie a Sever. Irska / <i>UK</i>	458 043	83%	93 816	17%	3.	551 859	8,7%
Polsko / <i>Poland</i>	221 850	68%	104 400	32%	4.	326 250	5,2%
Itálie / <i>Italy</i>	312 552	97%	9 667	3%	5.	322 219	5,1%
Nizozemsko / <i>The Netherlands</i>	264 617	84%	50 403	16%	6.	315 020	5,0%
USA / <i>U.S.A.</i>	230 978	82%	50 702	18%	7.	281 680	4,4%
Francie / <i>France</i>	208 669	91%	20 638	9%	8.	229 307	3,6%
Rakousko / <i>Austria</i>	141 635	62%	86 809	38%	9.	228 444	3,6%
Rusko / <i>Russia</i>	124 708	70%	53 446	30%	10.	178 154	2,8%
Španělsko / <i>Spain</i>	162 845	99%	1 645	1%	11.	164 490	2,6%
Dánsko / <i>Denmark</i>	108 396	90%	12 044	10%	12.	120 440	1,9%
Japonsko / <i>Japan</i>	91 989	90%	10 221	10%	13.	102 210	1,6%
Belgie / <i>Belgium</i>	66 438	80%	16 610	20%	14.	83 048	1,3%
Švýcarsko / <i>Switzerland</i>	52 059	71%	21 264	29%	15.	73 323	1,2%
Izrael / <i>Israel</i>	49 827	84%	9 491	16%	16.	59 318	0,9%
Kanada / <i>Canada</i>	31 172	83%	6 385	17%	17.	37 557	0,6%
Ostatní země / <i>Other countries</i>	827 996	82%	181 755	18%		1 009 751	16,0%
Hosté celkem / <i>Foreign guests total</i>	4 846 424		1 484 200			6 330 624	100,0%

Pořadí hradů, zámků a památkových objektů v roce 2003(s počtem návštěvníků nad 50 000)

Pořadí	Název památkového objektu, okres	2002	2003	Index
1.	Pražský hrad, Praha	1 332 507	1 433 130	107,6
2.	Staroměstská radnice, Praha	254 435	322 103	126,6
3.	Rozhledna Petřín, Praha	278 806	311 459	111,7
4.	Státní hrad a zámek Český Krumlov, Český Krumlov	235 434	292 666	124,3
5.	Státní zámek Lednice, Břeclav	277 516	274 187	98,8
6.	x	x	x	x
7.	Státní hrad Karlštejn, Beroun	237 444	246 218	103,7
8.	Bludiště, Praha	225 269	229 952	102,1
9.	Státní zámek Hluboká nad Vltavou, České Budějovice	167 058	184 877	110,7
10.	Státní zámek Konopiště, Benešov	178 591	184 028	103,0
11.	Chrám sv. Barbory v Kutné Hoře, Kutná Hora	179 305	180 516	100,7
12.	x	x	x	x
13.	Kostnice v Kutné Hoře-Sedlci, Kutná Hora	152 364	159 785	104,9
14.	Arcibiskupský palác a zahrady v Kroměříži, Kroměříž	153 130	154 046	100,6
15.	Staroměstská mostecká věž, Praha	125 453	129 523	103,2
16.	Státní zámek Ratibořice, Náchod	130 998	125 102	95,5
17.	Zámek a arboretum Průhonice, Praha-západ	100 000	115 000	115,0
18.	Státní hrad Trosky, Semily	103 500	110 429	106,7
19.	Státní zámek Sychrov, Liberec	101 852	110 009	108,0
20.	x	x	x	x
21.	Státní hrad Bouzov, Olomouc	118 101	105 358	89,2
22.	Státní hrad Bítov, Znojmo	75 924	102 608	135,1
23.	Státní zámek Kozel, Plzeň-jih	129 043	102 417	79,4
24.	Státní zámek Vranov nad Dyjí, Znojmo	81 981	92 867	113,3
25.	Státní zámek Cervená Lhota, Jindřichův Hradec	90 521	92 802	102,5
26.	Hrad Český Sternberk, Benešov	83 641	92 499	110,6
27.	Soubor lidových staveb Vysočina, Chrudim	79 410	92 266	116,2
28.	Státní zámek Telč, Jihlava	96 183	87 563	91,0
29.	Zámek Dětenice, Jičín	*	85 623	*
30.	Státní zámek Buchlovice, Uherské Hradiště	93 481	82 811	88,6
31.	Hrad Loket, Sokolov	81 194	82 787	102,0
32.	Státní hrad Křivoklát, Rakovník	72 635	79 259	109,1
33.	Státní hrad Pernštejn, Zďár nad Sázavou	72 512	76 258	105,2
34.	Hrad Kost, Jičín	69 530	74 857	107,7
35.	Státní hrad a zámek Jindřichův Hradec	72 665	74 232	102,2
36.	Hrad Valdštejn, Semily	72 153	73 205	101,5
37.	Státní hrad Rabí, Klatovy	51 556	70 543	136,8
38.	Ledeburské zahrady, Praha	74 795	70 252	93,9
39.	Státní hrad a zámek Bečov nad Teplou, Karlovy Vary	*	70 001	*
40.	Státní zámek Kynžvart, Cheb	72 023	67 927	94,3
41.	Hrad Vlašský dvůr v Kutné Hoře, Kutná Hora	66 174	67 701	102,3
42.	x	x	x	x
43.	Státní hrad Buchlov, Uherské Hradiště	74 677	64 169	85,9
44.	Státní hrad Rožmberk, Český Krumlov	68 534	60 912	88,9
45.	Státní hrad Kokořín, Mělník	*	60 805	*
46.	Katedrála sv. Bartoloměje s věží v Plzni, Plzeň-město **	65 661	58 992	89,8
47.	Státní hrad Bezděz, Česká Lípa	56 767	58 541	103,1
48.	Státní zámek Valtice, Břeclav	53 710	57 654	107,3
49.	Státní hrad a zámek Velhartice, Klatovy	53 710	56 172	104,6
50.	Klášter premonstrátů Teplá, Karlovy Vary	53 503	53 500	100,0
51.	Státní hrad a zámek Frýdlant, Liberec	52 606	52 604	100,0
52.	Státní zámek Opočno, Rychnov nad Kněžnou	*	51 977	*
53.	Státní zámek Zleby, Kutná Hora	*	51 468	*

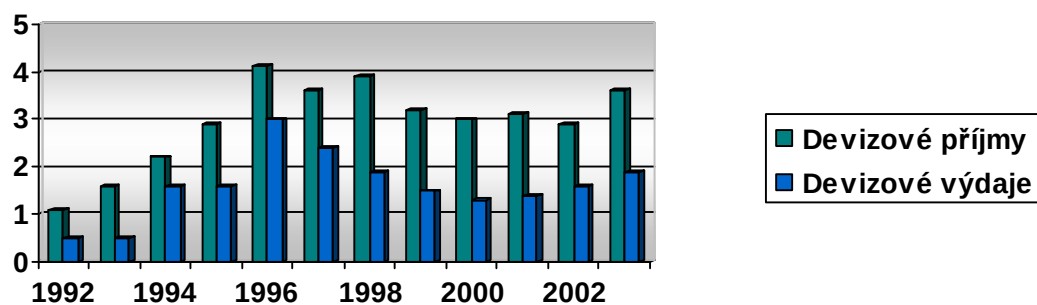
Zdroj: Národní informační a poradenské středisko pro kulturu (NIPOS)

Devizové příjmy z cestovního ruchu a výdaje na cestovní ruch, 1992 – 2003

Ukazatel (v mld. USD)	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003
Devizové příjmy	1,1	1,6	2,2	2,9	4,1	3,6	3,9	3,2	3,0	3,1	2,9	3,6
Devizové výdaje	0,5	0,5	1,6	1,6	3,0	2,4	1,9	1,5	1,3	1,4	1,6	1,9
Bilance	0,6	1,1	0,6	1,3	1,1	1,2	2,0	1,7	1,7	1,7	1,4	1,6

Zdroj: Česká národní banka

Devizové příjmy z cestovního ruchu a výdaje na cestovní ruch (v mld.USD)



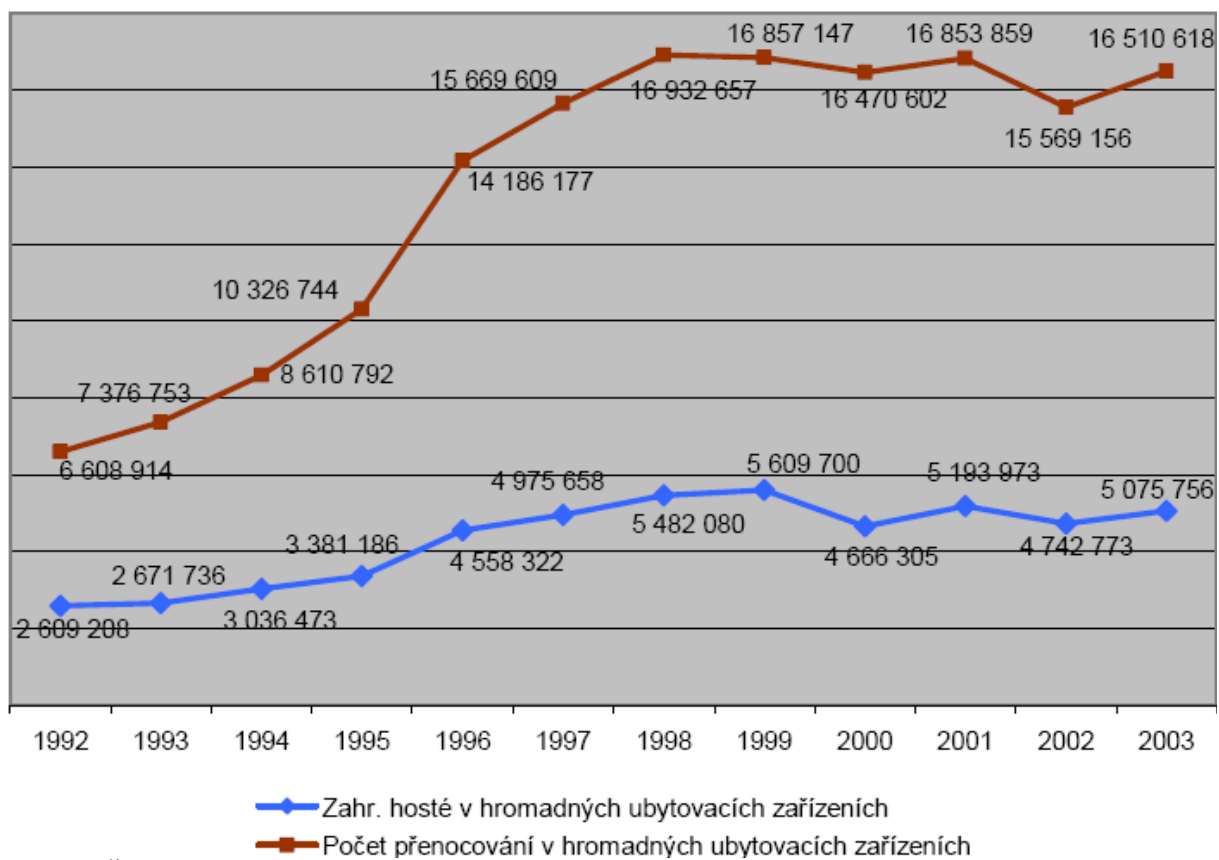
Zdroj: Česká národní banka

Podíl cestovního ruchu na ekonomice státu, 1993 – 2003

	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003
Podíl devizových příjmů z CR na HDP (v%)	5,0	5,6	5,5	7,1	6,9	6,8	5,8	5,9	5,5	4,2	4,2
Podíl devizových příjmů na exportu (v%)	11,0	14,0	13,4	18,6	16,3	15,0	12,0	10,3	9,3	7,7	7,3
Podíl na devizových příjmech ze služeb celkem (v%)	33,0	43,2	42,8	49,8	50,9	50,6	44,8	43,5	43,8	41,7	45,8

Zdroj: Česká národní banka

Zahraniční hosté v ubytovacích zařízeních, 1992 - 2003



Zdroj: ČSU

P IV VYHODNOCENÍ DOTAZNÍKU.

Podíl respondentů s trvalým místem bydliště

Bydlí v regionu	40%
Nebydlí v regionu	60%

Podíl respondentů, kteří znají region

Znají region	84%
Neznají region	16%

Nejznámější města regionu

Luhačovice	14,3%
Buchlovice	12,8%
Lednice	12,5%
Starý Hrozenkov	12,0%
Uherské Hradiště	11,8%
Mikulov	11,3%
Veselí	11,0%
Strážnice	7,5%
Valtice	6,8%

Kvalita ubytování

Kvalitní	75%
Nekvalitní	25%

Forma ubytování

Chaty a penziony	48%
Kempy	41,5%
U známých	8,5%
Ostatní	2%

Cestovní prostředek

Automobil	78%
Vlak	12%
Kolo	8%
Ostatní	2%

Dopravní dostupnost

Kvalitní	0%
Dobrá	50%
Průměrná	35%
Nevyhovující	15%

Roční období

Jaro	12%
Léto	70%
Podzim	12%
Zima	6%

Nejoblíbenější typy turistů

Kulturní	18%
Cykloturistika	14%
Pěší	14%
Horská	13%

Vodní	12%
Vinařská	12%
Lázeňská	5%
Létání	4%
Agroturistika	3%
Jezdectví	3%
Ostatní	2%

Nejznámější kulturní akce

Vinobraní	25%
Košť vína	22%
Jízda králů	18%
Folklórní festivaly ve Strážnici	13%
Slovácké hody s právem	13%
Velehradská pouť	6%
Svatováclavské slavnosti v Břeclavi	3%

Nejznámější památky regionu

Hrad a zámek Buchlovice	24%
Lednicko-vlatický areál	18%
Lázně Luhačovice	14%
Zámek Lednice	13%
Velehrad	12%
Zámek Mikulov	7%
památník Velké Moravy	5%
Sv. Antoníček	4%
skanzen ve strážnici	2%
židovské hřbitovy	1%

Internetové stránky

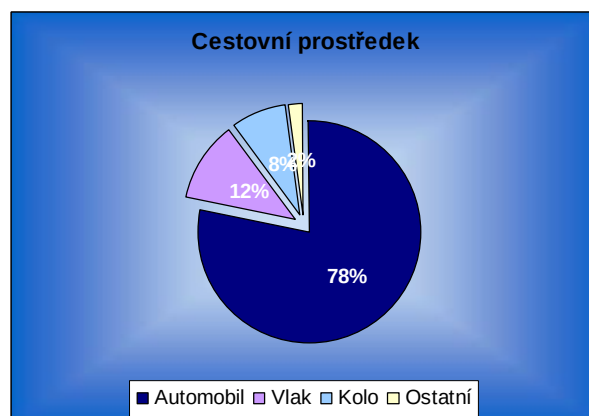
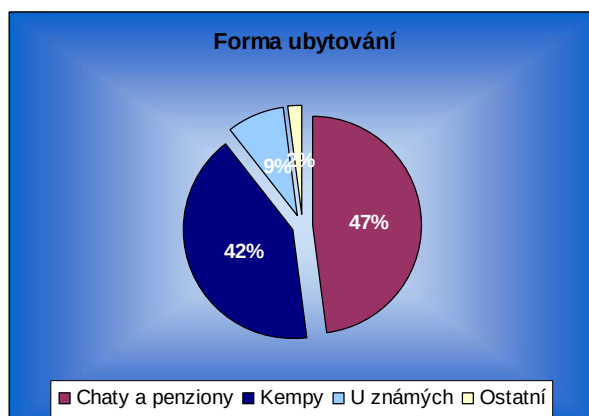
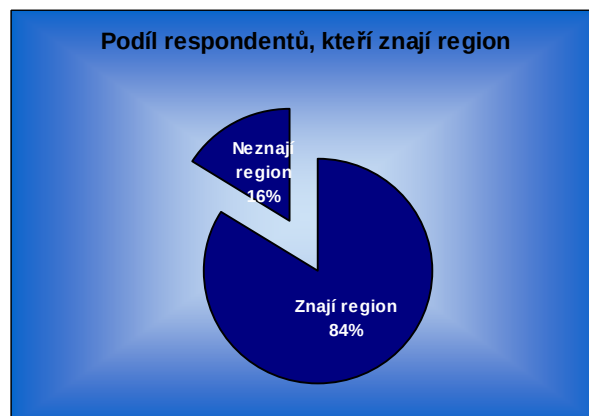
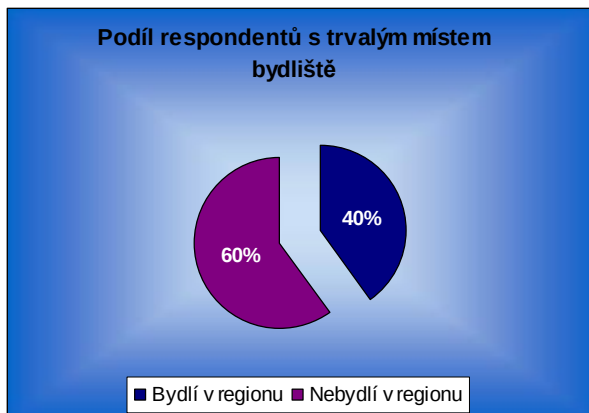
Zná a používá	50%
Nezná a nepoužívá	50%

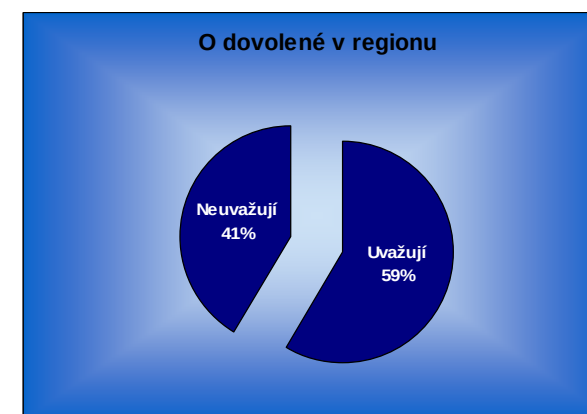
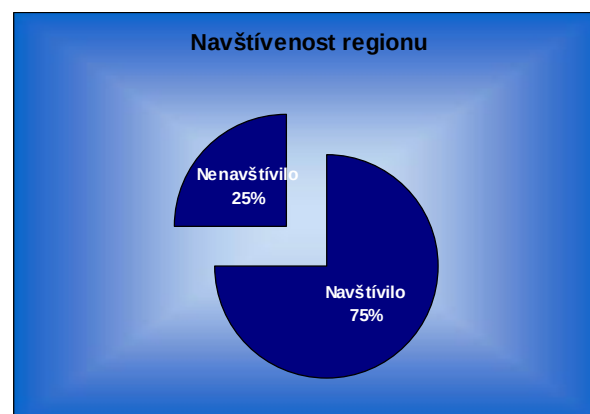
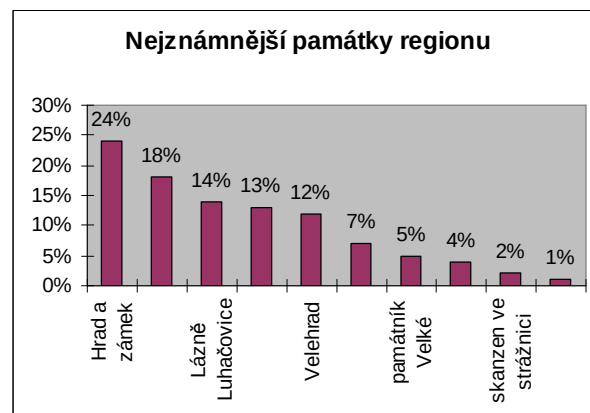
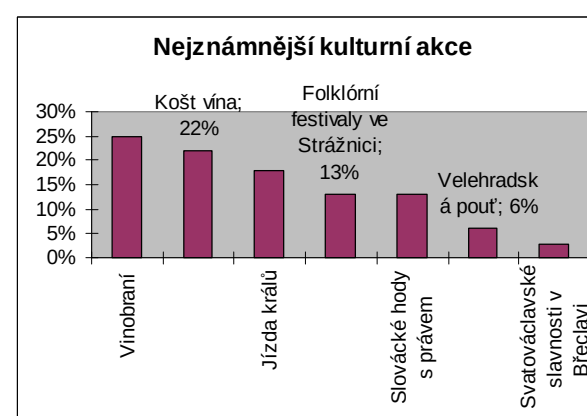
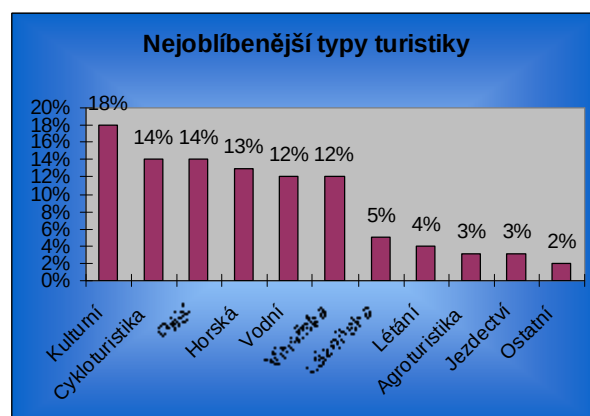
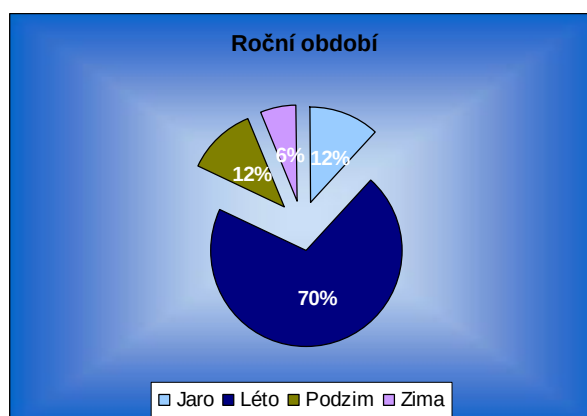
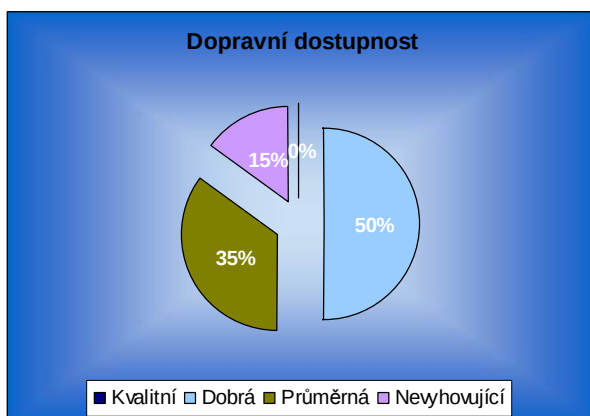
Informační centra

Navštívilo	75%
Nenavštívilo	25%

O dovolené v regionu

Uvažují	59%
Neuvažují	41%





PV: TISKOVÁ ZPRÁVA REGIONU SLOVÁCKO

Tisková zpráva



Konference regionu Slovácko
Uherské Hradiště 9. - 10. října 2002

Konference probíhá pod záštitou Zlínského kraje a České centrály cestovního ruchu

TISKOVÁ ZPRÁVA Č. 1

Strategie rozvoje šetrného cestovního ruchu regionu Slovácko

ÚVODNÍ INFORMACE

V prostorách Městského informačního centra v Uherském Hradišti byla dne 19. října 2000 slavnostně zahájena příprava projektu **Strategie rozvoje šetrného cestovního ruchu regionu Slovácko**. Zadavatelem Strategie byla obec Velehrad ve spolupráci s Regionem Slovácko - sdružením pro rozvoj cestovního ruchu. Za **hlavního řešitele** projektu byla na základě veřejné obchodní soutěže vybrána Agentura pro rozvoj cestovního ruchu ARC Mikulov.

Finanční prostředky na realizaci Strategie, v celkové výši 1,6 mil Kč, sdružily **obec Velehrad, Okresní úřad Hodonín, Okresní úřad Uherské Hradiště, města Hodonín, Uherské Hradiště, Uherský Brod a Veselí nad Moravou**. Finanční podporu projektu poskytla také **nadace Open Society Fund Praha** a část prostředků se podařilo získat také v rámci **Programu obnovy venkova**. Jednotlivé výstupy Strategie jsou postupně realizovány jako samostatné projekty prostřednictvím vícezdrojového financování.

Strategie je základním rozvojovým dokumentem pro realizaci konkrétních projektů a marketingových opatření v celém regionu Slovácko, který je definován jako **přirozený turistický region** zahrnující celé území okresů Uherské Hradiště a Hodonín, jižní část okresu Zlín a část území okresu Břeclav.

Dlouhodobým garantem realizace výstupů Strategie včetně následně generovaných projektů je Region Slovácko - sdružení pro rozvoj cestovního ruchu ve spolupráci s dalšími subjekty státní správy a samosprávy, profesními a zájmovými organizacemi a sdruženími a podnikatelskými subjekty majícími působnost na území regionu Slovácko.

Hlavním cílem Strategie a činnosti Regionu Slovácko bylo navrhnout a současně také realizovat opatření směřující k trvalému rozvoji šetrného cestovního ruchu v regionu Slovácko.

Konkrétními cíli celého dlouhodobého projektu rozvoje cestovního ruchu jsou:

- vytvoření konkureschopného regionálního turistického produktu a jeho uvedení na domácí i zahraniční trh cestovního ruchu
- podpora rozvoje malého a středního podnikání v regionu
- podpora růstu kvality turistických služeb v regionu
- návrh funkční regionální struktury cestovního ruchu
- zahájení společné koordinace rozvoje cestovního ruchu
- podpora aktivit směřujících ke zvýšení úrovně turistiky a k rozšíření její nabídky
- využití celého řešeného území pro turistické aktivity směrem k jejímu propojení a k vzájemné specializaci dílčích oblastí (popřípadě obcí a měst)
- stanovení rozpočtu ke splnění marketingových cílů a opatření, včetně návrhu finančních zdrojů nutných pro realizaci zmíněných opatření

Specifika a odlišnosti Strategie rozvoje regionu Slovácko

Na základě dlouhodobých zkušeností se zajištěním maximální užitné hodnoty výstupů Strategie byla metodika a všechny postupy podřízeny následujícím principům a požadavkům, které jsou pro tuto Strategii specifické:

- zaměření se na konkrétní výstupy, transformace opatření do konkrétních realizačních projektů
- zpracování co největšího množství projektů již v průběhu zpracování Strategie
- zpracování turistických produktů včetně jejich komplexního marketingu
- zahájení činnosti destinačního managementu
- zavedení procesu zvyšování kvality služeb (například certifikace TIC)
- realizace nového corporate designu regionu

VÝSTUPY ZPRACOVANÉ V RÁMCI STRATEGIE ROZVOJE ŠETRNEHO CR REGIONU SLOVÁCKO

I. Úvodní kapitoly, II. Analýzy.

- **Definování zájmové oblasti**

Jeden ze stěžejních úkolů souvisejících s organizačním uspořádáním regionu a systémem turistických oblastí. Výstup je řešen společně s výstupem „organizační struktura marketingu CR“

- **Současná turistická nabídka regionu**

Výstup je realizován jako databáze turistických služeb a cílů regionu. Využito bylo také pracovních seminářů.

- **Ostatní analýzy (současný návštěvník, strategie, konkurence, způsob prodeje,...)**

Veškeré výstupy byly zpracovány na základě detailních marketingových průzkumů nebo seminářů.

- **Marketingové průzkumy**

V rámci marketingové studie byly realizovány níže uvedené marketingové průzkumy:

1. Terénní průzkumy - zimní, jarní, letní a podzimní průzkum

Terénní průzkumy probíhaly v obdobích zima, jaro, léto, podzim ve významných turistických centrech regionu - Uherské Hradiště, Uherský Brod, Vlčnov, Bojkovice, Strážnice, Buchlov, Buchlovice, Veselí nad Moravou, Bílé Karpaty.

2. Průzkum v ubytovacích zařízeních

Průzkumy v ubytovacích zařízeních probíhaly ve třinácti ubytovacích zařízeních různých kategorií nepřetržitě po celý rok.

3. Průzkumy na veletrzích CR

Průzkumy na veletrzích cestovního ruchu probíhaly na veletrzích Regiontour 2001 v Brně, Holiday World 2001 v Praze a Expotour 2001 v Žilině.

4. Specifické průzkumy

Specifické průzkumy probíhaly v okolí Bařova kanálu a v oblasti Bílých Karpat v letních a podzimních měsících 2001. Dále proběhl specifický průzkum v lázních Hodonín a na Hodonínsku.

- **Komplexní SWOT analýza**

Výstup obsahuje komplexní vyhodnocení slabých a silných stránek analyzovaných oblastí .

III. Definování cílů a opatření regionu Slovácko.

Návrh strategických oblastí (priorit) a strategických cílů je syntetickým „produktem“ odrážejícím globální cíle regionu, zejména však je ale výsledkem detailního **vyhodnocení silných a slabých stránek** regionu a objektivním požadavkem na jejich řešení. Kromě analytických zjištění byly při stanovení strategických oblastí také brány v úvahu **požadavky a náměty odborné veřejnosti**, která je definovala na několika pracovních seminářích, konaných v průběhu zpracování Strategie. Dalším důležitým faktorem, kterým bylo třeba se zabývat, byla nutnost koncepčně **provázat strategické oblasti, cíle a opatření** již dříve definovaná z úrovně státu, statistických jednotek NUTS II, obou krajů a mikroregionů (turistických oblastí). Na základě výše uvedených principů byly pro **region Slovácko vymezeny tyto strategické oblasti a stanoveny následující strategické cíle:**

IV. Popis pilotního produktu.

Jednotlivé produkty byly zpracovány na základě pracovních seminářů a konzultací a s přihlédnutím na budoucí možnou spolupráci s incoming partnery v regionu. Navržené tematické produkty i produkty oblastní jsou podle doporučení studie poprvé použity v Průvodci regionu Slovácko „Ve víru barev a chutí“.

Produkty jsou rozděleny do několika kategorií:

- ⇒ Pilotní (dlouhodobé) regionální produkty
- ⇒ Hlavní produkty pro „každý rok“ ve vazbě na nosné produkty ČR
- ⇒ Specifické produkty
- ⇒ Produkty orientované na akce a události regionu
- ⇒ Kooperativní tematické produkty v rámci regionu JM, ČR a střední Evropy

⇒ Produkty pro jednotlivé turistické oblasti regionu

Jako Pilotní (dlouhodobé) regionální produkty byly vybrány:

- Produkt poznávací turistika - mix zážitků „Ve víru barev a chutí“
- Produkt rekreace u vody, letní dovolená
- Produkt Slovácká vodní cesta
- Produkt vinařská turistika a návaznost na MVS
- Produkt městská turistika
- Produkt cykloturistika
- Produkt kulturní akce a události
- Produkt incentivní turistika
- Produkt lázně, relaxační a ozdravné pobyty
- Produkt zimní dovolená a rekreace
- Produkt po stopách J. A. Komenského

V. Návrh způsobu realizace - strategický plán

Návrh způsobu realizace strategických cílů navazuje na definované globální rozvojové cíle regionu a prioritně pojmenované strategické oblasti. Opatření jsou popsána a vybírána tak, aby pokryla prakticky celou problematiku daného strategického cíle, což bylo jednou z podmínek zadání Strategie. Vzhledem k jejich velkému počtu a nárokům na finanční možnosti regionu je zřejmé, že **realizace cílů a opatření bude probíhat v horizontu několika let.**

Strategické oblasti, cíle a opatření jsou odrazem reálného stavu a potřeb regionu, **není proto možné je považovat za prvky neměnné.** Z tohoto důvodu je třeba minimálně jedenkrát ročně provádět vyhodnocení jejich plnění, analyzovat změny ve všech oblastech CR regionu a průběžně měnit dílčí priority, případně doplňovat nová nebo upravovat původní strategická opatření a aktivity.

Strategické oblasti, cíle a opatření jsou **navrženy pro region Slovácko jako celek**, proto je možné v jeho jednotlivých turistických oblastech nebo lokalitách nalézt vlastní specifika.

VI. Projekty

Zpracování projektů a jejich průběžná realizace jsou nejvýznamnějším výstupem pro práci destinačního managementu regionu Slovácko.

V rámci strategie rozvoje regionu Slovácko bylo vytvořeno více jak 30 komplexních projektů a 180 anotací projektů. Jako nejvýznamnější byly již **zpracovány tyto projekty :**

- **Logo a design manuál** regionu Slovácko (projekt realizován)
- Návrh a realizace nové **expozice regionu Slovácko** (projekt realizován)
- projekt vzniku sítě **certifikovaných TIC** regionu Slovácko (pilotní certifikace provedena)
- **Průvodce** regionem Slovácko (projekt realizován)
- projekt „**Katalog investičních možností** regionu Slovácko“ (projekt zahájen)
- projekt „**Suvenýry** pro region Slovácko“ (projekt zahájen)
- propagační **tiskoviny** - koncept (image sloha a leták) (projekt zahájen)
- **zpravodaj** (bulletin) regionu Slovácko (projekt zahájen)
- TIS regionu, **pilotní projekt TIS** - mikroregion Buchlov (projekt zahájen)
- projekt komplexního **marketingu** regionu Slovácko I (projekt zahájen)
- **úprava serveru** www.slovacko.cz (projekt zahájen)
- projekt vzniku sítě **Incoming partnerů** regionu Slovácko (projekt zahájen)
- projekt „**Panorama - kamery**“ (projektová fiše)
- projekt „**Databanka fotografií** pro potřeby PR“ (projektová fiše)
- projekt „**Kongresová turistika**“ (projektová fiše)
- projekt **Velkomoravská poutní cesta** a systém cyklotras (projekt ve 2. fázi realizace)
- projekt **Databanka projektů** (místní i regionální projekty) (projekt zahájen)
- **Destinační management**, organizace CR (projekt zahájen)

Stručný popis vybraných projektů, které již byly nebo jsou realizovány :

- **Logo a design manuál regionu Slovácko.**

Zásadním krokem v rámci realizace produktu regionu Slovácko bylo vytvoření logotypu regionu Slovácko a práce na utváření jednotného vizuálního stylu (prezentaci) regionu. Logotyp byl veřejnosti slavnostně představen na tiskové konferenci regionu Slovácko u příležitosti veletrhu GO a Regiontour 2002 v Brně.

- **Návrh a realizace nové expozice regionu Slovácko**

Výstavní expozice regionu Slovácko vytvořená v rámci nového corporate identity byla poprvé představena na veletrhu GO a Regiontour 2002 v Brně.

- **Propagační a informační tiskoviny v roce 2002 (průvodce, bloky, sloha, ...)**

Od listopadu 2001 probíhá realizace propagačních tiskovin a dalších tištěných materiálů regionu Slovácko dle výstupu Strategie. Materiály, které dosud byly realizovány, mají jednotnou vizuální úpravu a je na nich vždy použito logo regionu Slovácko dle podmínek stanovených v design manuálu. V uplynulých měsících již byly realizovány propagační **bloky** formátu A5, **vizitky** regionu Slovácko, hlavičkové papíry a turistický průvodce.

- **Destinační management, destinační firma, organizace CR**

Jednou z důležitých podmínek celého destinačního managementu je fungování destinační firmy a dalších partnerů. Destinační agenturou regionu Slovácko je od roku 2002 marketingová společnost Avedon.

- **Destinační firma - suvenýry 2002**

Suvenýry a dárkové předměty jsou prodávány v regionu Slovácko za účelem propagace regionu a podpory rozvoje cestovního ruchu. V současné době je v prodeji několik druhů triček a hrníčky s logem Slovácka. V budoucnu budou vyrobeny také čepice s kšiletem, samolepky, propisovací tužky a pera, tašky, poznámkové bloky, puzzle aj.

- **Standard TIC, vznik sítě certifikovaných TIC regionu Slovácko**

V rámci výstupu certifikace TIC byl připraven komplexní projekt vzniku sítě certifikovaných TIC regionu Slovácko, který je nyní realizován. V rámci pilotní certifikace TIC (září 2002) byly uděleny následující certifikáty: *TIC Mikulov - oblastní TIC*, *TIC Hodonín - oblastní TIC*, *TIC Kyjov - oblastní TIC*, *TIC Buchlovice - místní TIC*, *TIC Uherské Hradiště - regionální TIC*. Certifikace TIC je dobrovolná, další etapa certifikace proběhne v polovině října 2002.

- **Systém sítě incoming partnerů**

Vytvoření sítě IP je metodicky a koncepčně připraveno, na základě jednání s několika CK byly upraveny a odsouhlaseny podmínky pro účast v systému.

- **Návrh zásad tvorby TIS, pilotní projekt značení cyklotras**

Pro celý region Slovácko byly zpracovány koncepční zásady budování terénních informačních systémů. Jako pilotní ukázkový projekt TIS je zpracován projekt pro oblast Chřibý - mikroregion Buchlov. Projekt cyklotras a TIS mikroregionu Buchlov byl jako vzorový „mikroregionální“ projekt podpořen programem SAPARD.

Garanci nad řešením většiny projektů bude mít Regionu Slovácko - sdružení pro rozvoj cestovního ruchu. **Praktickou realizaci** by pak měl zajišťovat sám destinační management s destinační agenturou Avedon, s.r.o. Nositeli mnoha projektů budou samozřejmě také jednotlivé podnikatelské subjekty, členové sdružení Region Slovácko, obce a další organizace a instituce. Všechny projekty jsou zpracovány standardním způsobem tak, aby mohly být prakticky okamžitě použity pro předložení na příslušné grantové programy, dotační tituly nebo podpůrné fondy a nadace. Projekty jako zásadní praktický **nástroj realizace strategických opatření** budou průběžně doplňovány a aktualizovány, čímž by mělo postupně dojít **k vytvoření „databanky projektů“** regionu Slovácko a jeho turistických oblastí.

Komunikace s veřejností a spolupráce s regionálními podnikatelskými subjekty byla již od počátku realizace Strategie jedním ze základních metodických principů řešení. V rámci projektu bylo zapojeno do spolupráce postupně několik set subjektů - odborníků z oblasti cestovního ruchu. Více jak **130**

subjektů se účastnilo odborných seminářů a pracovních setkání. Na řešení nejvýznamnějších projektů, jako např. vytvoření logotypu regionu, úprava internetových stránek, klasifikace TIC, vytvoření sítě incoming partnerů atd., byly utvořeny **odborné pracovní skupiny**, které budou i nadále pokračovat ve své činnosti až do úplné realizace daného úkolu. Celý proces komunikace s veřejností byl pro svoji komplexnost a metodickou hodnotu významně finančně podpořen nadací **Open Society Fund Praha**. Pro podporu komunikace s veřejností, zajištění objektivit a vysoké odborné úrovně výstupů byly od října 2000 **realizovány následující aktivity**:

- výroba a distribuce *informačního letáku* o projektu
- průběžná *komunikace prostřednictvím internetu* (www.slovacko.cz) a také prostřednictvím médií
- *semináře pro odbornou veřejnost* (Uherské Hradiště, Uherský Brod, Hodonín) - prosinec 2000
- *pracovní semináře pro ubytovatele* (Uh. Hradiště, Hodonín) - březen 2001
- *soutěž „Logo pro Slovácko“*
- *semináře pro odbornou veřejnost* (Uherské Hradiště, Uherský Brod, Kyjov), 2001
- průběžná jednání v *odborných pracovních skupinách - projektových týmech*

Bližší informace:

Region Slovácko, sdružení pro rozvoj cestovního ruchu, Masarykovo náměstí 21, 686 01 Uherské Hradiště, tel. / fax: 572 540 303, e-mail: info@slovacko.cz, www.slovacko.cz, Mgr. Josef Hapák, tajemník sdružení

ARC Mikulov, s. r. o., Náměstí 7, 692 01 Mikulov, tel.: 519 511 829, fax: 519 512 301, e-mail: arc@avedon.cz, Mgr. Radek Galousek, ředitel

Přehled členů sdružení Region Slovácko

Členská základna
Obec Velehrad
Město Staré Město
Město Uherský Ostroh
Obec Buchlovice
Okresní hospodářská komora Uherské Hradiště
Spol. pro trvale. Udrž. život - Reg.pob.Bílé Karpaty
Dům knihy Josef Janoušek-PORTAL, Uherské Hradiště
Agentura pro rozvoj turistiky na Baťově kanálu
Společenstvo podnik. v pohostinství a ubytování, Uherské Hradiště
ČSAD Uherské Hradiště, a.s.
Obec Břestek
Obec Ostrožská Nová Ves
Eurocamping, spol. s r.o., Bojkovice
Město Uherské Hradiště
Obec Huštěnovice
Město Hluk
Obec Spytihněv
Dat, spol. s r.o., Uherské Hradiště
Město Strážnice
Okresní úřad Uherské Hradiště – čestný člen
Klub kultury a sportu, Vlčnov



Břeclavsko*Hodonínsko*Hradiš'tsko

ZÁŘÍ na Slovácku

Slavnosti vinobraní

**Podrobné programy
kulturních a turistických akcí**

Tipy pro rodinné výlety

Inzeráty z kultury a turistiky

... pozvánka pro všechny generace.

K dostání na většině poboček České pošty,
kulturních a turistických informačních centrech,
na kulturních akcích regionu aj.

cena: 10 ,-Kč

Předplatné na rok 2004 /10.–12. číslo – říjen–prosinec/: 45,- Kč.

ProgRÁM Slovácka, Hlavní 37, 691 06 Velké Pavlovice
Tel: 777 137 488; 777 137 482 e-mail: ram@solisart.cz
www.solisart.cz

PVII: ŽÁDOST O PROJEKTY VYHLAŠOVANÝCH MMR**Ž Á D O S T p r o r o k 2 0 0 5****o poskytnutí dotace na projekt v rámci****Regionálního programu podpory rozvoje průmyslových podnikatelských subjektů na území NUTS 2 Střední Morava a Moravskoslezsko a dalších regionech se soustředěnou podporou státu****Identifikační údaje žadatele**

Obchodní jméno společnosti (dle obchodního rejstříku)	
IČO (RČ) ¹	
Adresa (dle obchodního rejstříku)	
Korespondenční adresa	
Číslo bankovního účtu	
Oblast podnikání podle OKEČ ²	

Osoby pověřené jednáním o žádosti³

jméno	
funkce	
telefon / mob.	
e-mail	
kontaktní adresa	

jméno	
funkce	
telefon / mob.	
e-mail	
kontaktní adresa	

Požadovaná dotace

Výše požadované dotace v tis. Kč

¹ fyzická osoba uvede RČ² Uveďte všechny činnosti, včetně č. OKEČ, s podílem na obratu firmy větším jak 20 %. Přehled klasifikace naleznete na www.mpo.cz

OKEČ – odvětvová klasifikace ekonomických činností

³ V případě, že je jednáním o žádosti pověřena osoba, která není uvedena jako statutární zástupce společnosti v obchodním rejstříku, je tato osoba povinna doložit zplnomocnění k tomuto jednání

Charakteristika podnikatelského záměru (dále jen PZ)

Název PZ	
Umístění PZ (přesná adresa realizace)	
Okres	
NUTS 2 ⁴	
Stručný popis PZ	

Zařazení hlavní činnosti předkládaného PZ podle OKEČ, název a kód⁵

--

Počet nově zřízených pracovních míst v rámci PZ

Počet zřizovaných pracovních míst v roce 2005	
Počet zřizovaných pracovních míst v roce 2006	

Přepočtený průměrný počet zaměstnanců za třetí čtvrtletí 2004⁶

--

Zkrácený rozpočet PZ

Celkové náklady na realizaci PZ v roce 2005 (tis. Kč)	
v roce 2006 (tis. Kč)	
Požadovaná dotace (tis. Kč)	
Předpokládaná cena jednoho nově vytvořeného pracovního místa (tis. Kč) stanovená z celkových nákladů na PZ	

Termíny realizace projektu

Délka realizace PZ (měsíce)
Předpokládaný konec realizace PZ

⁴ Žadatel uvede region soudržnosti (Severozápad, Moravskoslezsko, Severovýchod, Jihozápad, Jihovýchod, Střední Morava nebo Střední Čechy)

⁵ uveďte přesné členění číselné klasifikace druhého stupně, např. 15.1. Výroba, zpracování a konzervování masa a masných výrobků

⁶ dle §11 vyhlášky č.518/2004 Sb.

C) Povinné přílohy žádosti pro rok 2005

Všechny povinné přílohy žádosti jsou uvedeny v Zásadách programu v bodě 9 odstavci a.

1. stručný popis PZ včetně marketingové studie, struktura PZ je stanovena v příloze č. 4 Zásad programu,
2. úplný výpis z obchodního rejstříku ne starší než 30 dnů (platí pro právnické osoby),
3. živnostenské oprávnění (platí pro fyzické osoby),
4. daňová přiznání za rok 2002, 2003 a daňové přiznání za rok 2004, pokud je k dispozici. Rozvaha a bilanci zisků a ztrát za roky 2002, 2003, 2004.
5. aktuální výpis z rejstříku trestů všech členů statutárních orgánů firmy (resp. jeho ověřenou kopii) ne starší než 30 dnů (u cizích státních příslušníků i ze země původu),
6. vyjádření příslušného úřadu práce k závazku vytvoření nových pracovních míst, obsahující aktuální údaje o stavu nezaměstnanosti v místě realizace PZ a posouzení vhodnosti žadatelů o práci vzhledem k připravovanému PZ,
7. „Přehled o vyměřovacích základech a pojistném malé organizace“, v případě velké organizace „Přehled o výši pojistného a vyplácených dávkách“, v obou případech potvrzené Správou sociálního zabezpečení, s údaji platnými v měsíci předcházejícím měsíci podání žádosti,
8. pravomocné územní rozhodnutí pro PZ, které jej vyžadují ve smyslu zákona č.50/1976 Sb, o územním plánování a stavebním řádu, ve znění pozdějších předpisů,
9. stavební povolení pro PZ, které jej vyžadují ve smyslu zákona č. 50/1976 Sb., o územním plánování a stavebním řádu, ve znění pozdějších předpisů; v případě PZ, u kterých není stavební povolení dle uvedeného zákona vyžadováno, nahrazuje stavební povolení protokol o ohlášení stavby, doložený vyjádřením příslušného stavebního úřadu,
10. posouzení PZ z hlediska vlivu na životní prostředí ve smyslu zákona č. 100/2001 Sb., o posuzování vlivu na životní prostředí a o změně některých souvisejících zákonů, ve znění pozdějších předpisů,
11. výpis z katastru nemovitostí ne starší než 30 dnů a snímek pozemkové mapy,
12. doklad o nabytí vlastnictví k nemovitosti; v případě, že žadatel o dotaci hodlá realizovat PZ (pouze pokud se jedná o nákup technologie) v pronajatých prostorách, je povinen doložit nájemní smlouvu na dobu minimálně 5 let od ukončení PZ a výpis z katastru nemovitostí k danému objektu,
13. potvrzení FÚ, SSSZ, celní správy a všech zdravotních pojišťoven o plnění resp. úhradě všech závazků žadatele o dotaci (ne starší než dva měsíce),
14. čestné prohlášení žadatele o dotaci, že nemá dluhy vůči státním fondům ČR,
15. čestné prohlášení žadatele o dotaci, že na jeho majetek není vyhlášen konkurs nebo povoleno vyrovnání, popř. zamítnut návrh na prohlášení konkursu pro nedostatek majetku a že není v likvidaci,
16. souhlas žadatele o dotaci se zveřejněním jeho obchodního jména, adresy, identifikačního čísla organizace, rodného čísla (u fyzické osoby), názvu PZ a výše dotace,
17. čestné prohlášení žadatele o dotaci o zajištění vlastních prostředků, kterými se bude podílet minimálně v rozsahu daném nařízením vlády č. 310/2004 Sb. na spolufinancování PZ, na který je dotace žádána,
18. prostřednictvím čestného prohlášení soupis všech činností, které účastník programu vykonává v rámci svého podnikání dle §2 odstavce 1 obchodního zákoníku a majetkových účastí v právnických osobách. Je-li účastníkem programu právnická osoba, platí toto ustanovení pro všechny její vlastníky, členy statutárního orgánu nebo zástupce.
19. Vyplněné formuláře RA 80, 81 informačního systému Ministerstva financí (ISPROFIN).

Všechny materiály je nutno doložit jako originály nebo ověřené kopie.

Žádost společně se všemi přílohami musí být předložena v nerozebíratelném provedení.

Žadatel svým podpisem stvrzuje, že se seznámil s plným zněním Zásad pro poskytování dotací ze státního rozpočtu v rámci Regionálního programu podpory rozvoje průmyslových podnikatelských subjektů na území NUTS 2 Severozápad a Moravskoslezsko a dalších regionech se soustředěnou podporou státu a souhlasí s nimi.

Datum zpracování

Razítko a podpis ⁷

⁷ notářsky ověřený podpis statutárního zástupce společnosti

PVIII: OBRAZOVÁ DOKUMENTACE REGIONU SLOVÁCKO



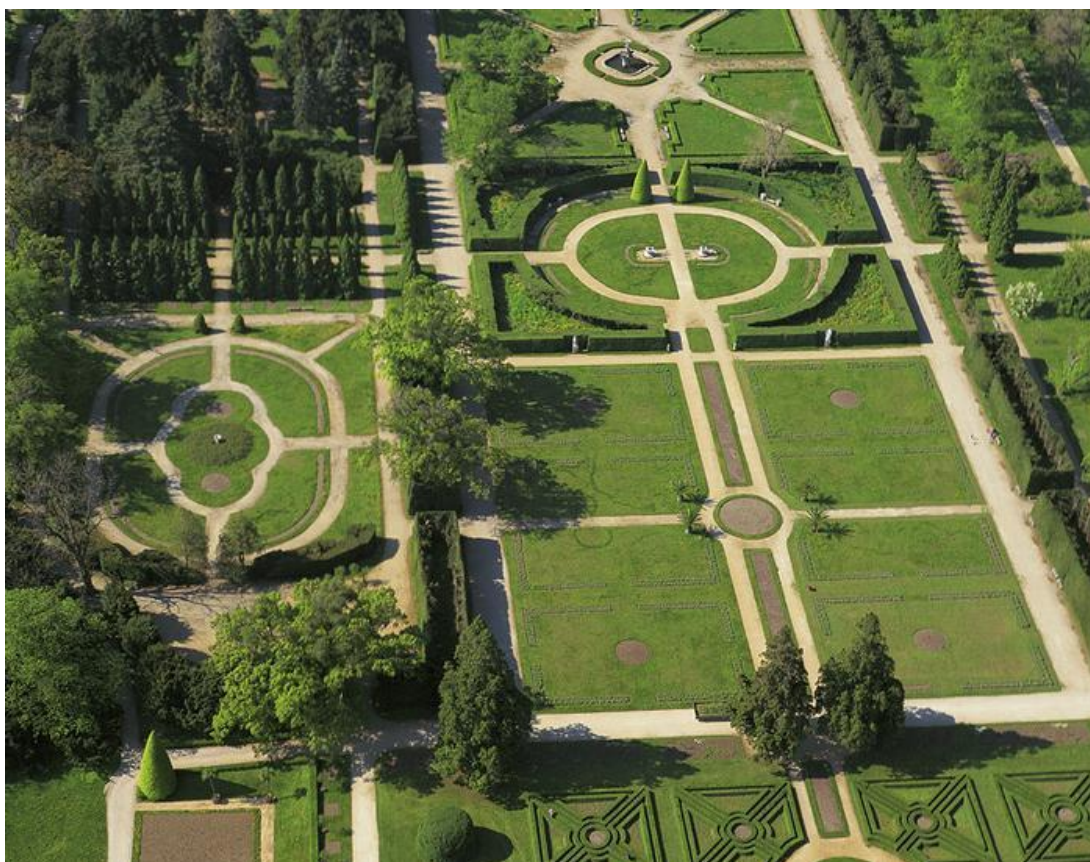
Obr. 1 Lázně Luhačovice



Obr. 2 Zámek Buchlovice



Obr. 3 Hrad Buchlov



Obr. 4 Lednice – zámecký park



Obr. 5 Uherské Hradiště - kostel sv. Františka Xaverského



Obr. 6 Mikulov – zámek



Obr. 7 Strážnice – mezinárodní folklórní festival



Obr. 8 Valtice – zámek Valtice

P IX: DOTAZNÍK

Vážené dámy, vážení pánové, dovoluji si Vás požádat o vyplnění dotazníku, který bude sloužit pro účely vypracování diplomové práce. Prohlašuji, že veškeré údaje budou použity pouze pro studijní účely.

Děkuji za ochotu

Bc. Lenka Blahová

studentka FAME, management marketing

Znáte „region Slovácko“? ☐ ANO ☐ NE Navštívili jste někdy region Slovácko? ☐ ANO ☐ NE

Žijete v regionu Slovácko? ☐ ANO ☐ NE

Která města a obce byly pro Vás nejzajímavější?
(Např.: Břeclav, Buchlovice, Bzenec, Bojkovice, Hodonín, Hustopeče, Hluk, Kyjov, Lednice, Luhačovice, Mikulov, Napajedla, Pasohlávky, Slavičín, Starý Hrozenkov, Strážnice, Uherský Brod, Uherské Hradiště, Uherský Ostroh, Valtice, Vracov, Veselí nad Moravou)

Která města by jste rádi ještě (znovu) navštívili?

Jak dlouhý byl (bude) Váš pobyt v regionu? ☐ 1-2 DNY ☐ 3 DNY ☐ 4-5 DNŮ ☐ 6 A VÍCE DNŮ

Jaké ubytovací zařízení jste použili (použijete)? ☐ KEMP ☐ CHATA, PENZION ☐ UBYTOVNA ☐ HOTEL ☐ U ZNÁMÝCH

Byli jste spokojeni s kvalitou ubytování? ☐ ANO ☐ NE

Využívali jste restauračních zařízení? ☐ ANO ☐ NE ☐ VLASTNÍ STRAVOVÁNÍ

Jak nejčastěji cestujete? ☐ AUTEM ☐ VLAKEM ☐ AUTOBUSEM ☐ NA KOLE ☐ LODÍ ☐ LETADLEM ☐ PĚŠKY

Jak hodnotíte dopravní dostupnost regionu Slovácko? ☐ KVALITNÍ ☐ DOBRÁ ☐ PRŮMĚRNÁ ☐ NEVYHOVUJÍCÍ

V kterém ročním období nejčastěji cestujete? ☐ JARO ☐ LÉTO ☐ PODZIM ☐ ZIMA

Která turistika Vás nejvíce zajímá? ☐ KULTURNÍ ☐ VENKOVSKÁ ☐ PĚŠÍ ☐ CYKLOTURISTIKA ☐ HORSKÁ ☐ LÁZEŇSKÁ ☐ VINAŘSKÁ ☐ VODNÍ ☐ AGROTURISTIKA ☐ KONGRESOVÁ ☐ RYBÁŘSKÁ ☐ MYSLIVECKÁ ☐ JEZDECTVÍ ☐ LÉTÁNÍ ☐ JINÁ:

Znáte / navštívili jste některé kulturní akce v regionu Slovácko? ☐ JÍZDA KRÁLŮ ☐ SLOVÁCKÉ HODY S PRÁVEM ☐ VINOBRANÍ ☐ KOŠT VÍNA, SLIVOVICE ☐ BUCHLOVSKÁ SVÍCA ☐ FOLKLÓRNÍ FESTIVALY VE STRÁŽNICI ☐ VELEHRADSKÁ POUŤ ☐ SVATOVÁCLAVSKÉ SLAVNOSTI V BŘECLAVĚ ☐ JINÉ:

Znáte některé významné památky regionu Slovácko?
.....
(hrady, zámky, skanzeny, archeologické památky, židovské památky, poutní místa)

Změnili by jste něco v regionu Slovácko?

Schází Vám něco v regionu Slovácko?

Znáte internetové stránky regionu Slovácko? ☐ ANO ☐ NE

Využili jste někdy těchto internetových stránek? ☐ ANO ☐ K čemu? ☐ NE

Navštívili jste někdy informační centrum v regionu? ☐ ANO ☐ NE

Uvažovali jste někdy o dovolené v regionu Slovácko? ☐ ANO ☐ NE