

# **Destinační management v rozvoji cestovního ruchu v Mikroregionu Staroměstsko**

Bc. Monika Věrná

---

Diplomová práce  
2017



Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně  
Fakulta managementu a ekonomiky

---

# ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Bc. Monika Pavlíková Věrná**  
Osobní číslo: **M15609**  
Studijní program: **N6202 Hospodářská politika a správa**  
Studijní obor: **Veřejná správa a regionální rozvoj**  
Forma studia: **kombinovaná**

Téma práce: **Destinační management v rozvoji cestovního ruchu  
v Mikroregionu Staroměstsko**

Zásady pro vypracování:

## Úvod

Definujte cíle práce a použité metody zpracování práce.

### I. Teoretická část

- Představte koncept destinačního managementu jako nástroje podpory a řízení cestovního ruchu turistických oblastí v ČR a vybraných zemí EU nebo ESVO.

### II. Praktická část

- Charakterizujte přírodní a společenské předpoklady cestovního ruchu v Mikroregionu Staroměstsko.
- Na základě rozhovorů s aktéry a stakeholdery představte analýzu a hodnocení implementace konceptu destinačního managementu v Mikroregionu Staroměstsko.
- Navrhněte projekt za účelem implementace vybraného prvku destinačního managementu v Mikroregionu Staroměstsko a podrobně jej časové, nákladové a rizikové analýze.

## Závěr

Rozsah diplomové práce: cca 70  
Rozsah příloh:  
Forma zpracování diplomové práce: tištěná/elektronická

Seznam odborné literatury:

**CAPONE, Francesco. Tourist Clusters, Destinations and Competitiveness. 1st ed. London: Routledge, 2016, 188 s. ISBN 978-1-315-70953-6.**

**KIRAL'OVÁ, Alžběta a Ivo STRAKA. Vliv globalizace na marketing destinace cestovního ruchu. 1. vyd. Praha: Ekopress, 2013, 227 s. ISBN 978-80-86929-99-6.**

**PALATKOVÁ, Monika. Marketingový management destinací. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2011, 208 s. ISBN 978-80-247-3749-2.**

**TITTELBACHOVÁ, Šárka. Turismus a veřejná správa: průniky, dysfunkce, problémy, šance: státní politika turismu České republiky: systémový přístup k řešení problémů. 1. vyd. Praha: Grada, 2011, 200 s. ISBN 978-80-247-7085-7.**

**WANG, Youcheng and Abraham PIZAM. Destination Marketing and Management: Theories and Applications. 1st ed. Oxfordshire: CABI, 2011, 202 s. ISBN 978-1-84593-762-1.**

Vedoucí diplomové práce: **RNDr. Pavel Bednář, Ph.D.**  
Ústav regionálního rozvoje, veřejné správy a práva  
Datum zadání diplomové práce: **15. prosince 2016**  
Termín odevzdání diplomové práce: **18. dubna 2017**

Ve Zlíně dne 15. prosince 2016

doc. Ing. David Tuček, Ph.D.  
*děkan*



RNDr. Pavel Bednář, Ph.D.  
*ředitel ústavu*



# PROHLÁŠENÍ AUTORA BAKALÁŘSKÉ/DIPLOMOVÉ PRÁCE

## Prohlašuji, že

- beru na vědomí, že odevzdáním diplomové/bakalářské práce souhlasím se zveřejněním své práce podle zákona č. 111/1998 Sb. o vysokých školách a o změně a doplnění dalších zákonů (zákon o vysokých školách), ve znění pozdějších právních předpisů, bez ohledu na výsledek obhajoby;
- beru na vědomí, že diplomová/bakalářská práce bude uložena v elektronické podobě v univerzitním informačním systému dostupná k prezenčnímu nahlédnutí, že jeden výtisk diplomové/bakalářské práce bude uložen na elektronickém nosiči v příruční knihovně Fakulty managementu a ekonomiky Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně;
- byl/a jsem seznámen/a s tím, že na moji diplomovou/bakalářskou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, zejm. § 35 odst. 3;
- beru na vědomí, že podle § 60 odst. 1 autorského zákona má UTB ve Zlíně právo na uzavření licenční smlouvy o užití školního díla v rozsahu § 12 odst. 4 autorského zákona;
- beru na vědomí, že podle § 60 odst. 2 a 3 autorského zákona mohu užít své dílo – diplomovou/bakalářskou práci nebo poskytnout licenci k jejímu využití jen připouští-li tak licenční smlouva uzavřená mezi mnou a Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně s tím, že vyrovnání případného přiměřeného příspěvku na úhradu nákladů, které byly Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně na vytvoření díla vynaloženy (až do jejich skutečné výše) bude rovněž předmětem této licenční smlouvy;
- beru na vědomí, že pokud bylo k vypracování diplomové/bakalářské práce využito softwaru poskytnutého Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně nebo jinými subjekty pouze ke studijním a výzkumným účelům (tedy pouze k nekomerčnímu využití), nelze výsledky diplomové/bakalářské práce využít ke komerčním účelům;
- beru na vědomí, že pokud je výstupem diplomové/bakalářské práce jakýkoliv softwarový produkt, považují se za součást práce rovněž i zdrojové kódy, popř. soubory, ze kterých se projekt skládá. Neodevzdání této součásti může být důvodem k neobhájení práce.

## Prohlašuji,

1. že jsem na diplomové/bakalářské práci pracoval samostatně a použitou literaturu jsem citoval. V případě publikace výsledků budu uveden jako spoluautor.
2. že odevzdaná verze diplomové/bakalářské práce a verze elektronická nahraná do IS/STAG jsou totožné.

Ve Zlíně 12.4.2017

Jméno a příjmení: ..... MONIKA VĚRNA'

.....  
podpis diplomanta

## **ABSTRAKT**

Diplomová práce se zabývá Destinačním managementem v Mikroregionu Staroměstsko. Je zaměřena především na rozvoj destinačního managementu v mikroregionu. Teoretická část vysvětluje na terminologii a teoretické koncepty cestovního ruchu, způsob fungování destinačního managementu a koncept destinačního managementu jako nástroj podpory a řízení cestovního ruchu. Praktická část obsahuje popis Mikroregion Staroměstsko, jeho charakteristika a základní popis všech příslušných obcí. Charakteristika přírodních a společenských předpokladů mikroregionu. Dále obsahuje analýzu implementace destinačního managementu v mikroregionu. V závěru práce je uveden návrh projektu, jehož realizace přispěla k naplnění cílů.

Klíčová slova: Destinační management, Mikroregion, Cestovní ruch, Staroměstsko

## **ABSTRACT**

The thesis deals with Destination Management in the microregion Staroměstsko. It focuses primarily on the development of destination management in the microregion. The theoretical part to explain the terminology and theoretical concepts of tourism, the way the concept of destination management and destination management as a tool for the promotion and management of tourism. The practical part contains a description Mikroregion Staroměstsko, its in the characteristics and basic description of all relevant communities. Characterization of natural and social assumptions micro. It also contains an analysis of the implementation of destination management in the microregion. The conclusion is given design project, the implementation of which has contributed to the objectives.

Keywords: Destination management, Microregion, Tourism, Staroměstsko

Zde bych chtěla poděkovat panu RNDr. Pavlu Bednářovi, PhD. za odborné vedení diplomové práce, jeho cenné rady a věcně připomínky a především za jeho ochotu a vstřícnost. Rovněž děkuji všem účastníkům rozhovorů a lidem, kteří mi poskytli potřebné informace a rady nezbytné pro zpracování praktické části práce.

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

## OBSAH

<b>ÚVOD</b> .....	<b>10</b>
<b>CÍLE A METODY ZPRACOVÁNÍ PRÁCE</b> .....	<b>11</b>
<b>I TEORETICKÁ ČÁST</b> .....	<b>13</b>
<b>1 TERMINOLOGIE A TEORETICKÉ KONCEPTY CESTOVNÍHO RUCHU VE VZTAHU K ROZVOJI REGIONŮ</b> .....	<b>14</b>
1.1 TERMINOLOGIE .....	14
1.1.1 Mikroregion.....	14
1.1.2 Místní akční skupina .....	15
1.1.3 Cestovní ruch .....	15
1.1.4 Destinace .....	17
1.1.5 Management destinace .....	19
1.2 TEORETICKÉ KONCEPTY DESTINACÍ CESTOVNÍHO RUCHU.....	20
1.2.1 Velikost a druhy destinací cestovního ruchu .....	22
1.2.2 Vymezování, rajonizace a klasifikace destinací v ČR .....	23
<b>2 ZPŮSOB FUNGOVÁNÍ DESTINAČNÍHO MANAGEMENTU</b> .....	<b>26</b>
2.1 VIZE, POSLÁNÍ A CÍLE DESTINACE.....	26
2.1.1 Životní cyklus destinace.....	27
2.2 SYSTÉM ŘÍZENÍ V DESTINAČNÍM MANAGEMENTU .....	29
2.3 ZPŮSOB FINANCOVÁNÍ MIKROREGIONU DESTINAČNÍHO MANAGEMENTU.....	30
2.3.1 Financování mikroregionů z vlastních zdrojů.....	31
2.3.2 Financování mikroregionu z cizích zdrojů.....	32
<b>3 KONCEPT DESTINAČNÍHO MANAGEMENTU JAKO NÁSTROJ PODPORY A ŘÍZENÍ CESTOVNÍHO RUCHU TURISTICKÝCH OBLASTÍ V ČR A VYBRANÝCH ZEMÍCH EU</b> .....	<b>36</b>
3.1 ŘÍZENÍ CESTOVNÍHO RUCHU V ČESKÉ REPUBLICE .....	36
3.1.1 Problémy řízení cestovního ruchu v České republice .....	38
3.2 KONCEPT DESTINAČNÍHO MANAGEMENTU V ČR.....	38
3.2.1 DMO .....	39
3.2.2 Síť.....	40
3.3 ŘÍZENÍ CESTOVNÍHO RUCHU VE VYBRANÝCH ZEMÍCH EU .....	40
3.3.1 Spolková republika Německo .....	41
3.3.2 Republika Rakousko .....	41
3.3.3 Slovenská republika .....	41
3.4 KONCEPT DESTINAČNÍHO MANAGEMENTU VE VYBRANÝCH ZEMÍCH EU .....	42
3.4.1 Spolková republika Německo .....	42
3.4.2 Republika Rakousko .....	43
3.4.3 Slovenská republika .....	43
3.4.4 Španělské království.....	44
<b>II PRAKTICKÁ ČÁST</b> .....	<b>46</b>
<b>4 CHARAKTERISTIKA MIKROREGIONU STAROMĚSTSKO</b> .....	<b>47</b>
4.1 OBCE SPADAJÍCÍ DO MIKROREGIONU .....	48
4.1.1 Babice.....	50

4.1.2	Boršice.....	51
4.1.3	Huštěnovice.....	52
4.1.4	Jalubí .....	53
4.1.5	Jankovice.....	53
4.1.6	Kostelany nad Moravou .....	54
4.1.7	Košíky .....	55
4.1.8	Kudlovice .....	56
4.1.9	Nedakonice.....	57
4.1.10	Ořechov .....	58
4.1.11	Polešovice .....	59
4.1.12	Staré Město.....	60
4.1.13	Sušice .....	61
4.1.14	Traplice .....	62
4.1.15	Tučapy.....	63
4.1.16	Tupesy .....	64
4.1.17	Újezdec.....	64
4.1.18	Vážany.....	65
4.1.19	Zlechov.....	66
4.2	MAS .....	66
4.2.1	MAS Buchlov.....	66
4.2.2	MAS Staroměstsko.....	67
4.2.3	MAS Severní Chříby a Pomoraví .....	67
4.3	CENTRÁLA CESTOVNÍHO RUCHU VÝCHODNÍ MORAVA.....	68
<b>5</b>	<b>CHARAKTERISTIKA PŘÍRODNÍCH A SPOLEČENSKÝCH PŘEDPOKLADŮ CESTOVNÍHO RUCHU V MIKROREGIONU STAROMĚSTSKO .....</b>	<b>69</b>
5.1	PŘÍRODNÍ PŘEDPOKLADY CESTOVNÍHO RUCHU.....	69
5.1.1	Niva řeky Moravy .....	69
5.1.2	Přírodní park Chříby .....	70
5.1.3	Baťův kanál .....	70
5.2	SPOLEČENSKÉ PŘEDPOKLADY CESTOVNÍHO RUCHU.....	71
5.2.1	Folklor .....	71
<b>6</b>	<b>ANALÝZA A HODNOCENÍ IMPLEMENTACE KONCEPTU DESTINAČNÍHO MANAGEMENTU V MIKROREGIONU STAROMĚSTSKO .....</b>	<b>73</b>
6.1	VYHODNOCENÍ ROZHOVORŮ .....	74
6.2	ANALÝZA IMPLEMENTACE KONCEPTU DESTINAČNÍHO MANAGEMENTU V MIKROREGIONU STAROMĚSTSKO.....	77
6.3	HODNOCENÍ IMPLEMENTACE KONCEPTU DESTINAČNÍHO MANAGEMENTU V MIKROREGIONU STAROMĚSTSKO.....	78
<b>7</b>	<b>SWOT ANALÝZA .....</b>	<b>79</b>
7.1	SILNÉ STRÁNKY.....	80
7.2	SLABÉ STRÁNKY.....	81
7.3	PŘÍLEŽITOSTI.....	82
7.4	HROZBY .....	82
<b>8</b>	<b>PROJEKT IMPLEMENTACE VYBRANÉHO PRVKU</b>	



<b>DESTINAČNÍHO MANAGEMENTU V MIKROREGIONU STAROMĚSTSKO .....</b>	<b>87</b>
8.1 AGROTURISTIKA.....	87
8.2 NAUČNÁ STEZKA SLEPÝMI RAMENY ŘEKY MORAVY .....	89
8.2.1 Časová analýza.....	91
8.2.2 Nákladová analýza .....	92
8.2.3 Riziková analýza .....	93
<b>ZÁVĚR .....</b>	<b>96</b>
<b>SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY.....</b>	<b>97</b>
<b>SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK.....</b>	<b>103</b>
<b>SEZNAM OBRÁZKŮ .....</b>	<b>104</b>
<b>SEZNAM TABULEK.....</b>	<b>105</b>
<b>SEZNAM PŘÍLOH.....</b>	<b>106</b>

## ÚVOD

Typickým znakem dnešní doby je neustálý vývoj, zvyšující se konkurenční boj a také rostoucí nároky turistů, proto vyvstala potřeba řídit destinaci cestovního ruchu a tím vznikl i management destinace. Protože jediné při kvalitním řízení se bude destinace nadále vyvíjet. Je to dáno tím, že lidé hledají nové zážitky, proto je třeba tvořit nové produkty cestovního ruchu a další. Pouze v případě moderního způsobu řízení destinace a marketingu cestovního ruchu, může dojít k zajištění efektivního rozvoje cestovního ruchu jak v turisticky vyspělých zemích tak i v menších částech území, například u regionů či mikroregionů.

Hlavním cílem diplomové práce je navrhnout vhodnou koncepci rozvoje zhodnotit aktuální koncept destinačního managementu v mikroregionu Staroměstsko, zmapovat zde nejvýznamnější cíle cestovního ruchu a kulturní nabídku, a především zmapovat aktuální využití destinačního managementu v mikroregionu a zda mikroregion propaguje sebe i kulturní akce, které se zde konají. A dále navrhnout projekt podporující rozvoj cestovního ruchu v mikroregionu.

Práce je rozdělena na dvě části. V teoretické části je popsána základní terminologie nezbytná pro pochopení problematiky destinačního managementu, dále vysvětluje způsob fungování destinačního managementu a nakonec představuje koncept destinačního managementu jako nástroj podpory a řízení cestovního ruchu turistických oblastí v ČR a vybraných zemích EU. Praktická část je zaměřena na charakteristiku Mikroregionu Staroměstsko a popisuje jednotlivé obce, které do mikroregionu patří. Dále popisuje místní akční skupiny vyskytující se na území mikroregionu a velmi důležitou Centrálu cestovního ruchu Východní Moravy, která získala ocenění nejlepší organizace destinačního managementu. Dále jsou představeny přírodní a společenské předpoklady cestovního ruchu. Dále je v diplomové práci uvedena analýza konceptu destinačního managementu v mikroregionu, kde jsou zpracovány rozhovory z uskutečněného výzkumu. Na tento výzkum navazuje SWOT analýza, která určuje silné stránky, slabé stránky, příležitosti a hrozby mikroregionu. Na základě těchto výsledků byl vytvořen projekt na podporu rozvoje cestovního ruchu Mikroregionu Staroměstsko.

## CÍLE A METODY ZPRACOVÁNÍ PRÁCE

Hlavním cílem diplomové práce je na základě provedených analýz a výzkumu zhodnotit aktuální koncept destinačního managementu v mikroregionu Staroměstsko, zmapovat zde nejvýznamnější cíle cestovního ruchu a kulturní nabídku, a především zmapovat aktuální využití destinačního managementu v mikroregionu a zda mikroregion propaguje sebe i kulturní akce, které se zde konají. Dalším důležitým cílem bylo zjistit, jakým způsobem obce provádějí analýzu cestovního ruchu. Na konci práce je uvedena návrhová část práce, která by mohla sloužit jako zdroj inspirace pro mikroregion a obce, které jsou v něm zainteresovány.

Teoretická část práce čerpala zejména z odborných publikací, monografií, studií a koncepcí analyzovaných prostřednictvím metody literární rešerše a obsahové analýzy. Podstatným zdrojem sekundárních dat pro zpracování teoretické i analytické části práce byly především stránky ČSÚ, data a koncepce Mikroregionu Staroměstsko a také stránky jednotlivých obcí mikroregionu. Primární data popisující užití destinačního managementu, způsob spolupráce obcí s mikroregionem a kulturní oblast v mikroregionu byla získána na základě kvalitativního výzkumu realizovaného pomocí semistrukturovaného rozhovoru se představiteli aktérů veřejného sektoru. V rámci praktické části byla data zpracována pomocí socioekonomické analýzy a SWOT analýzy.

**Semistrukturovaný rozhovor** či polostrukturovaný rozhovor je jednou z nejčastěji používaných technik kvalitativního výzkumu, jelikož spojuje výhody rozhovoru strukturovaného i volného. Hlavní podstatou takto vedeného rozhovoru je vedení dialogu s dotazovanými, kdy se rozhovor odvíjí podle dopředu připravené skladby. Ta však na rozdíl od čistě strukturovaného rozhovoru není striktní a je zde možnost se od stanovené struktury částečně odchýlit, určit si vlastní řazení otázek či je dále rozšířit. V rámci polostrukturovaného rozhovoru jsou využívány otázky, které jsou předem připravené, neboli primární otázky, a otázky sekundární, neboli sondážní, ty jsou formulovány až v průběhu rozhovoru. Tyto otázky mohou dále dotazovaného podnítit k „rozpovídání se“ a získání tak dalších cenných informací. Významnou roli hraje v tomto ohledu empatický přístup tazatele a pozitivní neverbální komunikace. (Sedláková, 2014, s. 210-211; Reichel, 2009, s. 111-112)

**SWOT analýza** je komplexní metodou kvalitativního hodnocení, široce se využívá v oblasti strategického plánování nejen ve veřejné správě. Sedláčková (2006, s. 91) uvádí: *SWOT analýza využívá závěrů předchozích analýz tím, že identifikuje hlavní silné a slabé stránky podniku a porovnává je s hlavními vlivy z okolí podniku, resp. příležitostmi a ohroženími a směřuje k syntéze jako východisku pro formulaci strategie.* Tato strategie by měla vést k eliminaci slabých stránek, posílení silných stránek, a současně využít příležitostí z vnějšího prostředí a snažit se předejít hrozbám nebo zmírnit jejich dopady.

## **I. TEORETICKÁ ČÁST**

# 1 TERMINOLOGIE A TEORETICKÉ KONCEPTY CESTOVNÍHO RUCHU VE VZTAHU K ROZVOJI REGIONŮ

Úvodní kapitola diplomové práce seznamuje čtenáře se základní terminologií vztahující se k problematice destinačního managementu a cestovního ruchu. Dále představuje základní koncepty cestovního ruchu, které se vztahují k rozvoji regionů.

## 1.1 Terminologie

Jelikož se diplomová práce zabývá destinačním managementem v mikroregionu Staroměstsko, je třeba si vymezit pojem mikroregion jak z pohledu regionalistiky, tak i z pohledu praktického. Z praktického hlediska je nahlíženo na mikroregion jako na jednu nejběžnějších forem spolupráce obcí v České republice. Dále je třeba vymezit pojem cestovní ruch, destinace a destinační management.

### 1.1.1 Mikroregion

České zákony nedefinují pojem mikroregion, pouze zákon 248/2000 Sb., o podpoře regionálního rozvoje vymezuje jen termín region, a to jako „územní celek vymezený územními obvody krajů a obcí, jehož rozvoj může být podporován podle tohoto zákona." Dle metodické podpory regionálního rozvoje se regionem rozumí územní celek, které je vyčleněný z širšího území pomocí jednoho či více znaků. Samotný pojem mikroregion blíže definuje Ježek a kolektiv (2014, s. 14), který nahlíží na mikroregion z pohledu **regionalistiky** a charakterizuje mikroregion jako územní celek, v jehož rámci jsou relativně uzavřeny nejintenzivnější regionální procesy. Těmito procesy se rozumí především o dojížděku za prací a za základními druhy služeb. Dle Ryglové, Buriana a Vajčnerové (2011, s. 40) je pojem mikroregion spíše pojmem geografickým, avšak nekryje se se žádným oficiálním administrativním členěním země. Obecně mikroregion definují jako území, které je představováno správními obvody několika obcí, které sdružily za účelem dosažení hromadného cíle. Charakteristickým rysem takového svazku je, že není vytvořen ze zákona či příkazem nadřízeného, ale naopak je vytvořen z vlastní iniciativy. Divišová (2014, s. 4) uvádí, že mikroregion z pohledu veřejné správy je sdružením obcí, které se zakládají z důvodu získání financí ze státních fondů a fondů EU a



za účelem dosažení společného cíle. Mikroregiony lze rozdělit do dvou typů z hlediska spolupráce:

- Mikroregiony založené a fungující se záměrem dosáhnout konkrétní investiční akce.
- Mikroregiony s cílem rozvoje území dle strategického plánu rozvoje daného území.

K mikroregionům patří i Místní akční skupiny (MAS), které pracují na základě dobrovolné spolupráce. Je možné spojení různých subjektů, např. obce, svazky obcí, nestátní neziskové organizace, církve, podnikatelé nebo občané. MAS musí mít právní subjektivitu, při které používají jednu ze tří právních forem:

- Obecně prospěšná společnost (o. p. s.)
- Zájmové sdružení právnických osob (z. s. p. o.)
- Spolek

### 1.1.2 Místní akční skupina

„Místní akční skupiny (dále též MAS) jsou společenství občanů, neziskových organizací, soukromé podnikatelské sféry a veřejné správy (obcí, svazků obcí a institucí veřejné moci), které spolupracují na rozvoji venkova, zemědělství a při získávání finanční podpory z EU a z národních programů pro svůj region metodou LEADER (*Liaison Entre Actions Développement de l'Économie Rurale* neboli Propojení aktivit rozvíjejících venkovskou ekonomiku).“ (Tittelbachová, 2011, s. 86) Pavlík a kol. (2014, s. 106) uvádí, že v současnosti na území České republiky funguje více než 130 regionálních sdružení, pod označením Místní akční skupina.

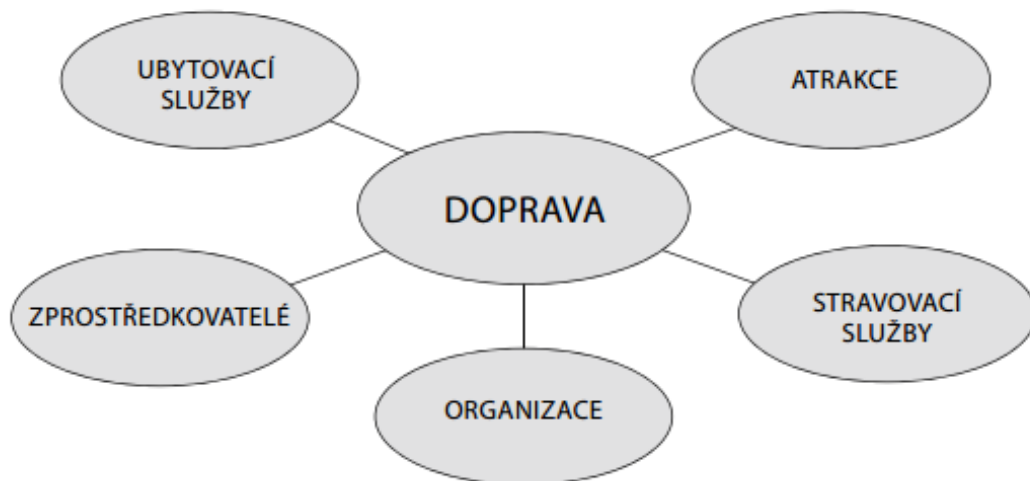
### 1.1.3 Cestovní ruch

Cestovní ruch jak mnoho jiných pojmů bývá definován mnoha způsoby. Jednou ze základních a nejužších definicí je definice dle Světové organizace cestovního ruchu (WTO), která definuje cestovní ruch jako činnost osoby, která cestuje na přechodnou dobu do místa mimo její běžné prostředí a to na dobu, která je kratší než 1 rok (v mezinárodním cestovním ruchu) a 6 měsíců (v domácím cestovním ruchu), přičemž hlavním

účelem cesty není výkon výdělečné činnosti v navštíveném místě. (Nejdl, 2011, s. 19) Mezinárodní sdružení expertů cestovního ruchu (AIEST) má širší pojetí cestovního ruchu a definuje cestovní ruch jako „souhrn jevů a vztahů, které vyplývají z cestování nebo pohybu osob, přičemž místo pobytu není trvalým místem bydlení a zaměstnání“. (Ryglová, Burian a Vajčnerová, 2011, s. 19) Když nahlédneme na cestovní ruch z ekonomického pohledu lze jej také definovat jako „ekonomický jev spojený se spotřebou hmotných a nehmotných statků, hrazených z prostředků získaných v místě trvalého bydliště“. Z tohoto pohledu by měl být průmysl chápán jako průmysl, který poskytuje veškeré služby spojené s cestováním a turistikou, rozdělující se do jednotlivých sektorů:

- Sektor ubytovací služby – do tohoto sektoru lze zahrnout poskytovatele ubytovacích služeb, od hotelových řetězců až po malé penziony.
- Sektor atrakce – zahrnuje národní parky, kulturní a historická místa a zajímavosti, tematické parky, botanické zahrady, sportovní centra aj.
- Sektor doprava – obsahuje leteckou, lodní, železniční, automobilovou a autobusovou dopravu, půjčovny a zprostředkovatele půjčování vozidel.
- Sektor zprostředkovatelé – jedná se o touroperátory, cestovní kanceláře, agentury, sezonní zprostředkovatele, organizátory konferencí, incentivní domy, rezervační systémy a další.
- Sektor organizace – zahrnuje národní turistické centrály, regionální centra, turistické asociace apod. (Ryglová, Burian a Vajčnerová, 2011, s. 17)

Všechny sektory jsou provázány, tyto vazby znázorňuje schéma:



Obrázek 1 Schéma provázanosti sektorů cestovního ruchu

Zdroj: Ryglová, Burian a Vajčnerová, 2011, s. 17

Dle Francesca Capone (2016, s. 13) je cestovní ruch jedním z největších a nejrychleji rostoucích odvětví světové ekonomiky. V posledních několika letech byla dokázána pozoruhodná odolnost při globální ekonomické krizi.

#### 1.1.4 Destinace

Destinace se staly centrem zájmu již od konce 80. let, kdy se začaly rozvíjet teoretické přístupy využitelné pro jejich marketingové řízení určené pro uplatnění v praxi. (Palatková, 2011, s. 11) Samotná definice destinace cestovního ruchu je od každého autora jiná. Obecně lze destinaci charakterizovat jako turistický cíl, oblast, jež se vyznačuje danými společnými charakteristickými prvky a rysy. (Ryglová, Burian a Vajčnerová, 2011, s. 19) Poněkud podrobněji definuje destinaci cestovního ruchu Světová organizace cestovního ruchu (WTO) a to jako „místo s vhodnými atraktivitami ve spojitosti se zařízeními a službami cestovního ruchu, které si účastník cestovního ruchu zvolil pro návštěvu“. (Ryglová, Burian a Vajčnerová, 2011, s. 42) Pan Medlik při posuzování ekonomických dopadů dal označení destinace cestovního ruchu jakékoliv geografické jednotce, kterou zkoumal jako celek, ať už to byla země, distrikt, region, město nebo vesnice.

Všechny uvedené a i neuvedené definice destinace cestovního ruchu mají společné charakteristické znaky, které tvoří podstatu destinace:

1. destinaci definuje návštěvník, že svého pohledu,
2. jedná se o místo, které je geograficky ohraničeno prostorem – stát, region, másti, resort,
3. vybavenost destinace atraktivitami, souborem zařízení, které poskytují služby pro uspokojení potřeb návštěvníků destinace.

Ad 1.

Destinace cestovního ruchu je vždy definována a určována poptávkou, tedy z pohledu účastníka cestovního ruchu a to proto, že samotný účastník cestovního ruchu rozhodne, dle své volby území, které místo je nebo není destinací. Při rozhodování je přímá kauzální spojitost mezi požadavkem návštěvníka a určitým prostorem. V této souvislosti má velmi důležitou roli čas, v jehož průběhu dochází ke změnám lidských potřeb, v jejich množství, rozsahu a síly. Pokud si poptávající vyberou nabízené území za cíl své cesty, stává se dané území destinací. V opačném případě destinací není a to až do doby, než bude vybráno jinými účastníky cestovního ruchu. (Nejdl, 2011, s. 51)

Ad 2.

Destinace je geografickým prostorem s přirozenými přírodními hranicemi, např. Krkonoše, Šumava, nebo hranicemi danými dlouhodobým sociálním vývojem, např. Slovácko. Destinace je prostorově relativní strukturou, jelikož nemá jeden územně velikostní typ. Destinace a její velikost je určována vzdáleností, velikostí, povědomím zdrojového trhu o předmětném území a motivací poptávky k jeho návštěvě. V podstatě platí, že čím je delší vzdálenost území, které si účastník vybere jako destinaci, tím je rozloha destinace větší a naopak. (Nejdl, 2011, s. 53)

Ad 3.

Destinace je místo s množstvím atraktivit a s nimi spojenými zařízeními a službami. Komplex těchto vzájemně propojených služeb nabízených v destinaci představuje produkt pro účastníka cestovního ruchu. Jelikož jsou poptávka i atraktivita cestovního ru-

chu a služby s nimi spojené velmi rozmanité, může jedna destinace nabízet zároveň několik různých základních produktů a tím generovat různé užítky. (Nejdl, 2011, s. 54)

### 1.1.5 Management destinace

Veber a kol. (2009) definují management jako souhrn všech činností, které je zapotřebí udělat, aby byl zabezpečen chod organizace. Tedy, že účelem managementu je vytváření organizací, které fungují. Bartošová, Bartoš (2011) však tvrdí, že definice managementu nejsou jednoznačně vymezeny. Pojem management pochází z americké angličtiny a výklad pojmu je nesnadný. Jelikož pojem označuje nejen funkci, ale také lidi, kteří tuto funkci vykonávají. Zároveň označuje nejen sociální pozici a její stupeň, ale také odbornou disciplínu a obor studia. Avšak k pojmu management v překladu odpovídá český termín „řízení“. (Királ'ová, Straka, 2013, s. 11-14)

Destinační management je dle Ryglové, Buriana a Vajčnerové (2011, s. 163) formou řízení určité oblasti (destinace) za zvýšením efektivity aktivit spojených s cestovním ruchem a jeho udržitelným rozvojem. Aby byly destinace schopné obstarávat zboží a služby v požadované kvalitě, obstát v konkurenci a zároveň nabízet návštěvníkům unikátní zážitky. Následný dojem zákazníka závisí na celkové kvalitě poskytovaného zážitku a zároveň na mnoha organizacích v destinaci, které musí spolupracovat. Királ'ová a Straka (2013, s. 11-14) managementem destinace rozumí jako soubor koordinovaných technik, nástrojů a opatření uplatňovaných při plánování, organizaci, komunikaci, rozhodovacím procesu a regulaci cestovního ruchu v destinaci, jehož účelem je dosažení udržitelného rozvoje cestovního ruchu a zachování konkurenceschopnosti na trhu.

Lze tedy konstatovat, že destinační management je procesem, který je založen na principu dobrovolné spolupráce mezi podnikatelskými a veřejnoprávními subjekty a jejich optimálním zhodnocení a využití všech kladných dopadů tohoto spojení. Výsledkem tohoto procesu je produkt, který obsahuje specifickou přidanou hodnotu. (Ryglová, Burian a Vajčnerová, 2011, s. 163)

Management destinace je úspěšný tehdy, pokud je založen na efektivním partnerství mezi soukromými a veřejnými organizacemi a to tak, aby byly schopny poskytovat kvalitní služby a zážitky svým návštěvníkům.

Úlohou managementu destinace je:

- koordinace řízení cestovního ruchu v destinaci,
- optimalizace vlivů cestovního ruchu na destinaci ve prospěch zajištění udržitelné rovnováhy mezi ekonomickým užitekem a sociálně-kulturními náklady na životní prostředí,
- zvyšování dlouhodobé prosperity místních obyvatel,
- maximalizace uspokojení návštěvníků,
- tvorba souborného produktu, produktových řad a jejich komponentů včetně podpory prodeje produktu,
- vytváření cenových strategií souborného produktu, produktových řad i jejich komponentů,
- komunikace s návštěvníky a partnery,
- zavádění moderních technologií do praxe,
- maximalizace multiplikačního efektu cestovního ruchu v destinaci apod.,
- vytváření iniciativy při výchově představitelů státní správy a místních samospráv, podnikatelů i rezidentů k cestovnímu ruchu,
- zastupování destinace vůči úřadům. (Királ'ová, Straka, 2013, s. 11-14)

## 1.2 Teoretické koncepty destinací cestovního ruchu

Nejdl (2011, s. 76) rozlišuje dva koncepty vnitřního uspořádání destinace a to oborové pojetí destinace a návštěvnicky orientované pojetí. Nejedná se pouze o členění, ale o způsob pojetí destinace cestovního ruchu dříve a v současnosti. Vývoj pojetí destinace z oborově orientované na návštěvnicky orientovanou způsobuje tzv. 90stupňový efekt, který představuje přeměnu uspořádání z produktového na procesní. Tento efekt je znázorněn schématem níže.

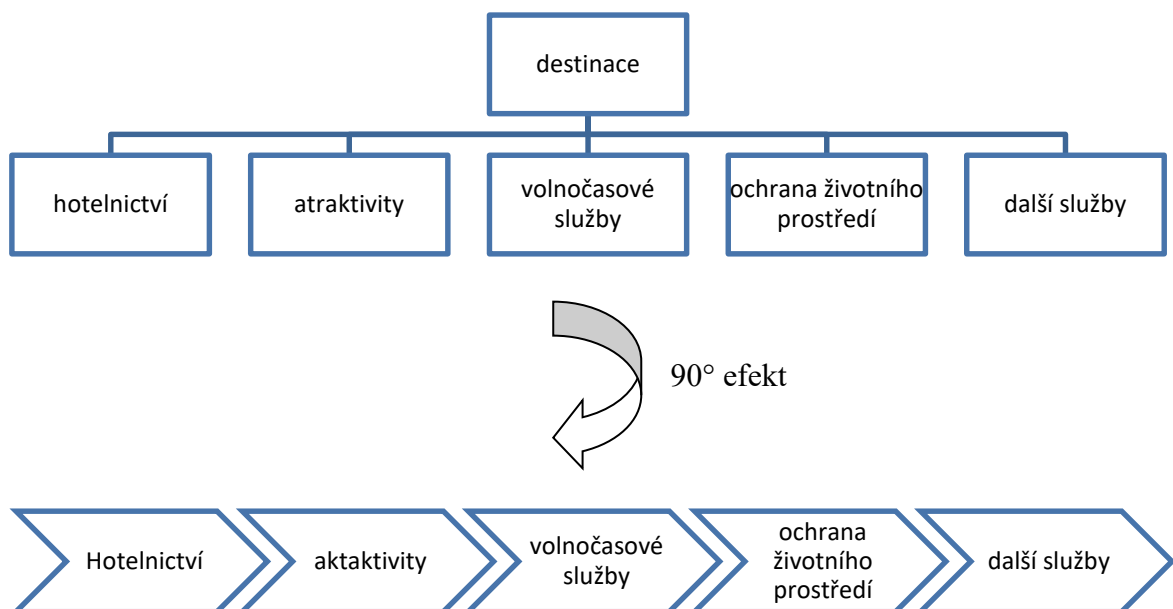


### Oborově orientované pojetí

Dříve byla koncepce destinace pojata jako soubor samostatných a relativně nezávislých skupin služeb a jejich poskytovatelů uspořádaných podle jednotlivých typů služeb – ubytovací služby, stravovací služby, sportovní služby, atd.

### Návštěvnický orientované pojetí

V současnosti je destinace pojata jako komplex na sebe navazujících a vzájemně se podmiňujících služeb, při jejichž poskytování dochází k postupnému uspokojování potřeb návštěvníků destinace. Skladba a obsah řetězců služeb jsou stanoveny návštěvníckými segmenty. Nový koncept je tedy orientován jak procesně tak zákaznický. Procesní orientace představuje skutečnost, že cílem není poskytování jednotlivých služeb, ale uspokojování potřeb prostřednictvím řetězce zážitků. Koncept orientovaný na zákazníky představuje situaci, kdy zákazník není omezen hranicemi obce či omezen institucionálně. Úspěch návštěvnický orientovaného pojetí spočívá ve schopnosti vytvořit svazek výkonů. V tomto případě se jedná o kolektivní produkt, který je konzumován po částech.



Obrázek 2 Rozdíl mezi pojetím uvedených konceptů (nahore: oborově orientovaný, dole: procesně (návštěvnický) orientovaný)

Zdroj: Nejd, 2011, s. 78

### 1.2.1 Velikost a druhy destinací cestovního ruchu

Palatková (2011, s. 13) uvádí, že se pro vymezení destinace se používá několik přístupů. Obzvláště při vymezení zeměpisného místa nejde pouze o vyčlenění samotné destinace, protože destinace se váže na nižší a vyšší stupně hierarchie (resort, místní, regionální, národní, nadnárodní, kontinentální) a jedná se tedy o začlenění destinace do rozvinutější struktury. Boruta (2007, s. 18) dále tvrdí, že základní jednotkou destinace je rezort, který slouží k relaxaci, sportu a zábavě. Místní destinace je určena hranicemi měst či obcí, u regionální destinace záleží na nastavení systému marketingového managementu jak z politického tak z obchodního hlediska, národní destinaci vymezuje státní hranice, nadnárodní destinací je například Středomoří a kontinentální destinací lze označit Evropu.

Jedním z mnoha členění destinací od Jakubíkové (2012, s. 19) je členění destinací podle toho, za jakým cílem je klienti vyhledávají. Zahrnujeme tedy zejména destinace sloužící k rekreaci, k vzdělávání, ke společenským akcím, ke kultuře a poznání, ke sportu, k léčbě a taky destinace podle témat (nákupy, výročí, svatba, slavnosti apod.).

Stejně tak jako řada jiných autorů i Rygllová (2009, s. 12-15) uvádí základní členění destinací:

- Domácí – lidé trvale žijící v zemi nepřekračují její hranice a cestují v rámci této země
- Zahraniční – lidé cestují v rámci více států, dochází tedy k překročení hranic země, ve které žijí
- Aktivní (příjezdová) – turisté ze zahraničí přijíždí do České republiky
- Pasivní (výjezdová) – turisté z České republiky vyjíždějí do zahraničí
- Tranzitní – turisté projíždějí přes území do jiné cílové destinace bez přespání nebo pohyb turistů při mezipřistání letadel v hale na letišti bez celního odbavení a kontroly pasu
- Vnitřní – cestování osob ve své domácí zemi a příjezd zahraničních turistů do ČR
- Národní – cestování osob v rámci domácí země a výjezd českých turistů do zahraničí
- Mezinárodní – jakýkoliv cestovní ruch, při kterém jsou překročeny hranice státu

Další členěním, které je třeba zmínit, uvádí Kotlíková (2013, s. 24), je podle délky pobytu. Rozlišujeme cestovní ruch krátkodobý, pokud turista prožije v místě pobytu nejvýše tři noci (čtyři dny), a dlouhodobý cestovní ruch, pokud turista prožije v místě pobytu déle než tři noci (čtyři dny).

### 1.2.2 Vymezování, rajonizace a klasifikace destinací v ČR

Palatková (2011, s. 15) tvrdí, že na vymezování destinací České republiky má vliv geografické členění, administrativní uspořádání či jiná účelová hlediska. A to takovým způsobem, jak veřejný sektor zasahuje do vymezování destinací, rozlišuje tři typy:

- Bottom-up – tzv. vymezení zdola, tyto účelové destinace jsou zformovány na základě dobrovolné účasti aktérů a na potřebách a zájmech klientů, bez ohledu na geografické členění a administrativní hranice
- Top-down – tzv. vymezení shora, tyto destinace vznikají v součinnosti s veřejnou správou a na základě legislativy
- Smíšený – u tohoto systému je kombinace obou typů, avšak převažuje buď vymezení zdola či shora

Další členění destinací představují jednotky NUTS, které byly vytvořeny pro mezinárodní účely Evropské Unie. Jsou využívány především pro potřeby statistiky, na jejichž základě můžeme srovnávat významnost regionů. V ČR je tato klasifikace členěna na:

- NUTS 0 (ČR, stát),
- NUTS 1 (území ČR),
- NUTS 2 (regiony soudržnosti (8): Severozápad, Severovýchod, Střední Čechy, Jihozápad, Jihovýchod, Střední Morava, Moravskoslezsko),
- NUTS 3 (kraje (14): Karlovarský, Ústecký, Liberecký, Královéhradecký, Pardubický, Středočeský, Praha, Plzeňský, Jihočeský, Vysočina, Jihomoravský, Olomoucký, Zlínský, Moravskoslezský),
- LAU 1 (dříve NUTS 4 – okresy (76 + 15 pražských obvodů)),
- LAU 2 (dříve NUTS 5 – obce (6249)). (Ryglová, Burian, Vajčnerová, 2012, s. 40)

### Rajonizace ČR z hlediska cestovního ruchu

Cílem rajonizace cestovního ruchu bylo zmapovat hlavní předpoklady pro rozvoj a rozmístění cestovního ruchu v daných územních celcích. Při členění České republiky na turistické regiony se užívá tzv. marketingový přístup. Ten vychází z potřeby co nejučinnější propagace turistické nabídky území. (Masarykova univerzita, © 2013)

Plzáková a Studnička (2014, s. 71 - 72) uvádějí, že první vymezení regionů cestovního ruchu proběhlo v roce 1962 podle dokumentu Rajonizace cestovního ruchu v ČSSR. Rajonizace cestovního ruchu byla v bývalém Československu nejdůležitějším podkladem pro cílevědomé řízení rozvoje cestovního ruchu a rekreace. Ta byla zpracována v listopadu 1959 Státním ústavem pro rajonové plánování v Praze. Vláda ČSSR tuto Rajonizaci cestovního ruchu v ČSSR v roce 1962 jako výchozí dokument pro plánování a řízení cestovního ruchu v Československé republice. Cílem bylo vymezení plochy, které jsou z preventivně zdravotního hlediska vhodné pro rozvoj cestovního ruchu a rekreace, zhodnocení vlastností jednotlivých území pro účely rozvoje, zjištění kapacity a jejich funkce, které by v turismu mohly plnit, a na základě toho předurčit jejich rozvoj. Podle kvality přírodních a jiných podmínek, podle rozsahu a počtu funkcí byly oblasti cestovního ruchu rozčleněny do 4 kvalitativních kategorií.

- I. kategorie - obsahuje oblasti, které mají nejkvalitnější podmínky. Oblasti disponují funkcemi s mezinárodním a celostátním významem, např. Krkonoše, Šumava, Vysoké Tatry.
- II. kategorie - do této kategorie spadají oblasti s kvalitními podmínkami, jejichž funkce jsou částečně mezinárodního, ale z větší části celostátního významu, jedná se např. o Český ráj, Křivoklátsko a další.
- III. kategorie - zahrnuje oblasti s vhodnými podmínkami pro turismus a rekreaci s omezeným množstvím funkcí nabývajících oblastního až celostátního významu, do této kategorie spadá například Chodsko, Slovácko, Jihočeské rybníky a další.
- IV. kategorie - do této kategorie je možné zařadit oblasti s nižšími hodnotami podmínek, obzvláště pro dlouhodobou rekreaci, převažují zde funkce oblastního významu, i když je možné nalézt funkce významu vyššího. Jedná se například o Staroboleslavsko, Chříby, Železné hory aj.

Dále v letech 1998 – 1999 proběhla rajonizace turistického potenciálu České republiky, kdy vznikly turistické regiony. (Masarykova univerzita, © 2013)

### **Typy destinací podle velikosti území**

Nejdl (2011, s. 79) uvádí, že existuje několik typů destinací a vzhledem k podstatě destinace a vysoké flexibilitě poptávky prolínají a jedno místo může být zároveň ve více typech. Mezi hlavní typy destinací z pohledu velikostí území jsou:

- místo – jedná se o metropoli nebo jinak významné místo cestovního ruchu, např. Paříž, Barcelona, Londýn, vyhlášená lázeňská místa, poutní místa apod.
- region – jeho rozloha je závislá na tržním segmentu, jedná se o nejčastější typ destinace, který se podle určitých situací vnitřně rozděluje na další destinace různých velikostí, které existují ve vazbě na měnící se na danou konkrétní tržní situaci, pro daný segment poptávky např. Costa Blanca, Makarská riviéra aj.
- země, stát
- euroregion – spojení území několika států, které sousedí hranicemi
- světadíl – vystupuje jako destinace vůči zámoří, například u činností řízených Evropskou komisí pro cestovní ruch (ETC)

## 2 ZPŮSOB FUNGOVÁNÍ DESTINAČNÍHO MANAGEMENTU

Kapitola rozvádí pojem destinační management, představuje jeho fungování. Prezentuje vize, poslání a cíle destinace cestovního ruchu. Dále také popisuje systém řízení v destinačním managementu a způsob financování mikroregionu destinačního managementu.

Ryglová, Burian, Vajčnerová (2012, s. 163) uvádějí, že „destinační management je forma řízení určité oblasti za účelem zvýšení efektivnosti aktivit spojených s cestovním ruchem a jeho udržitelným rozvojem“. Tedy cílem destinačního managementu je koordinovat činnost jednotlivých zájmových skupin, které se podílejí na rozvoji cestovního ruchu destinace, tvořit strategické pláno pro její rozvoj, využívat podpůrné fondy organizovat a podporovat součinnost mezi ziskovým a neziskovým sektorem, uskutečňovat marketingové aktivity a řídit celou destinaci za účelem udržení konkurenceschopnosti na trhu. (Ryglová, Burian, Vajčnerová, 2012, s. 163)

### 2.1 Vize, poslání a cíle destinace

Palatková (2011, s. 22 – 23) uvádí, že poslání destinace určuje smysl existence destinace turismu a je založeno na zdrojích, jejich konkurenčních přednostech, historii, cílech politiky turismu v destinaci i na povaze tržního prostředí. Poslání destinace by neměla být samotná tvorba zisku, ale mělo by to být něco mnohem širšího a trvalejšího. Často-krát bývá formulace poslání destinace jednotná s formulací vize destinace. Vize destinace označuje „...formulaci budoucích možností, přání a snů, resp. žádoucí obraz destinace za určitou dobu, který musí být sledován všemi subjekty destinace“. Vize destinace by měla vycházet z uspokojování požadavků cílových skupin destinace a z reálného posouzení zdrojů destinace.

Destinace sleduje více cílů, což je důsledkem velkého množství subjektů jak z veřejné tak soukromé sféry, které se v destinaci vyskytují. Mělo by být hierarchické uspořádání cílů, které by si neměly odporovat. Do cílů destinace se mohou zařadit i cíle ekonomické, cíle komunikační, cíle společenské a další.

Vystoupil, Holešinská a Šauer (2007, s. 13) tvrdí, že vizi destinaci je možné spatřit v rozvoji, a ten se odvíjí od životního cyklu destinace, ve které se zrovna nachází.

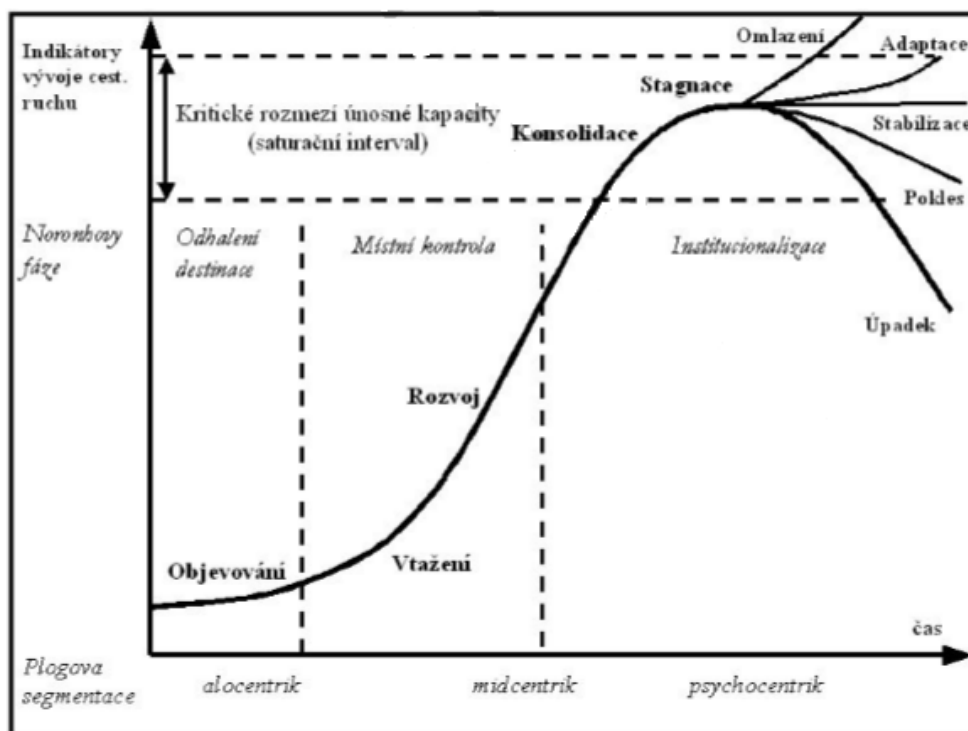


Je tedy na orgánech, které destinaci řídí, aby vypracovali a realizovali takovou strategii, aby posunula vývoj destinace vpřed, tzn., aby byla neustále konkurenceschopná.

### 2.1.1 Životní cyklus destinace

Koncepce životního cyklu destinace je základním východiskem pro její další rozvoj. Tento koncept nabízí čtyři základní funkce, které napomáhají výzkumu tak i managementu cestovního ruchu v destinaci. Jedná se o funkce deskriptivní, explanační, prediktivní a preskriptivní. V prvé řadě je důležité, aby byl popsán a objasněn vývoj cestovního ruchu, který probíhal v destinaci doposud. Poté můžeme vyvodit předpověď pro budoucí období, kterou je však nutné porovnat se záměry a cíli strategického plánu a zohlednit různé varianty budoucího vývoje.

Průběh životního cyklu destinace je možné znázornit jako křivku, která zaznamenává vývoj hodnot základních ukazatelů vývoje potenciálu, stavu a dopadů efektů cestovního ruchu v destinaci. Jde zejména o vývoj hodnoty únosné kapacity území pro rozvoj cestovního ruchu, objemu návštěvnosti, segmentační struktury především z hlediska vzorce časoprostorového a spotřebního chování typického návštěvníka.



Obrázek 3 Životní cyklus destinace

Zdroj: Vystoupil, Holešinská, Šauer, 2007, s. 13

Životní cyklus destinace neboli vývojový průběh z hlediska podpory rozvoje cestovního ruchu, je možné popsat v několika fázích:

1. Fáze objevení: do destinace neorganizovaně přichází poměrně malý počet návštěvníků, z velké části inovativního typu.
2. Fáze vtažení: narůstající počet návštěvníků destinace podporuje vznik místních podnikatelů v oboru cestovního ruchu. V této fázi se začíná postupně vytvářet propagace cestovního ruchu. V cestovním ruchu se začíná projevovat organizovanost a vznikají první tlaky na samosprávu vedoucí k zabezpečení infrastruktury cestovního ruchu.
3. Fáze rozvoje: v této fázi má již destinace dobře vymezený okruh zdrojových oblastí, které jsou částečně formované důraznou propagací. V této fázi aktivita místních obyvatel v oblasti cestovního ruchu výrazně klesá. Objevují se zde větší a modernější zařízení provozované vnějšími subjekty. Zvyšuje se zde rozvoj atraktivit cestovního ruchu či dokonce jsou tyto atraktivity uměle vytvářeny a nápadně propagovány. Míra růstu intenzity cestovního ruchu, která je měřena počtem návštěvníků, dosahuje nejvyšších hodnot.
4. Fáze konsolidace: v této fázi se zpomaluje tempo růstu návštěvnosti destinace cestovního ruchu. Větší část místní ekonomiky je vázána na cestovní ruch. Infrastruktura cestovního ruchu narůstá a aktivity spojené s cestovním ruchem začínají být pro destinaci životně důležité.
5. Fáze stagnace: jde o nejkritičtější etapu destinačního cyklu, protože průběh této fáze ovlivňuje to, jaká bude fáze poslední. Počet návštěvníků je na svém vrcholu, a průměrná délka pobytu a výše útraty návštěvníka vykazují klesající tendenci. Kvůli velké časové a prostorové koncentraci návštěvnosti a nedostačující kvalitě destinačního managementu, dochází k nasycení většiny rozměrů akceptovatelné kapacity destinace. Přírodní a autentické kulturní atraktivity jsou postupně vytěsněny uměle vytvořenými atrakcemi. Zvyšující se návštěvnosti masových turistů, kteří mají nežádoucí vliv na prostředí destinace.
6. Fáze post stagnace: může probíhat v několika základních variantách, a to: fáze úpadku, fáze stabilizace, fáze adaptace, fáze omlazení. (Vystoupil, Holešinská, Šauer, 2007, s. 13 – 15)

## 2.2 Systém řízení v destinačním managementu

Palatková (2011, s. 89) představuje systém řízení destinace jako řídicí systém, který má vliv na další podsystémy, aby bylo dosaženo stanovených cílů. Hlavním cílem systému řízení cestovního ruchu je realizace ekonomických efektů cestovního ruchu ve všech rovinách systému v rámci hospodářské politiky s ohledem na optimalizaci vstupů a výstupů systému destinace.

Systém řízení destinace je v mnoha zemích Evropy upraven speciální právní normou, tedy zákonem na podporu cestovního ruchu. Mezi tyto země patří Velká Británie, Švýcarsko, Francie, Rakousko, Slovensko. Tento systém podporuje jak sféru soukromou, tak i veřejnou, tak i na všech úrovních, jako je národní, regionální a lokální.

Podle úrovní řízení je možné rozdělit systémy řízení destinace do tří skupin, a to systémy strategického řízení destinace, systémy taktického řízení destinace a systémy operativního řízení destinace. Všechny tyto systémy existují na všech stupních hierarchie řízení destinace. A v případě, že jsou propojeny všechny tyto řídicí, systémy vzniká tzv. integrovaný systém řízení destinace.

V další své publikaci Palatková (2006, s. 16 - 19) uvádí, že na regionální úrovni je velmi dobře využitelný systém postavený na šesti klíčových prvcích. Jedná se o prvky:

1. Systém klíčových (konkurenčních) výhod: jedná se o identifikaci, která označuje organizovaný a sestavený řetězec nabízených služeb nabízených v destinaci. Tato identifikace je vázána na porovnání potenciálu destinace s konkurencí a na atraktivitu destinace.
2. Distribuční cesty a sítě: v současnosti narůstá význam nových distribučních systémů, dle cílové skupiny je můžeme rozdělit do tří parametrů, a to na technická knihovatelnost pro individuální klienty, která závisí na vyspělosti informačních, rezervačních či prodejních systémů v destinaci. Další parametr je vztah k obchodním nákupcím destinace, to ovlivňuje úspěšnost destinace. A posledním parametrem je distribuce produktů v rámci strategických partnerství, které vychází z návaznosti přímých a nepřímých odvětví. Jedná se o zvýšení povědomí o destinaci.
3. Politika značky: jedná se i budování značky, která bude přínosem pro klienta i destinaci.

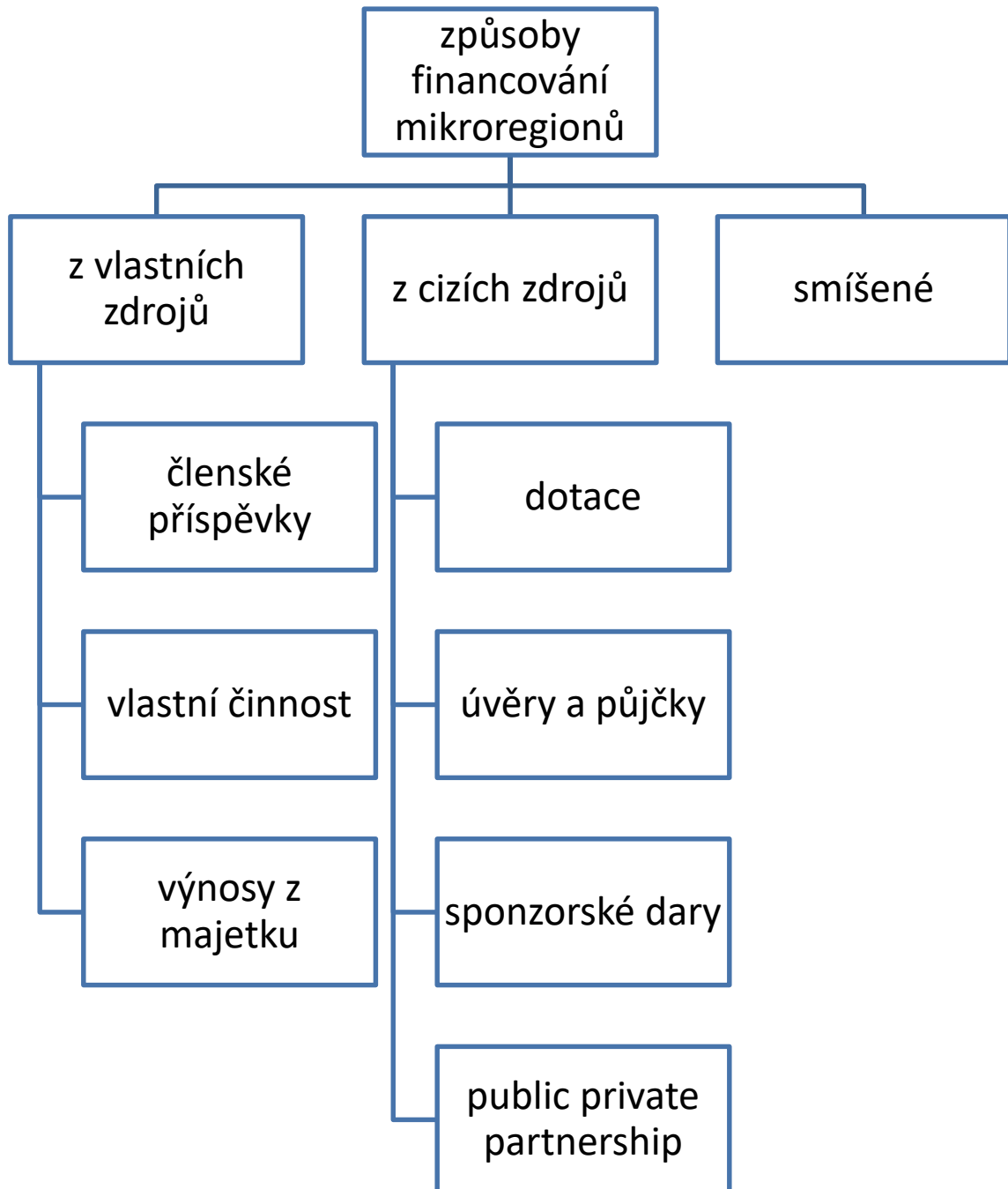
4. Systém řízení kvality: v současnosti je typické pro řízení destinace, že je kladen důraz na kvalitu a diferenciaci produktu destinací. Těžištěm kvality je základní nabídka a materiálně technická základka, k níž se přidává lidská faktor.
5. Systém řízení znalostí využívají destinace, které jsou schopné se lépe přizpůsobit změnám vnějšího prostředí.
6. Společnost (organizace) destinačního managementu: tyto společnosti plní funkci organizace a řízení destinace. Jejich hlavní rolí je propojení relativně malých poskytovatelů služeb do jednoho celku. Cílem celku je pak koordinace a spolupráce, tvorba vhodných řetězců služeb a tvorba „zážitků“ pro cílové skupiny klientů.

### 2.3 Způsob financování mikroregionu destinačního managementu

Financování mikroregionů je jeden z důvodů, kvůli kterému se obce sdružují do mikroregionů, jelikož veřejné prostředky potřebné k rozvoji obcí jsou omezené. Právě spolupráce mezi obcemi umožňuje realizaci projektů a programů, které napomáhají rozvoji obcí. Těchto projektů by obce jako samotné jednotky nemohly dosáhnout. Sdružení obcí do mikroregionů přináší více výhod než jen financování, a to úspory, společný postup proti monopolům, společné žádání dotací, výměna zkušenost a další. (Divišová, 2014, s. 5) Galvasová a kol. (2007, s. 65) Jako hlavní důvod sdružování obcí uvádí větší možnost dosáhnout na větší dotační prostředky i pro malé obce.

Financování mikroregionu probíhá z vlastních i cizích zdrojů. Vlastní zdroje jsou tvořeny především příspěvky, které jsou vybírány od svých členů. Nejběžnějším způsobem stanovování výše příspěvků je u mikroregionů počet obyvatel v členských obcích. (Ministerstvo vnitra České republiky, © 2017)

To, jakým způsobem, se určitý mikroregion rozhodne svou činnost financovat, do velké míry závisí na rozpočtu a kvantitě projektů, které mají být uskutečněny. Lze konstatovat, že čím více je uskutečňováno projektů s sebou přináší potřebu použít také cizí zdroje. Z toho vyplývá, že se využívá i smíšený způsob financování. V současnosti smíšený způsob financování převládá.



Obrázek 4 Způsoby financování mikroregionů

Zdroj: Divišová, 2014, s. 6

### 2.3.1 Financování mikroregionů z vlastních zdrojů

Vlastní zdroje jsou finanční prostředky, které jsou obce schopny poskytnout ze svého rozpočtu. Jedná se o členské příspěvky, finance generované vlastní činností a případně výnosy z majetku mikroregionu.

**Členské příspěvky** využívá k financování téměř 89 % mikroregionů. Nejčastěji se určuje výše příspěvku podle počtu obyvatel obce, přičemž výši sazby na jednoho obyvatele určuje každoročně valná hromada mikroregionu. Tyto příspěvky jsou nejčastěji využívány k financování provozu mikroregionu.

Členské příspěvky se dále dělí mezi jednotlivé obce a dvěma možnými způsoby:

- Solidární systém je využíván při dlouhodobé spolupráci jednotlivých obcí mikroregionu. V tomto systému mohou větší města finančně přispívat menším obcím v okolí.
- Benefitní systém je používán v případě, kdy je mikroregion založen za účelem realizace určitého projektu. V tomto případě obec mající nejvyšší užitek z projektu se podílí nejvyšší finanční částkou. Konečný příspěvek bývá vypočítán podle katastrální výměry obce apod.

V praxi se tyto systémy prolínají. Členské příspěvky vybrané dle solidárního systému jsou většinou využity na pokrytí nákladů běžného provozu mikroregionu a benefitní systém je použit hlavně při realizaci kolektivních rozvojových projektů. Rozvojové projekty jsou z velké části menšího charakteru, protože v mikroregionech se obvykle sdružují menší obce. Je to odůvodněno tím, že rozpočty těchto obcí nedovolují investovat do nákladnějších rozvojových projektů. Může se jednat např. o svoz komunálního odpadu, čistírny odpadních vod, plynofikace aj. (Divišová, 2014, s. 7 – 8)

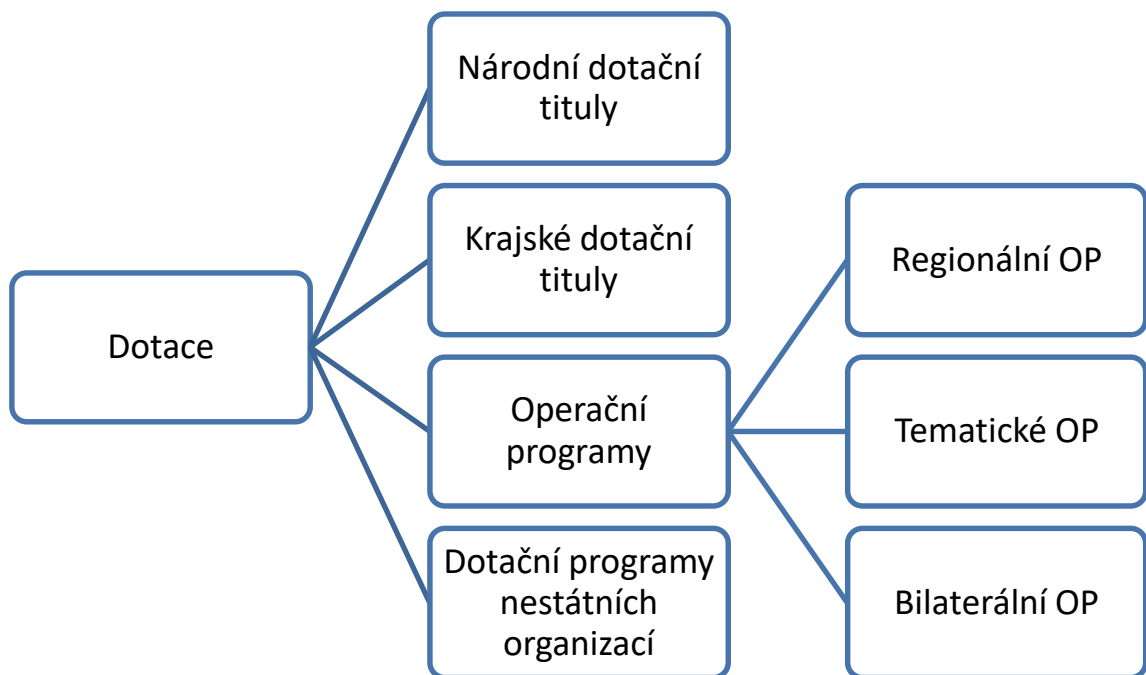
### **2.3.2 Financování mikroregionu z cizích zdrojů**

Cizí zdroje jsou finance, které mikroregiony nejsou schopny vydat. Lze je rozdělit do několika skupin, a to jsou dotace, úvěry, sponzorské dary a systém Public-Private-Partnership.

**Dotace** – jde o klíčovou položku při financování mikroregionů z cizích zdrojů. Vzhledem k tomu, že rozpočty obcí neumožňují uskutečnění finančně náročnějších projektů, proto jsou dotace vhodným postupem jak dosáhnout na finanční prostředky.



Členění dotací je možné shlédnout na obrázku níže:



Obrázek 5 Rozdělení dotací

Zdroj: Divišová, 2014, s. 9

Národní dotační tituly jsou financovány ministerstvy a vybranými státními fondy, např.: Státní fond životního prostředí. Dotace pro mikroregiony vypisují především Ministerstvo pro místní rozvoj, které podporuje obnovu a rozvoj venkova, ministerstvo životního prostředí, které podporuje udržitelný rozvoj životního prostředí, hrazený z Revolvingového fondu, či ministerstvo kultury podporující programy památkové péče, regionální a národnostní kulturu.

Krajské dotační tituly mohou také sloužit jako dotační programy. Může jít o doplňkové zdroje k národním dotačním programům. Tyto dotace jsou hrazeny z rozpočtů jednotlivých krajů.

Operační programy jsou rozlišovány na regionální operační programy, tematické operační programy a bilaterální operační programy:

- Regionální operační programy jsou financovány z Evropského fondu pro regionální rozvoj. Jeho cílem je modernizace technické infrastruktury, rozvoj cestov-

ního ruchu, regionální rozvoj podnikání a modernizace a zlepšení podmínek obyvatel měst a venkova.

- Tematické operační programy: jedná se o operační programy zřízené dle tématu. V ČR jsou rozděleny dle ministerstev a to na OP Doprava, OP Životní prostředí, OP Podnikání a inovace, OP Výzkum a vývoj pro inovace, OP Lidské zdroje a zaměstnanost, OP Vzdělávání pro konkurenceschopnost, Integrovaný operační program a OP Technická pomoc.
- Bilaterální operační programy jsou realizovány v rámci kohezní politiky EU. Jedná se o operační programy spojené s přeshraniční spoluprací a nadnárodní a meziregionální spoluprací. Cílem přeshraniční spolupráce je společný rozvoj, který zahrnuje spoustu témat. Jedná se především o rozvoj a výstavbu dopravní infrastruktury, vzdělávání, ochranu životního prostředí, zachování tradic apod.

Dotační programy nestátních organizací jsou dotační programy vyhlašované nadacemi a velkými společnostmi. Bývají méně náročné na administrativu, avšak jejich nevýhodou je nízké povědomí o jejich vyhlášení u možných žadatelů. Může se jednat např. o Nadaci ČEZ či Nadaci VIA.

**Úvěry** – tento způsob financování zatěžuje rozpočet mikroregionu, jelikož je nutné brát v úvahu náklady v podobě úroků. Úvěr je vhodný v případech, kdy není možné získat finanční prostředky jinou cestou.

**Sponzorské dary** – jde spíše o formu náhodného příspěvku, musíme tedy počítat s jejich nepravidelností. Proto není možné tyto prostředky zahrnovat do finančního plánu mikroregionu.

**Systém Public-Private-Partnership** představuje součinnost veřejného a soukromého sektoru. Spolupracují především orgány veřejné správy a podnikatelé pro uspokojení veřejných potřeb. (Divišová, 2014, s. 8 – 18) Podle Galvasové (2007) „PPP přispívá ke zvýšení kvality i efektivnosti veřejných služeb včetně výkonu státní správy a urychluje realizaci významných infrastrukturních projektů s pozitivním dopadem na rozvoj ekonomiky.“ Hlavním důvodem spolupráce veřejného a soukromého sektoru je zajištění

efektivnosti využitím zdrojů a schopností soukromého sektoru, kterými veřejný sektor nedisponuje. PPP je možné použít, v případech kdy není dostatek finančních prostředků na rozvojový plán.

Základní charakteristiky modelu PPP představují postup, jak je systém využíván v praxi. A to, že soukromý investor vkládá finance do uskutečňování veřejných služeb, veřejný sektor vyplácí odměnu, za tyto poskytnuté veřejné služby soukromého sektoru. V tomto případě se jedná o dlouhodobou spolupráci trvající až desítky let, která je upravena koncesní smlouvou mezi veřejným a soukromým sektorem. (Divišová, 2014, s. 18)

### **3 KONCEPT DESTINAČNÍHO MANAGEMENTU JAKO NÁSTROJ PODPORY A ŘÍZENÍ CESTOVNÍHO RUCHU TURISTICKÝCH OBLASTÍ V ČR A VYBRANÝCH ZEMÍCH EU**

Cestovní ruch při vhodném zásahu managementu je pro region přínosem především v oblasti ochrany životního prostředí a v sociálně-kulturní a ekonomické oblasti.

V oblasti životního prostředí se jedná především o příjmy ze vstupného do národních parků a jeskyní, je zdrojem daní a poplatků, které napomáhají financování ochrany životního prostředí, vytváří pracovní příležitosti, reguluje počty návštěvníků v chráněných územích aj.

V oblasti sociálně-kulturní pozitivně působí na vytváření pracovních míst, působí jako mírotvorné činitele, lidé ztrácejí předsudky a více si rozumí, působí na záchranu kulturních tradic, historie a kulturních řemesel a další.

Pozitivní vliv cestovního ruchu v ekonomické oblasti je zřejmý především ve zlepšení platební bilance státu, zvyšování příjmů do státního i regionálního rozpočtu prostřednictvím daní a poplatků, rozvoj malého a středního podnikání, zvyšování zaměstnanosti, stimulace investic do místní infrastruktury.

Cestovní ruchu však může mít na regiony i negativní vliv a ten se může projevit v oblasti životního prostředí, kdy může být počet návštěvníků neúnosný pro ŽP, které není schopno se s nadměrným využíváním vypořádat. V sociálně-kulturní oblasti může nastat změna systému hodnot a chování místních obyvatel, která může ohrozit původní způsob života. A v ekonomické oblasti se může negativní vliv projevit prostřednictvím skrytých nákladů, které vznikají jako následek rozvoje CR.

V případě „neřízení“ rozvoje cestovního ruchu v regionu mohou negativní vlivy zastínit a ohrozit další rozvoj CR. (Ministerstvo pro místní rozvoj ČR, © 2012)

#### **3.1 Řízení cestovního ruchu v České republice**

V České republice je systém řízení cestovního ruchu založen na vzájemném působení oddělených podsystémů, které jsou rozděleny do tří stupňů. A to na nejvyšší úrovni je stát (tj. Ministerstvo pro místní rozvoj a další ministerstva podílející se na řízení CR).

Na střední úrovni jsou umístěny krajské úřady a Magistrát hlavního města Prahy. A na nejnižší úrovni řízení se nacházejí městské a obecní úřady.

Dále se na řízení cestovního ruchu podílejí různá sdružení, která jsou spojována na základě společných zájmů a za daným účelem. Jedná se například o Asociaci cestovních kanceláří ČR, Asociaci turistických informačních turistických center, Asociaci hotelů a restaurací, Sdružení lázeňských míst aj. (Cestovní ruch, © 2017)

### **Nejvyšší úroveň řízení**

Ministerstvo pro místní rozvoj je ústředním orgánem státní správy ve věcech regionální politiky, politiky bydlení, rozvoje domovního a bytového fondu, pro věci nájmu bytů a nebytových prostor, územního plánování, stavebního řádu, investiční politiky a cestovního ruchu.

V oblasti cestovního ruchu je Ministerstvo pro místní rozvoj výkonným orgánem pro odvětví turismu v rovině státní správy a plní funkci „úřadu“ pro cestovní ruch – tzv. NTA neboli national tourist administration. Dále v oblasti turismu realizuje opatření posilující mezinárodní spolupráci, podílí se na vytváření příslušné legislativy, zajišťuje a analyzuje statistické informace vztahující se k cestovnímu ruchu, podporuje rozvoj turismu v regionech, podílí se na řízení kvality a struktury služeb v destinaci, zpracovává analýzy rozvoje cestovního ruchu, spolupracuje s profesními a regionálními sdruženími, poskytuje poradenskou pomoc aj. (Palatková, 2006, s. 21)

Agentura CzechTourism, dříve Česká centrála cestovního ruchu, je státní příspěvkovou organizací, jejímž úkolem je plnění úkolů v oblasti cestovního ruchu. Zřizovatelem agentury je Ministerstvo pro místní rozvoj. Posláním agentury CzechTourism je koordinace propagace cestovního ruchu České republiky na domácím i zahraničním trhu. Agentura je členem Evropské komise cestovního ruchu a společně s dalšími evropskými zeměmi se podílí na marketingových činnostech na zámořských trzích. (Česká centrála cestovního ruchu, © 2004)

### **Střední úroveň řízení**

Jak už bylo výše zmíněno, na střední úrovni řízení jsou zařazeny krajské úřady. Ty jsou vymezeny zákonem č. 129/2000 Sb. o krajích. Jak Palatková (2006, s. 21) uvádí, zákon

neobsahuje podporu turismu a proto jeho podpora zůstává na individuálním přístupu jednotlivých krajů. Avšak zodpovědnost kraje za rozvoj turismu je dána odpovědností za územní rozvoj celého kraje, proto by měl kraj zastřešit marketing i statistiku turismu v rámci svého regionu. Krajské úřady si tedy pro řízení cestovního ruchu zřizují odbory pro cestovní ruch. Ty připravují analýzy a koncepce rozvoje území, vypracovávají programy a podmínky na rozvoj turismu v kraji. (Cestovní ruch, © 2017)

### **Nižší úroveň řízení**

Do nižší úrovně řízení spadají městské a obecní úřady. Ty tvoří koncepce rozvoje cestovního ruchu, vydávají vyhlášky a shromažďují potřebné finanční prostředky pro podporu cestovního ruchu. (Cestovní ruch, © 2017)

#### **3.1.1 Problémy řízení cestovního ruchu v České republice**

Palatková (2006, s. 23) uvádí, že při řízení cestovního ruchu, mohou vznikat problémy jako například nejasné kompetence, překrývání funkcí a kompetencí, nedostatečné personální a odborné zajištění agendy cestovního ruchu, s tím jsou spojené role destinací v moderním marketingu, tvorba optimálně velké destinace, vznik externalit v oblasti propagace a další.

### **3.2 Koncept destinačního managementu v ČR**

Plzáková a Studnička (2014, s. 63 – 67) uvádějí, že existuje několik základních konceptů, které se mohou vyskytovat v řízení destinace cestovního ruchu a regionální úrovni. Nejprimitivnějším konceptem je organizace cestovního ruchu ve smyslu oddělení či odboru na příslušném úřadu. Na místní úrovni tuto funkci plní z převážné míry turistické informační centra.

Následujícím konceptem je organizace destinačního managementu (DMO). Nejčastěji se vyskytuje forma společnosti s ručením omezeným jedna z forem neziskových organizací. Skupina organizací s ručením omezeným je zaměřena zdola nahoru, tyto organizace iniciují zájmové skupiny a zainteresované subjekty v cestovním ruchu ze soukromé-

ho sektoru. Neziskové organizace jsou naopak založeny správním celkem, městem, sdružením měst a obcí. Těmto organizacím však není umožněna tvorba zisku.

Další koncept je nazývaný klastr. Klastr je propojení podniků a institucí v daném odvětví a na daném místě. Klastr se odlišuje od klasické DMO tím, že pro klastr je nutná přítomnost vzdělávacích a výzkumných institucí, které přinášejí inovace. Inovace jsou nutnou a nedílnou součástí klastru. Klastr je hojně využíván na Slovensku, např. Klaster Liptov, Klaster Orava aj. Bohužel mezi členy těchto klastrů není možné nalézt organizace výzkumného či vzdělávacího charakteru, které by přinášely inovace do destinace.

Následující koncepte, která je neméně zajímavá, je tzv. síť. Ta slouží k řízení politických, ekonomických a sociálních partnerů. Síť kladou důraz samo-organizaci a samořízení nezávislých partnerů, kteří se snaží o společný výsledek. Zvyšují ekonomickou výkonnost regionu a ten je zde vnímán jako prostor pro tvorbu územních vzájemné se ovlivňujících a kooperačních vztahů.

Koncept řízení destinace s názvem koncept učícího se regionu, je založený na získávání a sdílení znalostí. Jelikož znalosti jsou základním prvkem konkurenceschopné destinace. S tímto konceptem pracuje Organizace pro hospodářskou spolupráci a rozvoj (OECD). V cestovním ruchu se tímto konceptem zabývá i Evropská komise. Tento koncept staví na zvyšování výkonnosti malých a středních podniků a lidské schopnosti v cestovním ruchu na úrovni destinace.

### 3.2.1 DMO

Je třeba představit blíže organizaci destinačního managementu. Plzáková a Studnička (2014, s. 64) uvádějí ve své publikaci, že organizace destinačního managementu tvoří politiku, plánuje, rozvíjí marketing, tvoří a rozvíjí produkty, hájí zájmy oboru, řídí a nastavuje partnerské sítě a růst profesionality v cestovním ruchu a to především poskytováním vzdělávání a odborného školení.

Světová organizace cestovního ruchu definuje činnost organizace destinačního managementu tak, že by DMO měla vést a řídit aktivity pod jednou společnou strategií. Měla by rozvíjet znalosti a dovednosti na vysokém stupni a řídit partnerství všech aktérů.

Hlavní dvě kompetence úspěšně vedené DMO jsou marketing a řízení aktérů v destinaci. Indikátorem ukazující prospěšnost DMO je „kvalita zážitků zákazníka“.

### 3.2.2 Síť

Síť v cestovním ruchu je vzájemné propojení nezávislých subjektů s nízkou mírou institucionalizace, které sledují společný cíl. Subjekty propojené v sítích si nadále konkurují, ale zároveň jejich spolupráce jim přináší dodatečný efekt, které ho by samotné subjekty nikdy nedosáhly.

V současnosti vznikají sítě na celosvětové, národní i regionální úrovni. Sítí na celosvětové úrovni je například *Creative Tourism Network*, která byla založena v roce 2010.

Výhodou konceptu sítí je především flexibilita a dynamika, ale je nutné udržovat síť aktivní a inovativní. (Plzáková, Studnička, 2014, s. 65)

## 3.3 Řízení cestovního ruchu ve vybraných zemích EU

Řízení cestovního ruchu v jednotlivých zemích Evropy či Evropské unie může vypadat naprosto odlišně. Avšak ve všech zmíněných zemích níže je možné pozorovat, že řízení cestovního ruchu se uskutečňuje na několika úrovních.

Plzáková a Studnička (2014, s. 160) uvádějí, že po 2. světové válce poptávka po produktech cestovního ruchu převyšovala nabídku. Ta se však postupem času začala vyrovnávat nabídce. Vzhledem k této změně, bylo nutností založení organizací destinačního managementu. Postupně tak došlo k růstu pozice politiky cestovního ruchu, jako faktoru, který má vliv na organizační a finanční strukturu cestovního ruchu. Průkopníky na poli destinačního managementu jsou zejména alpské, německy mluvící země, Švýcarsko, Rakousko a Německo.

V Evropě jsou země s rozvinutým cestovním ruchem, v nichž došlo během posledních dvou dekad k výrazným změnám v pojetí a funkci systému řízení cestovního ruchu a jejího institucionálního zabezpečení prostřednictvím tvorby efektivních organizačních struktur cestovního ruchu na národní, regionální a lokální úrovni.



### 3.3.1 Spolková republika Německo

System řízení cestovního ruchu je v Německu tvořen třemi úrovněmi, a to spolkovou, zemskou a místní. Za realizaci politiky cestovního ruchu v Německu zodpovídá Spolkové ministerstvo hospodářství a technologií. Dvakrát do roka se uskutečňuje jednání se zástupci zemských organizací destinačního managementu. Poradní funkci zastává Poradní sbor pro cestovní ruch, který má 3 členy.

Tak jak v České republice existuje Česká centrála cestovního ruchu, nebo CzechTourism, tak i v Německu existuje tato agentura pod názvem Německá centrála cestovního ruchu, která je rovněž státní agenturou podporující rozvoj příjezdového cestovního ruchu a má zastoupení v 29 státech. Agentura spadá pod již zmíněné Spolkové ministerstvo hospodářství a technologií a je kontrolována Výborem pro cestovní ruch spolkového sněmu. (Plzáková, Studnička, 2014, s. 161)

### 3.3.2 Republika Rakousko

System řízení cestovního ruchu v Rakousku je opět tvořen třemi úrovněmi, stejně tak jak v Německu, spolkovou, zemskou a místní. Pověření k výkonu cestovního ruchu na celostátní úrovni spadá pod Spolkové ministerstvo hospodářství, rodiny a mládeže, které udává podmínky a strategie pro rozvoj cestovního ruchu v zemi.

Nejdůležitějším partnerem ministerstva je *Österreich Werbung*, jinak řečeno národní centrála cestovního ruchu. Ta plní marketingovou funkci. V systému cestovního ruchu Rakouska mají velmi důležitou roli hospodářské komory, do nichž se podnikatelé mají povinnost registrovat a být jejich členy. V Rakousku je zřízena Rakouská banka pro hotelnictví a cestovní ruch, jejíž nízká úroková míra podporuje a napomáhá rozvoji cestovního ruchu v zemi. (Plzáková, Studnička, 2014, s. 162)

### 3.3.3 Slovenská republika

Slovensko je členěno na 8 samosprávných krajů a 21 regionů cestovního ruchu. Uplatňování regionální politiky cestovního ruchu mají vyšší územně samosprávné celky. Cestovní ruch spadá od 1. listopadu 2010 pod Ministerstvo dopravy, výstavby a regionální-

ho rozvoje SR, které má ve své kompetenci stimuly a pomoc při investování do cestovního ruchu a řídí i registr krajských a oblastních organizací cestovního ruchu.

Od roku 2010 je na Slovensku platný zákon o podpoře cestovního ruchu. Ta tvoří systém řízení cestovního ruchu na lokální, regionální a národní úrovni. Ukládá kompetence řízení a definuje jak financovat cestovního ruchu za účasti státu. Tento model za založen na principu PPP (Public-Private Partnership) a dává možnost zřízení oblastní organizace cestovního ruchu nebo krajské organizace cestovního ruchu, avšak součástí krajské organizace musí být alespoň jedna oblastní. (Plzáková, Studnička, 2014, s. 164)

### **3.4 Koncept destinačního managementu ve vybraných zemích EU**

Wang a Pizam (2016, s. 6) ve své knize uvádí, že byly identifikovány tři různé typy organizací v oblasti cestovního ruchu na úrovni jednotlivých zemí, které jsou zapojeny do cílového marketingu a managementu. Existují tři typy a to národní turistická kancelář, státní turistická kancelář a regionální organizace cestovního ruchu.

Na světě působí globální organizace destinačního managementu, jednou z nich je DMO OVATION. Jedná se o přední síť společností destinačního managementu, která poskytuje služby pro sdružení, podniky a instituce ve více než 100 lokalitách v Evropě, na Středním východě, v Africe, Asii, Severní a Jižní Americe. (Ovation, © 2017)

#### **3.4.1 Spolková republika Německo**

V Německu existuje 16 organizací destinačního managementu, které působí na zemské úrovni a jejich řízení zajišťuje Německý svaz cestovního ruchu. (Plzáková, Studnička, 2014, s. 161)

Vybrané organizace destinačního managementu, které se nacházejí na území Spolkové republiky Německo, jsou Compass Tours Incoming, Mondial a další.

Organizace destinačního managementu COMPASS TOURS INCOMING má 4 kanceláře po celém Německu a to v Berlíně, Frankfurtu, Hamburku a Mnichově. Tato společnost byla založena v roce 1974 specializující se na schůze a konference, incentivní cestování a další. (Compass Tours Incoming, © 2017)

Další organizací destinačního managementu je MONDAL. Tato organizace působí i na území Rakouska, Maďarska, České republiky a Slovenska. Organizace se orientuje na poradenství i prodej služeb. (Mondial, © 2016)

### 3.4.2 Republika Rakousko

Organizace destinačního managementu jsou opět zřízeny na regionální úrovni, tedy v každé spolkové zemi jedna. Kterákoliv spolková země si sama spravuje a formuje rozvoj cestovního ruchu na svém území. Hlavní úlohou na této úrovni je vytvoření produktu cestovního ruchu, statistické pozorování a kontrola výběru lokálních poplatků. (Plzáková, Studnička, 2014, s. 162)

Organizace destinačního managementu AUSTRIA VIENNA je především organizátorem konferencí a akcí specializované na incentivní cesty. Služby, které Austria Vienna poskytuje, jsou uvádění produktů na trh, firemní akce, městské prohlídky, celodenní výlety, exkurze do památek UNESCO a další. (Unique world, © 2014)

Další organizací destinačního managementu v Rakousku je INBOUND Services. Tato organizace pokrývá nejen Rakousko, ale také Spolkovou republiku Německo. Cílem organizace destinačního managementu je poskytování kreativních a na míru šitých cestovních služeb prvotřídní kvality a zajištění co nejlepších služeb splňující nejlepších služeb, které mohou splnit očekávání klienta. (Inbound, © 2015)

### 3.4.3 Slovenská republika

Slovenská republika má organizace cestovního ruchu rozděleny na krajské a oblastní. V ideálním případě a především cílem by mělo na Slovensku existovat 8 krajských organizací cestovního ruchu a 35 – 40 oblastních organizací cestovního ruchu. (Plzáková, Studnička, 2014, s. 164)

Na Slovensku je možné nalézt organizace destinačního managementu, jako je TOUR4U Bratislava, Discover Slovakia Tours, Stopa-STS, T-Ski nebo Enjoy Sklovakia aj.

Organizace destinačního managementu TOUR4U BRATISLAVA byla založena v roce 1992. Po celou dobu své existence poskytovala osobní dopravní obslužnost autobusy a kočáry taženými koňmi. Zaměřuje se na Presporacik-Oldtimer zájezdy které jsou po-

skytovány do dnes. Jedná se o speciální vůz, kterým je možné cestovat po Bratislavě, obrázek tohoto vozu je zobrazen níže. (Tour4U, © 2007)

Další organizací destinačního managementu je ENJOY SLOVAKIA. Cílem organizace je poskytovat zážitky skupinám účastníků aby se vyhnuli stresu každodenní práce, lépe poznat své kolegy a vybudovat silný a profesní tým. Slovensko je dle Enjoy Slovakia ideální destinací pro incentivní akce či kongresovou turistiku. (Enjoy Slovakia, © 2011)



*Obrázek 6 Presporacik-Oldtimer*

*Zdroj: Bratislava, © 2017*

#### **3.4.4 Španělské království**

Ve Španělsku je možné pozorovat organizace destinačního managementu. Jako například CITITRAVEL či PROTOCOL. Obě organizace jsou velmi rozšířené a to téměř po celém Španělsku. CITITRAVEL dále pokrývá i Portugalsko.

CITITRAVEL je organizace destinačního managementu propagující Španělsko a Portugalsko a specializuje se na příchozí nabídky, společenské a konferenční skupiny. Tato společnost byla založena v roce 1985 s hlavním sídlem v Malaze na Slunečném pobřeží. Další kanceláře jsou strategicky rozmístěny v Madridu, Barceloně, Seville, Valencii, Tenerife, Mallorce a Lisabonu. V každé kanceláři je tým profesionálů věnující se plánování a provádění nejvýznamnějších zážitků. (Cititravel, © 2016)

PROTOCOL je další organizace destinačního managementu ve Španělsku. Specializuje se na provádění profesionálního event managementu ve většině destinací napříč Španělskem, například Barcelona, Costa del Sol, Malaga, Seville, Malorca, Valencia, Costa de la Luz, Tenerife a jejich vybrané mezinárodní destinace: Lisabon a Dublin. (Protocol, © 2012)

## **II. PRAKTICKÁ ČÁST**

## 4 CHARAKTERISTIKA MIKROREGIONU STAROMĚSTSKO

Mikroregion Staroměstsko byl založen v roce 2002 za účelem dalšího rozvoje obcí a s tím souvisejícím komplexním rozvojem celého mikroregionu. Sídlem Mikroregionu Staroměstsko je Staré Město, náměstí Hrdinů č. 100.

Mikroregion je právnickou osobou, tedy svazkem obcí ve smyslu § 49 a následující zákona číslo 128/2000 Sb. o obcích. Jeho funkcí je koordinační a poradní činnost. Definiuje a realizuje místní strategii regionálního rozvoje mikroregionu podle strategického plánu, který je zpracován jako nástroj pro plánování a řízení obcí, které se dobrovolně sdružily za účelem jednotného rozvoje strategie. Jeho hlavním záměrem je tvorba podmínek pro komplexní rozvoj celého regionu. Působnost mikroregionu je omezena na katastrální území členských obcí.

Dle stanov pro Mikroregion Staroměstsko, které podepsali jednotliví členové, je možné vyjmenovat jednotlivé cíle a úkoly mikroregionu a předmět jeho činnosti.

- 1) Účelem, pro který se svazek obcí ustanovuje, je koordinace v podobě doporučení a námětu ekonomického, sociálního a kulturního rozvoje mikroregionu.
- 2) Členové svazku obcí jsou k založení vedeni myšlenkou, že Mikroregion Staroměstsko je specifickou oblastí svými přírodními, historickými, sociálními podmínkami a tradicemi, a tudíž by činnost svazku měla vést k prosazování názorů a zájmů obcí v mikroregionu, které odpovídají vývojovým trendům mikroregionu a zachování jeho tradic. Cílem je trvalá prosperita mikroregionu jako celku,
- 3) Hlavní cíle a úkoly:
  - a. Zajištění dostupnosti veřejných i soukromých fondů a grantů pro realizaci strategie rozvoje.
  - b. Vytváření podmínek pro zajištění místní a regionální infrastruktury, identifikace pilotních projektů, vyhledávání možností financování jednotlivých projektů pro zamezení úbytku obyvatel a odlivu mladých rodin z vesnic.
  - c. Přilákání investic do veřejného i soukromého sektoru.
  - d. Zpracování dlouhodobého plánu ekonomického, sociálního a kulturního rozvoje v mikroregionu.

- e. Všestranná a jednotná prezentace mikroregionu včetně grafického stylu informačních materiálů a společné prezentace na výstavách a ve sdělovacích prostředcích.
  - f. Rozvoj regionálního informačního systému, vytvořit databázi informací o obcích objektech, hospodářství, kultuře, demografii, cestovním ruchu apod. vytvářet informační centra a orientační a naváděcí systémy v návaznosti na celorepublikovou síť A.T.I.C.
  - g. Podpora cestovního ruchu v definovaném mikroregionu, příprava a realizace projektů k podpoře cestovního ruchu.
  - h. Zprostředkování kontaktů a spolupráce s Centrum pro regionální rozvoj při Ministerstvo pro místní rozvoj a Státním fondem rozvoje bydlení.
- 4) Předmětem činnosti mikroregionu je:
- a. celkový rozvoj mikroregionu se vztahem k rozvoji jednotlivých obcí,
  - b. propagace svazku obcí a zájmového území,
  - c. správa společného majetku,
  - d. specializovaný maloobchod,
  - e. vydavatelská a nakladatelská činnost,
  - f. podílet se na zpracování projektů rozvoje jednotlivých obcí,
  - g. organizování sportovních soutěží,
  - h. pořádání kulturních produkcí, zábav a provozování zařízení sloužících zábavě.

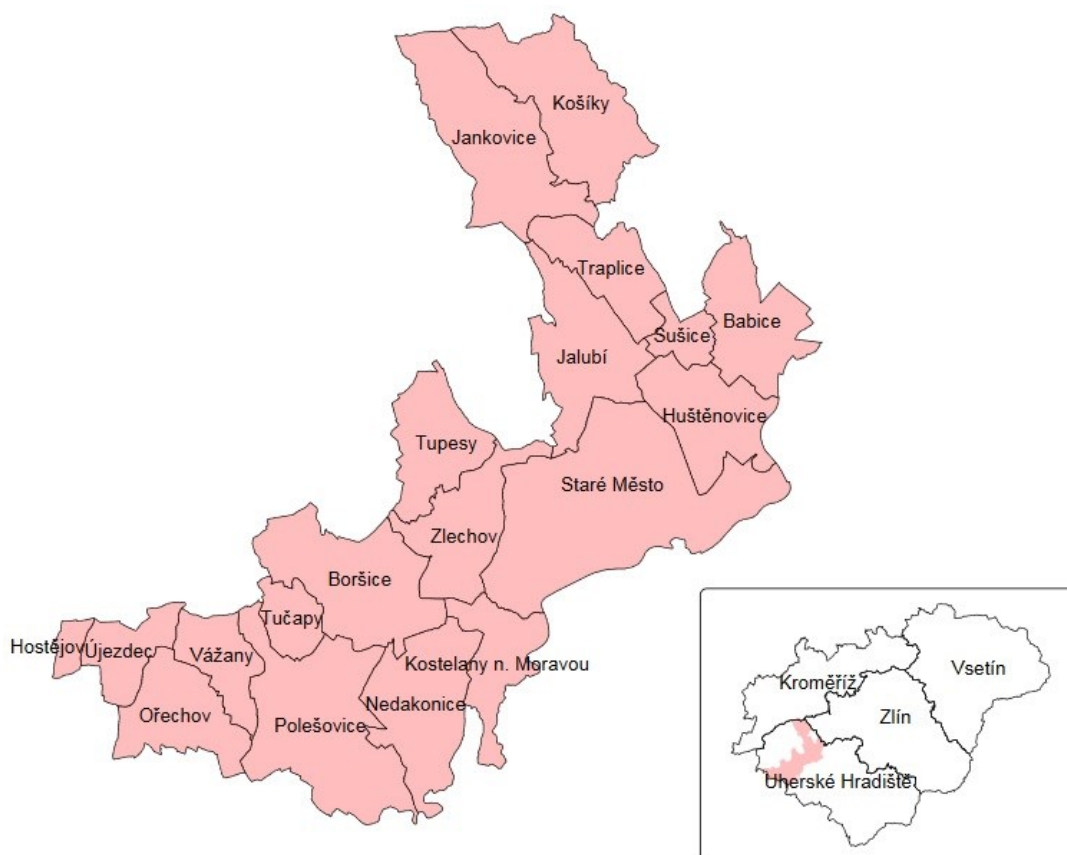
Financování Mikroregionu Staroměstsko je zajišťováno z příspěvků členů na základě usnesení valné hromady, z prostředků získaných od státu nebo od fyzických osob na základě smluv, výnosy z činnosti svazku obcí a dary.

#### 4.1 Obce spadající do mikroregionu

Mikroregion Staroměstsko leží v okrese Uherské Hradiště, ve Zlínském kraji. Dále územně přiléhá k okresu Kroměříž, Zlín a Hodonín. Sousedí s mikroregiony Osvětimansko, Buchlov, Chříby, Otrokovicko, Za Moravů, Dolní Poolsaví, Ostrožsko a Bzenecsko. A spadá do regionu Slovácko. (Český statistický úřad, © 2006)



Mikroregion Staroměstsko tvoří 19 obcí. Nejmenší obcí, která je součástí mikroregionu, je Újezdec, největší obcí je město Staré Město. Na území mikroregionu je zřejmá značná členitost, jelikož část mikroregionu tvoří údolní niva řeky Moravy se svými slepými rameny, další část pak tvoří podhůří Chřibů. Úsilím obcí je propojení obou těchto rozdílných částí takovým způsobem, aby region měl možnost poskytnout návštěvníkům poznání všech jeho krás. (Mikroregion Staroměstsko, © 2008)



Obrázek 7 Mapa Mikroregionu Staroměstsko

Zdroj: Český statistický úřad, © 2005

Při založení mikroregionu v roce 2002 spadala do jeho působnosti i obec Hostějov, která se však později, kolem roku 2007 oddělila a přešla do mikroregionu Buchlov. A místo této obce přibyla obec Kudlovice, která není zobrazena na mapce. A bude dále v diplomové práci zmíněna.

Tabulka 1 Členské obce

Obec	Počet obyvatel	Rozloha	MAS
Babice	1700	660 ha	Severní Chříby a Pomoraví
Boršice	2230	979 ha	Buchlov
Huštěnovice	997	660 ha	Severní Chříby a Pomoraví
Jalubí	1804	808 ha	Severní Chříby a Pomoraví
Jankovice	480	1125 ha	Severní Chříby a Pomoraví
Kostelany nad Moravou	930	469 ha	Staroměstsko
Košíky	416	1019 ha	Severní Chříby a Pomoraví
Kudlovice	950	776 ha	Severní Chříby a Pomoraví
Nedakonice	1615	840 ha	Staroměstsko
Ořechov	710	600 ha	Staroměstsko
Polešovice	1987	1307 ha	Staroměstsko
Staré Město	6791	2084 ha	Staroměstsko
Sušice	606	187 ha	Severní Chříby a Pomoraví
Traplice	1148	528 ha	Severní Chříby a Pomoraví
Tučapy	247	245 ha	Staroměstsko
Tupesy	1135	583 ha	Buchlov
Újezdec	245	341 ha	Staroměstsko
Vážany	456	372 ha	Staroměstsko
Zlechov	1670	652 ha	Buchlov

Zdroj: vlastní

#### 4.1.1 Babice

Obec Babice leží 8 km od Uherského Hradiště, na pravém břehu řeky Moravy, v severní části Dolnomoravského úvalu. Na východní části je ohraničena řekou Moravou

a v západní části přechází do oblasti Chřibů. Obec má přes 1700 obyvatel. Okolí obce tvoří většinou obdělávaná půda a vodní plochy – jedná se o 3 slepá ramena řeky Moravy.

V obci Babice je možné nalézt mnoho křížů a soch s bohatou historií. Dále se zde nachází muzeum Babice, kde je možné nalézt expozice myslivost a pytláctví, vesnice, hospodářské stroje a voliéry. (Babice u Uherského Hradiště, © 2017) Znak obce je možné prohlédnout níže.



*Obrázek 8 Znak obce Babice*

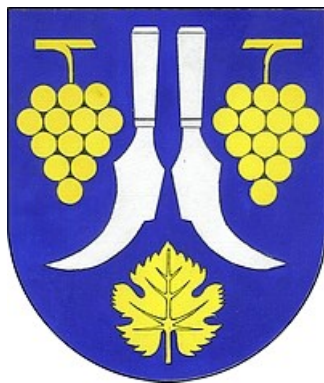
*Zdroj: Babice u Uherského Hradiště, © 2017*

#### **4.1.2 Boršice**

Obec Boršice leží 10 km západně od Uherského Hradiště. Obec je ze severozápadní části ohraničena Buchlovskými horami. Obec má 2230 obyvatel, z toho 1338 v produktivním věku. Symboly obce jsou znak a vlajka, kterými obec disponuje od roku 1996. Znak je možné prohlédnout níže. (Boršice, © 2017)

Jméno obce má význam ves lidí Borešových neboli bojovníka, jelikož staročesky tento základ slova znamená bojovat. I když v letech 1868 – 1948 se v politickém okrese Uherské Hradiště nalézaly dvoje Boršice, byly Boršice u Blatnice diferencovány svou polohou v soudním okrese Uherský Ostroh, později 1949 – 1960 v okrese Uherský Brod. Následně po vytvoření nového okresu Uherské Hradiště v roce 1960 byla obec označena jako Boršice u Buchlovic. (Boršice, © 2017)

Asi kilometr severozápadně od obce Boršice leží vodní nádrž, lázeňské a rekreační středisko Smraďavka, kde je možné se ubytovat, zrelaxovat a sportovně se vyžít. V obci je možné se setkat s tradičními řemesly, jako je košíkářství, výroba keramiky a malování keramiky, výroba kožených výrobků a kovářství. (Mikroregionu Buchlov, © 2017)



Obrázek 9 Znak obce Boršice

Zdroj: Boršice, © 2017

#### 4.1.3 Huštěnovice

Obec Huštěnovice je zemědělská obec, dříve byla známá jako chovatelská. Leží na rovině v údolí řeky Moravy, v severní části moravského Slovácka, asi 5 km severně od města Uherské Hradiště. Dominantou obce je kostel sv. Anny, který byl postaven v letech 1873 – 1877. Pro své hodnoty, které jsou jako uměleckého tak i architektonického rázu, byl kostel v roce 1995 prohlášen za kulturní památku. Je třeba zmínit, že se v okolí obce nachází přírodní technická památka Bařův kanál a přilehlá naučná stezka Fífart. Od roku 2011 se v obci Huštěnovice nachází také muzeum s expozicí lidového bydlení a života lidu v Huštěnovicích z počátku 20. století. Jeho činnost je zaměřena na shromažďování a uchovávání předmětů, dokumentaci života v obci a prezentaci veřejnosti. V muzeu je k vidění kuchyně a jizby z 20. až 50. let minulého století, předměty používané v hospodářství a řemeslu a fotografie místních krajů. (Huštěnovice, © 2017)



Obrázek 10 Znak obce Huštěnovice

Zdroj: Huštěnovice, © 2017

#### 4.1.4 Jalubí

Obec Jalubí se rozkládá 7 km severozápadně od Uherského Hradiště. Obec je situována na severovýchodním úpatí Chřibů v nadmořské výšce 229 metrů nad mořem. Obcí protéká Jalubský potok. Obec Jalubí má 1804 obyvatel, z toho 1262 v produktivním věku.

První písemná zmínka o obci Jalubí pochází z roku 1265 v dohodě Olomouckého biskupa s Velehradským klášterem. Obec do majetku kláštera spadala od roku vzniku dohody až do roku 1546.

V obci je možné nalézt barokní kostel z roku 1750. Dále za obcí Jalubí se nachází větrný mlýn, který se stal v širokém okolí jedinečnou turistickou zajímavostí. Mlýn zde existoval již v roce 1840, avšak v roce 1938 byl zbořen a nacházel se zde jen obytný dům. Kameny z mlýna byly použity při stavbě koupaliště v Jalubí. V roce 2007 započala výstavba repliky větrného mlýna v rámci Programu obnovy venkova. Při stavbě byly použity původní materiály a dobový způsob provádění prací. Díky nezištné pomoci občanů a bezplatně získaného stavebního kamene nepřekročily celkové náklady 1 milion korun. (Jalubí, © 2017)



Obrázek 11 Znak obce Jalubí

Zdroj: Jalubí, © 2017

#### 4.1.5 Jankovice

Tato obec leží asi 15 km od Uherského Hradiště. Rozkládá se v údolí Chřibů, po obou stranách Jankovského potoka, v nadmořské výšce 270 metrů nad mořem. Obec je součástí dvou mikroregionů, a to mikroregionu Staroměstsko a Chřiby. V současnosti v obci žije více než 480 obyvatel.

Historie obce Jankovice začíná v roce 1648, kdy hrabě napajedelského panství Jan z Rottalu založil tuto obec.

Mezi nejvýznamnější kulturní památky patřící do katastru obce jsou kostel Nanebevzetí Panny Marie, Kaplička svého Antonína. (Jankovice, © 2017)

U Jankovic se také nachází tzv. Králův stůl. Jedná se o pískovcový blok, který má tvar stolu. Již v roce 1228 byl zmíněn v zakládací listině velehradského kláštera jako hraniční kámen. Specialisté se domnívají, že by se mohlo jednat o tzv. megalitický dolmen, který mohl sloužit k určování dnů rovnodennost a slunovratů. (Chříby, © 2015)



*Obrázek 12 Znak obce Jankovice*

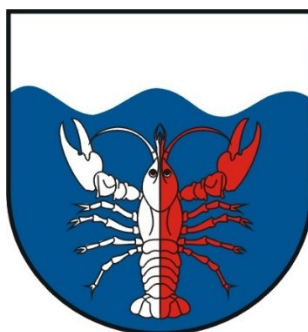
*Zdroj: Jankovice, © 2017*

#### **4.1.6 Kostelany nad Moravou**

Tato obec se nachází asi 8 km od Uherského Hradiště. Obec je součástí široké rovinaté údolí nivy řeky Moravy, jejíž koryto tvoří jižní okraj obce. Počet obyvatel 930. První zachované písemné zprávy o obci pochází z roku 1131. V obci se nachází několik významných dominant, např. kostel sv. Floriána, portálový nýtovaný most přes řeku Moravu, jehož výstavba započala v roce 1910, ale jeho dokončení bylo až po první světové válce v roce 1921. Most byl prohlášen v roce 1997 Ministerstvem kultury ČR jako Kulturní památka. Jeho délka je 84 metrů a šířka je 4 metry. Tvarem svých příhrad připomíná spíše řetězové mosty, které se vyskytují především v Čechách. Most má dva portály tyčící se do výšky pěti metrů. Obec je spoluzakladatelem „Agentury pro rozvoj turistiky na Baťově kanálu“. V rámci tohoto projektu, bylo v obci vybudováno přístaviště na řece Moravě. Obcí vede trasa Baťova kanálu a několik cyklotras – dálková naučná stezka a Moravská vinná, regionální Uherskohradišťská vinařská cyklostezka.

Z Kostelan nad Moravou vede stezka do Starého Města, která je vhodná pro milovníky in-line bruslí. K obecním tradicím je možné zařadit mikulášské a fašankové zábavy,

zářijové slovácké hody s právem nebo stavění a kácení máje. (Kostelany nad Moravou, © 2017)



*Obrázek 13 Znak obce Kostelany nad Moravou*

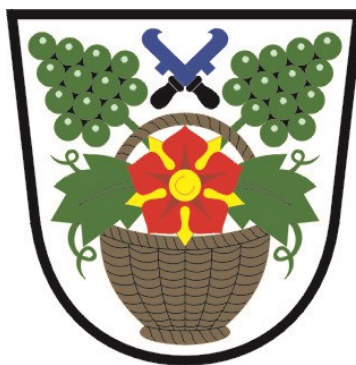
*Zdroj: Kostelany nad Moravou, © 2017*

#### **4.1.7 Košíky**

Obec Košíky se nachází asi 10 km od Uherského Hradiště, na území Chřibů. Tak jako Jankovice byly Košíky založeny hrabětem Janem z Rottalu. Vznikla jako lánová ves, tedy vyklučováním lesního porostu. Košíky měly vždy zemědělský a dobytkařský ráz, pěstovalo se zde ovoce a vinnou révu. Název obce je nejspíše odvozen od zaměstnání jejich obyvatel, který se živil výrobou košíkářského zboží. V současnosti mají Košíky kolem 420 obyvatel.

Severně od obce je doposud archeologicky neprobádané hradisko, s největší pravděpodobností je velkomoravského původu.

Památkou nacházející se v katastru obce Košíky je kaple Panny Marie, který byla postavena v roce 1888. Vysvěcena byla o rok později. V kapli se zároveň nachází socha Panny Marie Lurdské. (Slovácko, © 2008)



Obrázek 14 Znak obce Košíky

Zdroj: Slovácko, © 2008

#### 4.1.8 Kudlovice

Obec Kudlovice leží 9 km severozápadně od města Uherského Hradiště v podhůří chřibských lesů. A sousedí s katastry obcí Sptyhněv, Babice, Sušice, Traplice, Košíky a Halenkovice. Obec Kudlovice je územně rozdělena na dva celky a to obec Kudlovice a místní část Kudlovickou Dolinu. Aktuálně žije v obci 950 obyvatel.

Obec byla založena současně s obcí Sušice, kde se usadil rod Suchů. Tedy patrně v letech 1252 – 1321.

Z kulturních památek je možné v Kudlovicích najít Kapli sv. Jana Křtitele, Morovou kapličku jako poděkování za odvrácení moru, Zvonice pocházející z druhé poloviny 18. století, Dům Strmenských, jedná se o kulturní památku prohlášenou Ministerstvem kultury ČR v roce 1998, obec tento dům získala darem od paní Strmenské v roce 1986 s přáním, aby byl domek zachován a sloužil jako historický dokument své doby. Dále je možné v obci nalézt Vinné sklepy. První zmínky o vinohradech v katastru obce jsou z roku 1466. (Kudlovice, © 2017)





Obrázek 15 Znak obce Kudlovice

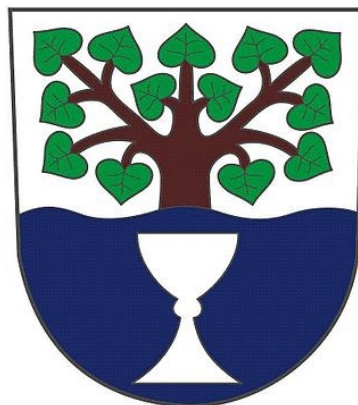
Zdroj: Kudlovice, © 2017

#### 4.1.9 Nedakonice

Obec Nedakonice leží 8 km jihozápadně od Uherského Hradiště na pravém břehu řeky Moravy, asi 3 km od městyse Polešovice. V současnosti žije v Nedakonicích 1500 obyvatel.

Nejstarší vzpomínka o obci pochází z roku 1220, kdy obec patřila k majetku velehradského kláštera. Obec se stala významným centrem moravských husitů, jelikož v roce 1420 byl zde, na místě dnešních Nedakonic, založen husitský tábor. Odtud podnikali husité několik výpadů proti okolním klášterům a městům. Vypálili také jeden z nejbohatších moravských klášterů Velehrad, kde upálili i několik mnichů a klášter byl poté několik let opuštěný. Na připomínku slavného husitského období je v obci postaven husitský sloup se sochou bojovníka.

U Nedakonic se nachází přírodní rezervace Kolébky, které mají vybudovaný revitalizační zavlažovací kanál, naučnou stezku a chráněnými živočišnými druhy lužních lesů. Přes obec vede vinařská a cykloturistická stezka. (Nedakonice, © 2017)



*Obrázek 16 Znak obce Nedakonice*

*Zdroj: Nedakonice, © 2017*

#### **4.1.10 Ořechov**

Ořechov leží na jihozápadním okraji Zlínského kraje, v jihovýchodním podhůří Chřibů asi 18 km od Uherského Hradiště. V současnosti žije v obci asi 710 obyvatel. Obec je situována v údolí ořechovského potoka. V katastru obce Ořechov je velmi kvalitní zemědělská půda, která je hojně využívána k vinohradnictví. Vinice se nacházejí na jihovýchodních svazích obce.

První písemná zmínka o obce Ořechov se datuje rokem 1131. Celkové Ořechov nemá moc optimistickou historii. V 19. století zde umírali lidé na epidemii cholery a řádil zde dobytčí mor. V roce 1867 také obec částečně vyhořela. Také první světová válka citelně postihla obec. Z obce narukovalo celkem 190 mužů, z nichž někteří padli na frontě a další zemřeli na následky zranění z války.

V obci je velkou dominantou zámek z konce 16. století, který je postaven na místě dřívější tvrze. Jedno křídlo zámku je stavebně odděleno a přestavěno na římskokatolickou kapli. V parku u zámku je postavena památkově chráněná kaple sv. Václava, kde je umístěna plastika sv. Jana Nepomuckého z roku 1747. V současnosti se zámek využívá jako soukromá rezidence a velký zámecký sál je využíván pro pořádání svatebních hostin a oslav. Slavnostní kaple náležící k zámku je od roku 2010 využívána ke konání svateb.

Přes obec vede turistická cyklotrasa a Moravská vinařská cyklostezka. (Ořechov, © 2017)



Obrázek 17 Znak obce Ořechov

Zdroj: Ořechov, © 2017

#### 4.1.11 Polešovice

Polešovice jsou jediným městysem nacházejícím se v mikroregionu Staroměstsko. Rozprostírá se 13 km jihozápadně od města Uherské Hradiště, na předělu Dolnomoravského úvalu a pohoří Chříby.

První písemnou zmínkou o obci Polešovice je opět listina z roku 1220. V této době obec patřila do nově založeného cisterciánského kláštera na Velehradě.

V obci Polešovice je možné spatřit kostel sv. Petra a Pavla, který se nachází nad středem obce, z roku 1320. Avšak v roce 1421 byl tento kostel pobořen husity. Poté byl znovu vystavěn. Současný barokní kostel je nejméně třetí stavbou na stejném místě. Jedná se o největší stavbu na statcích velehradského kláštera.

V obci Polešovice jsou velmi významné slovácké hody s právem, konající se 2. neděli v říjnu, kde se účastní pravidelné 150 - 200 krojovaných osob. Obec je proslulá mnoha vinaři a vinnými sklepy. Víno se zde pěstovalo téměř již od vzniku obce. Nejstarší viniče nacházející se v katastru obce se jmenovala Mniška. Jednalo se tedy o vinohrad, který spadal pod klášter na Velehradě. Po zrušení kláštera v 18. století byly vinohrady v obci pronajaty poddaným, což příznivě ovlivnilo místní vinařství. Každoročně na Velikonocce se v obci pořádá košt vína a také žehnání vína.

Přes katastr obce vedou dvě cyklostezky, a to Moravská vinná stezka a Bzenecká cyklistická stezka. (Polešovice, © 2017) Znak obce je možné prohlédnout níže:



Obrázek 18 Znak městyse Polešovice

Zdroj: Polešovice, © 2017

#### 4.1.12 Staré Město

Obec Staré Město leží v Dolnomoravském úvalu, na pravém břehu řeky Moravy. Z geologického hlediska se Staré Město nachází v tzv. vídeňské pánvi, která je obklopena pahorkatinami a vrchovinami pásma Západních Karpat.

Po mnoho století bylo Staré Město spjato s Uherským Hradištěm a plnilo funkci jeho předměstí. A teprve v roce 1991 se stalo samostatnou obcí a teprve od roku 1996 byl změněn název obce na Staré Město bez přívlastku „u Uherského Hradiště“. Statut města získalo o rok později. Ve Starém Městě žije v současnosti cca 6800 obyvatel.

#### Kultura

Staré Město je známé svým různorodým společenským, kulturním i sportovním děním. Společenský život ve městě je rozvíjen pomocí občanských sdružení, společností a klubů. Nejvýznamnější oblastí kultury je folklór. Ten má ve Starém Městě dlouholetou tradici v podobě folklórních souborů Dolina a dvě Dolinečky. Začíná se velikonoční pochůzkou, dále stavění „máje“, brzy poté soutěž tanečníků slováckého verbuňku. Dalšími tradičními zvyky jsou dožínky a staroměstské Michalské hody. K dalším oblíbeným společenským děním patří plesy, Staroměstský den, Vánoční jarmark, košty vína a slivovice.

Proslulost Starého Města přináší také pořádání každoročních motocyklových závodů, které nesou název Slovácký okruh o cenu Bohumila Kováře a dále mezinárodní šachový

turnaj FIDE OPEN Staré Město, který je jeden z největších šachových turnajů v České republice.

Milovníkům turistiky a nevšedních zážitků splní očekávání plavba po Baťově kanálu či výlety po cyklostezce lemující kanál. (Staré Město, © 2017)

Ve městě se také nachází KOVOZOO místní firmy Kovosteel s. r. o. Jedná se o jedinou kovovou zoo v Evropě, která vznikla v roce 2012. A v současnosti se v KOVOZOO nachází 250 zvířat. Je zde také možné vyjít na maják Šrotík, projít pirátskou lodí Naděje s Letoun L-610. (Kovozoo, © 2017)



*Obrázek 19 Znak města Staré Město*

*Zdroj: Staré Město, © 2017*

#### **4.1.13 Sušice**

Obec Sušice je malou obcí, která se nachází 7 km od Uherského Hradiště. A v současnosti žije v obci více než 600 obyvatel. Obec leží v údolí Jankovického potoka mezi katastry obcí Traplice, Jalubí, Huštěnovice, Babice a Kudlovice.

Sušice jsou asi nejstarším sídlem nacházející se ve Zlínském kraji. Dosvědčuje to nález neumělého výrobku z nejstarší doby kamenné, který byl učiněn v letech 1934-1935 na Trati Kocovy. Je to ojedinělý nález v tomto kraji.

Obec však byla založena později, a to asi v první polovině 13. století, a to až po založení Traplic a Kudlovic. První písemnou zmínku lze doložit rokem 1344.

V obci je množné nalézt mlýn, u kterého není známo, kdy byl postaven, ale první zmínka o tomto mlýn pochází z roku 1603. Poslední mletí v tomto mlýně proběhlo v roce

1848. Dále je možné nalézt starý dvůr, který pochází již z doby založení obce. První historická zmínka je z roku 1614, byl tento dvůr přidělen Jiřímu Kuželovi ze Žeravic.

V současnosti obcí nevede žádná cyklostezka, ale je plánována na trase Sušice – Huštěnovice, kde by navazovala na cyklostezku vedoucí kolem Bařova kanálu. (Sušice, © 2017) Znak obce je možné vidět níže:



*Obrázek 20 Znak obce Sušice*

*Zdroj: Sušice, © 2017*

#### **4.1.14 Traplice**

Obec Traplice leží 10 km severozápadně od města Uherské Hradiště.

Její vznik se předpokládá již před 13. stoletím, který je dokázán první písemnou zmínkou v darovací listině krále Přemysle Otakara I. z roku 1228. Tato obec také patřila k velehradskému klášteru, který založil obec Traplice kvůli ochraně hranic svého panství proti sousední vrchnosti.

V obci se nachází kaple Panny Marie Růžencové, která byla postavena v letech 2006 až 2009, kdy byla posvěcena arcibiskupem olomouckým. Na financování se podílela jak obec, tak i byla kaple financována ze sbírky v obci a kostele a dalšími dary občanů Traplic a okolních měst a obcí, dary nadací, podnikatelů a sponzorů.

V současnosti v obci není vybudována turistická infrastruktura. Obec dle programu obnovy venkova pro roky 2016 – 2020 nepředpokládá rozvoj cestovního ruchu, díky poloze obce, absenci pamětihodností, technických památek apod. Stejně tak nebyly zaznamenány aktivity v oblasti agroturistiky. Z turistické infrastruktury bude obec podporovat výstavbu cyklostezek a turistické ubytovny. Rozvoj cyklostezek, který bude probíhat ve spolupráci s okolními obcemi. Jednalo by se o cyklostezky Sušice – Traplice – Jalubí

větrný mlýn – Králův stůl – Bunč, dále pak cyklostezka ve směru Jankovice a Košíky. Při budování druhé cyklostezky je plánována spolupráce v rámci MAS Severní Chřiby a Pomoraví.



*Obrázek 21 Znak obce Traplice*

*Zdroj: Traplice, © 2017*

#### 4.1.15 Tučapy

Obec Tučapy je malou obcí, která leží asi 12 km od města Uherské Hradiště. Obec leží na mírném svahu Chřibů, v nížině Dolnomoravského úvalu. V obci žije asi 250 obyvatel.

První písemná zmínka o obci, byla nalezena v listině olomouckého biskupa Jindřicha Zdíka z roku 1131. Dominantou obce je kostel sv. Cyrila a Metoděje z roku 1934. K dalším památkách patří i kaple Božího srdce Páně. Obec je rodným místem spisovatele Bedřicha Beneše Buchlovana. Přírodní zajímavostí je přírodní památka Koukolky.

Přes Tučapy vede Moravská vinná cyklostezka. (Tučapy, © 2017)



*Obrázek 22 Znak obce Tučapy*

*Zdroj: Tučapy, © 2017*

#### 4.1.16 Tupesy

Obec Tupesy leží 8 km od města Uherské Hradiště. Rozprostírá se v nivě Zlechovského potoka, který pramení v chříbských lesích. V současné době žije v obci více než 1100 obyvatel.

První zmínka o obci Tupesy pochází z roku 1220 a je propojena s listinou Olomouckého biskupa, kde byla zmíněna tato obec jako součást majetku velehradského kláštera.

V obci se dodnes vyrábí tradiční keramika. Tato tradiční keramika zde byla vyráběna již od počátku existence obce. Archeologické nálezy na tomto území pochází až z 10. století. Tato keramika je reprezentována v Muzeu keramiky. Tupesy jsou zároveň proslulé také pěstováním vinné révy a vinařstvím, které napomáhalo hospodářskému vývoji obci už od minulého století.

Přes obec vede Velkomoravská poutní cyklotrasa a regionální vinařská cyklotrasa. Velmi zajímavou je také naučná stezka keramiky, provázející návštěvníky kolem dílen keramiků. Mezi nejstarší památky obce patří Boží muka, socha sv. Jana Nepomuckého, kaple Navštívení P. Marie a dům drobného zemědělce a hrnčíře – např. původní vesnické, hliněné stavby, ve které dnes sídlí Muzeum keramiky. (Tupesy, © 2016)



*Obrázek 23 Znak obce Tupesy*

*Zdroj: Tupesy, © 2016*

#### 4.1.17 Újezdec

Obec Újezdec leží 19 km od Uherského Hradiště v nadmořské výšce 388 metrů nad mořem. Tato obec leží v kopcovité krajině Kyjovské pahorkatiny, která se nachází mezi horským masívem Chřibů a údolní nivou řeky Moravy. Okolí obce je intenzivně využí-



váno k zemědělství a jižní svahy se využívají k pěstování vinné révy. Viniční tratě v katastru obce náleží do bzenecké vinařské oblasti.

V současné době v Újezdci žije 241 obyvatel. (Újezdec, © 2016 – 2017)



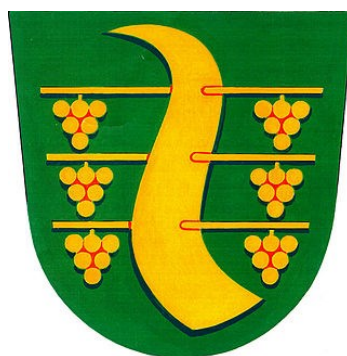
*Obrázek 24 Znak obce Újezdec*

*Zdroj: Újezdec, © 2016 – 2017*

#### **4.1.18 Vážany**

Obec Vážany se řadí k menším obcím mikroregionu Staroměstsko. Leží asi 15 km od města Uherské Hradiště. První zmínka o obci pochází z roku 1220.

V části obce Doubí je dřevěná rozhledna s vyhlídkou do širokého okolí. Také přes obec vede Moravská vinařská stezka, která je velkým lákadlem pro množství turistů. Další aktivity jsou spíše rozprostřeny do okolí obce, jako např. zámek Buchlovice, hrad Buchlov, Chříby aj. (Vážany, © 2017)



*Obrázek 25 Znak obce Vážany*

*Zdroj: Vážany, © 2017*

#### 4.1.19 Zlechov

Obec Zlechov leží podél Zlechovského potoka a s obcí Tupesy, která je v sousedství obce, tvoří konurbaci. V současnosti v obci Zlechov žije asi 1700 obyvatel.

V katastru obce se nachází jedno z nejstarších slovanských sídlišť v České republice. Byly zde objeveny nálezy z paleolitu a neolitu. S největší pravděpodobností obec vznikla v průběhu 11. století. Nejstarší zmínka o obci se datuje k roku 1207 a potvrzuje, že obec patřila k velehradskému klášteru, který přinesl rozvoj řemesel, pokrokové způsoby obdělávání půdy a začal s pěstováním vinné révy, kterou rád potřeboval k bohoslužebným účelům.

V obci se nachází sloup Boží muka u silnice do Tupes. Jedná se o nejstarší památku, postavenou v roce 1674. Dále se zde nachází barokní socha sv. Jana Nepomuckého, která se nachází na návsi před kostelem. Nejnovější dominantou obce se stal kostel sv. Anny, který byl vysvěcen v roce 1994. (Obec Zlechov, © 2014)



*Obrázek 26 Znak obce Zlechov*

*Zdroj: Zlechov, © 2014*

## 4.2 MAS

Do mikroregionu Staroměstsko zasahují tři místní akční skupiny. Jedná se o MAS Buchlov, MAS Staroměstsko a MAS Severní Chříby a Pomoraví.

### 4.2.1 MAS Buchlov

MAS Buchlov je skupina dobrovolníků, která se zabývá výběrem a hodnocením dotací přidělovaných z programu LEADER. Do MAS Buchlov spadá 14 obcí, které leží

na rozloze pouze 154 km<sup>2</sup>. Z MAS Buchlov do mikroregionu Staroměstsko spadají obce Boršice, Tupesy a Zlechov. Území MAS Buchlov má perfektní podmínky k rozvoji v oblasti cestovního ruchu, služeb a dalších aktivit.

Cílem MAS Buchlov je dosažení trvalého hospodářského růstu i růstu kvality života obyvatel regionu prostřednictvím rozvoje veřejných služeb, nových ekonomických aktivit, které kladou důraz na tvorbu pracovních míst v regionálním i místním měřítku a další. (MAS Buchlov, © 2017)

#### **4.2.2 MAS Staroměstsko**

Tato místní akční skupina leží ve Zlínském kraji, okresu Uherské Hradiště. Její výměra je více než 6 tisíc hektarů. Působnost MAS Staroměstsko je tvořena katastrálním územím osmi obcí, které všechny spadají do mikroregionu Staroměstsko. Jedná se o Kostelany nad Moravou, Nedakonice, Ořechov, Polešovice, Staré Město, Tučapy, Újezdec a Vážany. (MAS Staroměstsko, z. s., © 2013)

#### **4.2.3 MAS Severní Chřiby a Pomoraví**

Jedná se o partnerství s právní subjektivitou. MAS je založená na principech dobrovolného místního partnerství mezi veřejným a soukromým sektorem. Hlavní činností MAS Severní Chřiby a Pomoraví je komunitně vedený místní rozvoj, který se uskutečňuje na základě Strategie komunitně vedeného místního rozvoje. Ta je zaměřena na obnovu a rozvoj celého regionu Severní Chřiby a Pomoraví.

MAS je tvořena celkem 18 obcemi Zlínského kraje, které leží na rozmezí okresů Zlín a Uherské Hradiště. Rozloha MAS je asi 17,5 tisíce hektarů, kde žije více než 41 tisíc obyvatel.

Z mikroregionu Staroměstsko spadají do MAS Severní Chřiby a Pomoraví obce jako Jalubí, Jankovice, Košíky, Kudlovice, Traplice, Sušice, Huštěnovice a Babice. (Místní akční skupina Severní Chřiby a Pomoraví, z. s., © 2017)

### 4.3 Centrála cestovního ruchu Východní Morava

Jedná se o nestátní neziskovou organizaci, která byla založena v roce 2007 Zlínským krajem za účelem zvýšení návštěvnosti kraje v jeho turistických oblastech. Centrála cestovního ruchu Východní Moravy koordinuje rozvoj, propagaci a prezentaci cestovního ruchu na území Zlínského kraje a snaží se o maximální využití turistického potenciálu území. (Východní Morava, © 2000 – 2017) Jedná se o servisně-produkční společnost zaměřující se především na marketing cestovního ruchu. Mimo jiné Centrála cestovního ruchu Východní Moravy tvoří produkty cestovního ruchu, zajišťuje informační servis, pořádá výstavy, veletrhy a další. Organizace je nositelem ceny Destinační management ČR (1993-2010). Centrála cestovního ruchu Východní Moravy provozuje několik webů, které doporučují turistické zajímavosti a cyklostezky a další. (Centrála cestovního ruchu Východní Moravy, © 2017) Logo organizace je možné prohlédnout níže.



*Obrázek 27 Logo Centrály cestovního ruchu Východní Moravy*

*Zdroj: Centrála cestovního ruchu Východní Moravy, © 2017*

## **5 CHARAKTERISTIKA PŘÍRODNÍCH A SPOLEČENSKÝCH PŘEDPOKLADŮ CESTOVNÍHO RUCHU V MIKROREGIONU STAROMĚSTSKO**

Území mikroregionu Staroměstsko velmi dobré podmínky k rekreaci. Území využívá dochovaný krajinný ráz a jedinečnou lidovou kulturu, proto je mikroregionu perfektním místem pro rozvoj cestovního ruchu a turistiky.

### **5.1 Přírodní předpoklady cestovního ruchu**

Jako přírodní předpoklady cestovního ruchu by bylo možné označit Nivu řeky Moravy, přírodní park Chříby či Bařův kanál. Z přírodních předpokladů menšího rozsahu by bylo možné zařadit přírodní památku „Tuň u Kostelan“ nacházející se u Kostelan nad Moravou či přírodní rezervaci „Kolébky“, kterou je možné nalézt v katastru Nedakonice. (Strategický plán rozvoje Mikroregionu Staroměstsko)

#### **5.1.1 Niva řeky Moravy**

Meandrující řeka Morava vytvářela slepá ramena, mělčiny, zátočiny, ostrůvky a nivní louky s bohatými lužními lesy. Tyto lužní lesy byly postupně vymýceny a vodní tok byl zregulován. Mezi nevýznamnější zásahy patří průpich říční serpentiny, čímž vznikla dvě slepá ramena ležící na pravém břehu řeky Moravy. Nejcenější části přírody se uchovály ve slepých ramenech Čerták, Pod Cukrovarem, na Přední Morávce, Zadní Morávce a jejich nejbližším okolí.

K vidění je zde mnoho zajímavých druhů rostlin vyskytujících se ve vodě a současně typické původní teplomilné suché trávníky. Z řad živočichů je k vidění škeble rybničná či v potoce Salaška se běžně vyskytuje rak říční. V okolí řeky Moravy se vyskytuje mnoho ptactva, které zde mají mnoho potravy v podobě hmyzu. Z velmi významných druhů je možné jmenovat potápku roháče či volavka popelavá. Z řad savců je zde možné spatřit srnce obecného, bobra evropského či ježka východního. (Staré Město, © 2017)

### 5.1.2 Přírodní park Chřiby

Název parku Chřiby je odvozen od staročeského slova chřib, neboli kopec/vrch.

Přírodní park Chřiby, neboli lidově nazývané Buchlovské hory, je zalesněné pohoří ležící v samém středu Moravy, táhnou se od Kyjova po Otrokovice. Pro toto území jsou typické rozlehlé bukové lesy, staré hrady a jejich zříceniny, pískovcové skály, hradiště a památky z dob Velkomoravské říše. V podhůří Chřibů se pěstuje vinná réva. Je možné navštívit větrné mlýny a rozhledny.

Nejvyšším vrcholem Chřibů je Brdo s nadmořskou výškou 587 m. n. m.

Přes Chřiby vede spousta naučných stezek, cykloturistických stezek i trasy pro běžecké lyžování. Je zde vysoké sportovní i kulturní vyžití. Z kultury jsou zde k nalezení zámky, hrady i zříceniny. Například hrad Buchlov, nedaleko stojí zámek Buchlovice s barokní zahradou a dále je možné navštívit zříceniny Cimburk, Střilky a Ranšperk.

V Chřibech stojí 4 rozhledny, a to Brdo, Modrá, Johanka a Douby. Brdo je jedinou kamennou rozhlednou v Chřibech. Rozhledna Modrá, Johanka a Douby jsou naopak dřevěné vyhlídkové věže mezi vinicemi. (Chřiby, © 2015)

### 5.1.3 Baťův kanál

Již v roce 1930 Tomáš Baťa vyzýval ke splavení řeky. V roce 1932 nechal provést pokusnou plavbu nákladním člunem z Otrokovic do Bratislavy. A v roce 1934 firma Baťa sjednala dohodu se státními úřady, které podporovaly zemědělské meliorace a závlahy. A tak se schválilo budování plavebního a závlahového kanálu. Celá stavba stála 43 milionů korun a s budováním se začalo hned v říjnu téhož roku. Práce běžely obrovským tempem a v prosinci roku 1938 začal Baťův kanál sloužit. Kanál spojoval Otrokovice s Rohatcem a měl délku 50 km. Říčními koryty bylo vedeno 26 km, umělé kanály měly délku 24 km.

Obnova plavebního ruchu po Baťově kanálu začala v 90. letech, avšak pouze jako turistická plavební cesta, nákladní již nefunguje. (Pokluda, 2014, s. 50)

V současnosti je Baťův kanál vodní cestou třídy 0. A celkově je splavný od Kroměříže po Hodonín, tedy v délce asi 76 km. V současné době se dvěma překážkami, které jsou plánovány odstranit plavebními komorami, jedna u Rohatce a druhá u Bělova u Otroko-

vic. Rozdíl výšek vodní hladiny je 18,6 m, které vyrovnává 13 plavebních komor. Hloubka Bařovy kanálu je kolem 1,5 metru. Po celé délce Bařova kanálu je vystavěno celkem 56 mostů a mnohé z nich jsou unikátní technickou památkou.

Po celé délce je Bařův kanál lemován cyklostezkou, která je dlouhá více než 80 km, na kterou navazují další stezky a trasy v okolí Bařova kanálu, včetně Moravských vinařských stezek. Díky těmto napojením na další trasy se dá vyjízďet do Chřibů, Hostýnských vrchů či Bílých Karpat. (Bata canal, © 2017)

## 5.2 Společenské předpoklady cestovního ruchu

Mezi společenské předpoklady mikroregionu Staroměstsko by bylo možné zařadit místní a velmi rozvinutý folklór, a místní kulturní akce regionálního i nadregionálního významu.

### 5.2.1 Folklór

Slovácko, jehož je mikroregion Staroměstsko součástí, je bohaté na lidové kroje, zvyky a obyčeje, lidové písně, hudbu a slovesnost. V celém regionu se konají různé folklórní slavnosti, z nichž mnohé mají mezinárodní proslulost. V mnoha obcích mezi první slavností v roce se každoročně koná fařank. Ten se koná na přelomu měsíce února a března. Jedná se o masopustní obchůzky tanečníků, muzikantů a masek.

Dále je možné vidět již týden před Velikonocemi, a to o Zeleném čtvrtku, Velkém pátku a Bílé sobotě, v mnoha obcích s průvody chlapců s klepači a hrkači.

Poslední den v dubnu je v obcích regionu dnem stavění máje se zdobeným vrškem. Máje stavěli dříve chlapci pod okny domů svých „galánek“. (Slovácko, © 2008)

Téměř v každé obci se konají tradiční Slovácké hody s právem. Jedná se o lidovou tradici, o kterou je ze strany veřejnosti velký zájem, a jsou především záležitostí Uherskohradištska. Slovácké hody byly a s největší pravděpodobností i jsou, nejdůležitější slavností roku v obci. Jednalo se o děkovnou slavnost, především mladé generace, která zavrřovala konec zemědělské práce. První zmínka o hodech konaných na Uherskohradištsku se datuje ke konci 19. století. Hody s právem jsou v jednotlivých obcích odlišné, protože každá obec má typický jiný zpět, tanec, kroj i další obyčeje.

Nejdůležitější osoby jednotlivých hodů jsou stárce. Na hodech je možné nalézt mladší a starší pár stárků a chasu. Ta na hody nacvičuje taneční pásmo a učí se základy tanců. V den hodů chasa chodí po celé vesnici, což se nazývá hodovou obchůzkou. Cílem této obchůzky je vždy dům, kde bydlí stárek či stárka. Večer se pak koná hodová zábava doprovázená dechovou a cimbálovou muzikou. (Remix, © 2010)



## 6 ANALÝZA A HODNOCENÍ IMPLEMENTACE KONCEPTU DESTINAČNÍHO MANAGEMENTU V MIKROREGIONU STAROMĚSTSKO

Klíčovou součástí diplomové práce je část analyzující koncept destinačního managementu v mikroregionu Staroměstsko. Tato část shrnuje výsledky výzkumu, který byl realizovaný v na počátku roku 2017 mezi zástupci obcí spadajících do mikroregionu Staroměstsko. Cílem výzkumu je na základě provedených rozhovorů identifikovat hlavní cíle cestovního ruchu v mikroregionu. Na hlavní cíl navazují 2 dílčí cíle. Výzkum byl realizován pomocí semistrukturovaného rozhovoru, pro který navržen seznam otázek, který byl rozčleněn do 3 hlavních tematických bloků. Z těch pak byly respondentům pokládány otázky. Otázky jsou koncipovány jako otevřené a respondentům byl ponechán zcela volný prostor pro jejich odpovědi.

Respondenti byli vybráni cíleně, pro přesnější a reálnější data, aby bylo možné posoudit, jak se mikroregion Staroměstsko podílí na cestovním ruchu v obcích s více či méně rozvinutým cestovním ruchem.

Celý rozhovor probíhal vždy kolem 15 – 20 minut. S žádostí o rozhovor bylo osloveno 15 respondentů, z nichž 10 se podařilo realizovat. Pro účely zachování anonymity však nebudou jmenovány jména ani názvy obcí účastníci se výzkumu.

**Cíl výzkumu:** identifikace hlavních cílů cestovního ruchu v mikroregionu Staroměstsko a zhodnocení způsobu jejich řízení

### **Dílčí cíle:**

- určení nejvýznamnějších prvků destinačního managementu z pohledu zástupců místních aktérů a procesu realizace destinačního managementu
- zjištění návštěvnosti cílů cestovního ruchu v návaznosti na propagaci

### **Hlavní výzkumná otázka:**

O1: Jaké cíle cestovního ruchu by podle Vás mohly charakterizovat Vaši obec/region? Uved'te alespoň 3 a pokuste se svou odpověď zdůvodnit.

**Dílčí výzkumné otázky:**

O2: Je možné dle Vašeho názoru do cílů cestovního ruchu zahrnout i místní kulturu? Které místní kulturní akce jsou nejvíce navštěvovány turisty?

O3: Využívá Vaše obec/region nějaké prvky destinačního managementu (tj. propagace místa či produktu, tvorba nového produktu CR, strategické plánování destinace aj.)?

O4: Jsou propagovány tyto místní kulturní akce i mimo hranice obce vyjma elektronických médií?

O5: Popište, jakým způsobem provádíte analýzu cestovního ruchu ve Vaší obci.

**6.1 Vyhodnocení rozhovorů**

Po uskutečnění všech naplánovaných rozhovorů byla získaná data hromadně vyhodnocena. Pro snadnější práci se získanými daty byl použit záznamových arch, který data systematicky třídil do tematicky řazených kategorií. Následující část diplomové práce je již věnována samotné prezentaci výsledků výzkumu.

**Cíle cestovního ruchu**

První otázkou realizovaného výzkumu byly zjišťovány cíle cestovního ruchu v obci/regionu. Téměř všichni respondenti odpověděli, že jedním z hlavních cílů je Bařův kanál. Bařův kanál je velmi významným prvkem cestovního ruchu v mikroregionu. Jedná se zde nejen o vodní dopravu, ale také o cyklostezku vedoucí podél Bařova kanálu, tak i cyklostezky na ni navazující. Dále respondenti zmínili několik zajímavostí, které jsou podle jejich názoru nejvíce navštěvovány turisty v jejich okolí. Jedná se o zámek Ořechov, Nýtovaný most v Kostelanech nad Moravou, vinné sklepy v městyse Polešovice, náměstí Velké Moravy s kostelem sv. Ducha, KOVOZOO. Z přírodních atraktivit byla zmíněna slepá ramena řeky Moravy, jako Čerták 1 a Čerták 2.

### **Význam CR v rozvoji obce/regionu**

Cestovní ruch pro obce nemá moc velký význam. Jednotlivé atraktivity jsou dotovány z jejich rozpočtu, ale do rozpočtu obce moc financí nepřinášejí. Avšak je možné říci, že z obecného hlediska cestovní ruch přináší zaměstnanost. Ať už se jedná o jednotlivá gastronomická zařízení, či cykloprodejny, tak i zaměstnanci informačního centra, nebo správci a zaměstnanci jednotlivých atraktivit cestovního ruchu.

Zároveň v důsledku konání místních kulturních akcí, je zde podporován komunitní život místních obyvatel, jelikož na realizaci těchto kulturních akcí se podílí mnoho místních spolků, kterých je v mikroregionu nespočet.

### **Využití destinačního managementu**

Bohužel na základě konaného výzkumu bylo zjištěno, že mikroregion nefunguje tak, jak by se od něj očekávalo. Mikroregion nemá žádné zaměstnance. Jednotlivé funkce zastávají zaměstnanci města Staré Město a starostové členských obcí. Mikroregion pouze na svém počátku zpracoval strategii rozvoje cestovního ruchu na jeho území, bohužel na propagaci a tvorbě produktů cestovního ruchu se musí nejvíce zasadit jednotlivé obce. Mikroregion prezentuje členské obce na Veletrhu cestovního ruchu. Nejvíce však jsou propagovány jednotlivé atraktivity cestovního ruchu za region Slovácko, do kterého spadá i řešený mikroregion Staroměstsko.

Jednotlivé obce zpracovávají jednotlivé strategie rozvoje, bohužel se nejedná o strategie rozvoje cestovního ruchu, ale jedná se o program rozvoje venkova, ve kterém jsou zahrnuty i rozvíjení cestovního ruchu. Jedná se například o obce, které ještě nejsou propojeny cyklostezkami. Tyto obce plánují do budoucna výstavbu cyklostezek a následné napojení na cyklostezku vedoucí kolem Bařova kanálu. Po napojení obce na stěžejní cyklostezku obce plánují rozvoj turistické infrastruktury v obci.

### **Místní kultura**

Všichni respondenti se shodují v tom, že místní kultura a kulturní akce jsou nedílnou součástí cestovního ruchu v obci/regionu. Jedná se o velké lákadlo. Bohužel však se shodují i na faktu, že kulturní akce nejsou tolik navštěvovány jako dříve. Přisuzují to k tomu, že mnohé obce se snaží navrátit k místní kultuře a místních kulturních akcí jako

je Fašank, tak Slovácké hody s právem je mnoho a často se i časově překrývají. V důsledku toho turisté nemají povědomí o všech kulturních akcích konaných v regionu a zároveň pokud o těchto kulturních akcích povědomí mají, nestihnou navštívit všechny. Jak uvedl jeden z respondentů: „*Možná není tolik turistů, ale daleko více se lidé zapojují do spolkové činnosti.*“ Avšak jedny přece jen vyčnívají a to Michalské hody s právem každoročně konané ve Starém Městě. Dokonce i Slovácké muzeum má v plánu nechat zapsat jako kulturní nemotné dědictví. Velký vliv na návštěvnost místních kulturních akcí má počasí, v případě že je deštivo, obecně množství zájemců o návštěvu venkovních akcí upadá.

### **Propagace místních kulturních akcí**

Z výzkumu vyplývá, že kromě internetových stránek, které má dnes již každá obec, převážná část obcí využívá tisk k propagaci místních kulturních akcí. Jedná se především o regionální deníky jako je Slovácký deník či Dobrý den s kurýrem. Dále obce využívají tištěné prospekty či plakáty týkající se místních atraktivit, využívají také služby rozhlasu, např. Rádio Čas či Český Rozhlas. Zpětně o významnějších akcích je možné se dovědět z reportáží TV Slovácko.

S posledních letech s rostoucím tempem informačních technologií a internetu se obnovuje propagace místních kulturních akcí. Obce využívají propagaci místních akcí prostřednictvím Facebooku. Nově se také začínají využívat i QR kódy, kdy lidé, kteří mají vhodný mobilní telefon si nafocení QR kódů mohou zobrazit informace o dané místní atraktivitě.

Jak uvádí jeden z respondentů: „*Nejlepší propagace kulturní akce je, pokud nabízíme něco zdarma, často proto bývají kulturní akce pořádány bez nároku na vstupné.*“

### **Spolupráce se subjekty v oblasti CR**

Téměř všechny obce patřící do mikroregionu Staroměstsko spolupracují pouze se subjekty jako je mikroregion Staroměstsko a místními akčními skupinami působící na území mikroregionu, a to jsou MAS Severní Chřiby a Pomoraví, MAS Staroměstsko a MAS Buchlov.

V několika málo případech spolupracují s místními podnikateli. Jedním z významných místních podnikatelů zapojujících se do rozvoje cestovního ruchu je Kovosteel, který provozuje i jednu významnou turistickou atraktivitu KOVOZOO. Dále pak jsou to místní podnikající obyvatelé převážně v oblasti gastronomie. Někteří podnikatelé, místní kulturní akce, nepodporují obce pouze hmotnými dary, ale také i v podobě finančních prostředků, které ovšem nejsou nijak objemné. Jedná se i dary do deseti tisíc korun, poskytované formou sponzoringu, tak i formou donátorství

### **Návštěvnost obce/regionu**

Z výzkumu vyplývá, že celková návštěvnost mikroregionu je poměrně vysoká, jelikož zde vede mnoho cyklostezek a cykloturistika se stále rozvíjí a je mnohem více žádaná. Lidé jezdí za různými atraktivitami, jako je např. zámek Ořechov či vinné sklepy v Polešovicích. Bohužel však návštěvnost je monitorována ze strany obcí pouze pro účely zpracování zpráv, které obce zpracovávají v rámci udržitelnosti rozvoje. Návštěvnost se monitoruje jen u těch atraktivit, které byly vystavěny z dotací Evropské Unie. Jedná se hlavně o monitorování průjezdnosti cyklistů na cyklostezce kolem Bařova kanálu a dále pak návštěvnost náměstí Velké Moravy.

## **6.2 Analýza implementace konceptu destinačního managementu v Mikroregionu Staroměstsko**

Po následném zhodnocení realizovaného výzkumu bylo zjištěno, že prvky destinačního managementu jsou v mikroregionu využity naprosto minimálně, s minimální znalostí zúčastněných. V současnosti Mikroregion Staroměstsko nemá žádné zaměstnance, z čehož vyplývá, že nemůže být dostatečně zajištěn především po stránce kvalitního chodu mikroregionu.

Mnoho obcí využívá propagaci obce, která byla již vytvořena od předchozího vedení obce, kde se projevuje jen velmi malá známka inovace. A zároveň obce se nepodílejí na tvorbě produktů cestovního ruchu, pouze mohou vyzvednout produkty, které vytvářejí místní drobní podnikatelé. Z toho vyplývá, že obce se podílí pouze na propagaci, nikoli však na jakémkoliv řízení cestovního ruchu v obci.

Zároveň členové mikroregionu Staroměstsko by uvítali větší zájem ze strany turistů, bohužel však nemají v obci dostatečné množství atraktivit, nebo chybí finance např. na výstavbu cyklostezek, které by turisty do obce přivedly.

### **6.3 Hodnocení implementace konceptu destinačního managementu v Mikroregionu Staroměstsko**

Pro další rozvoj Mikroregionu Staroměstsko je třeba zvážit vytvoření nových pracovních míst, na které budou vybráni kvalifikovaní pracovníci, kteří budou schopni podpořit a vyzvednout přednosti mikroregionu. Jedná se o jeden velmi důležitý prvek, který je velmi důležitým předpokladem pro správně fungující mikroregion.

Jak už bylo zmíněno v diplomové práci, mikroregion disponuje velmi kvalitními atraktivitami cestovního ruchu, takže je třeba je vyzdvihnout prostřednictvím propagace a tvorby produktů cestovního ruchu.

Mikroregion má také zpracovanou Strategii rozvoje cestovního ruchu Mikroregionu Staroměstsko, která již bohužel je také pouze prvním a jediným vydáním. Mikroregion by se měl soustředit na stále se vyvíjející společnost, která má jiné požadavky, než ty, které měla např. před 15 lety, kdy byl Mikroregion Staroměstsko založen.

## 7 SWOT ANALÝZA

Na základě vyhodnocení výzkumu je možné definovat silné stránky, slabé stránky, příležitosti a hrozby, dle kterých bude vypracována SWOT analýza. Právě SWOT analýza pomůže zhodnotit aktuální situaci, ve které se mikroregionu nachází. Představí prvky, na kterých je třeba zapracovat a také prvky ze kterých by měl mikroregionu čerpat.

Tabulka 2 SWOT analýza

<b>Vnitřní analýza</b>	<b>Silné stránky:</b>	<b>Slabé stránky:</b>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Součást regionu Slovácko</li> <li>- Cyklostezky</li> <li>- Velký počet spolků aktivních v oblasti kultury a rozvoje cestovního ruchu</li> <li>- Podpora obcí v oblasti cestovního ruchu z podnikatelského sektoru</li> <li>- Vodní doprava</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Nedostatečné personální zajištění mikroregionu</li> <li>- Velké množství místních kulturních akcí</li> <li>- V některých obcích upadající zájem o místní kulturní akce</li> <li>- Nedostatečná spolupráce obcí s mikroregionem či MAS</li> <li>- Obce neprovádí žádnou nebo minimální analýzu návštěvnosti</li> </ul>
<b>Vnější analýza</b>	<b>Příležitosti:</b>	<b>Hrozby:</b>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Bařův kanál</li> <li>- Historie</li> <li>- Podpora mikroregionu ze strany regionu Slovácko</li> <li>- Podpora ze strany centrály cestovního ruchu Východní Morava</li> <li>- Pořádání nových a obnova tradičních kulturních akcí</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Velikost mikroregionu</li> <li>- Atraktivita okolních mikroregionů</li> <li>- Neochota lidí platit za kulturu</li> <li>- Vzájemná konkurence místních spolků při získávání publika, sponzorů i donátorů</li> <li>- Počasí</li> </ul>

Zdroj: vlastní

## 7.1 Silné stránky

Do silných stránek mikroregionu Staroměstsko je možné jednoznačně zařadit skutečnost, že mikroregion je součástí regionu Slovácko. Slovácko je velmi bohatým regionem jak na památky, tak i na místní kulturu a tradice. Turisté, kteří zavítají na památky v regionu Slovácko, často turisté zavítají i na památky či jiné atraktivity mikroregionu Staroměstska.

Další velmi významnou silnou stránkou mikroregionu jsou bezesporu cyklostezky protínající mikroregion. Jedná se o poměrně hustou síť cyklostezek. Jedna z hlavních cyklostezek vede kolem Baťova kanálu, na kterou navazují další místní, např. vinné stezky. Pro mikroregion jsou tyto cyklostezky významné z toho důvodu, že přivádějí do mikroregionu turisty. Jelikož v současnosti je cykloturistika velmi oblíbeným druhem turismu. Zároveň pokud se cyklisté vydají na delší trasy, tak vyhledávají v mikroregionu ubytování, což přináší do místa více financí.

Další silnou stránkou mikroregionu je velký počet spolků v jednotlivých obcích. V současnosti se spolky rozrůstají a je stále více obyvatel, kteří se chtějí zapojit do spolkové činnosti. Jelikož se spolky podílejí na tvorbě a tradici místní kultury, tak se zároveň podílejí na rozvoji cestovního ruchu regionu.

Následující silná stránka je podpora obcí v oblasti cestovního ruchu z podnikatelského sektoru. Jedná se o velmi podstatný prvek, jelikož místní podnikatelé jsou velkou podporou obcí či mikroregionu. Ať už osobně, vlastní činností, či finančně formou sponzoringu nebo donátorství, přispívají místním kulturním akcím, které přitahují do obce turisty. Nebo vlastní jakékoliv gastronomické či ubytovací zařízení, kde se můžou turisté ubytovat. Dále se může jednat o prodej či pronájem různého zboží. Např. jak vyplývá z výzkumu, jedná se například o prodejny cyklistických potřeb, půjčovny lodí.

Poslední a neméně významná silná stránka mikroregionu Staroměstsko je vodní doprava. Jelikož mikroregionem protéká řeka Morava a vede tudy i Baťův kanál. Vodní doprava je využívána pouze pro turistické účely. Ale ze strany turistů je o tento druh dopravy velký zájem. Na Baťově kanále se konají vyhlídkové plavby, plavby s hudbou, dokonce je možné uspořádat na lodi různé společenské události, svatby.



## 7.2 Slabé stránky

Slabé stránky zahrnují nedostatečné personální zajištění mikroregionu. Především proto, že mikroregion nemá téměř žádné zaměstnance a tím pádem se nemůže ani dostatečně podílet na samotném chodu mikroregionu. Proto byl mikroregion hodnocen členskými obcemi jak nefungující. Činnosti zastávají zaměstnanci města Staré Město, bohužel však na tyto činnosti nemají dostatek času, aby tyto činnosti mohli vykonávat naplno.

Za jednu ze slabých stránek je možné považovat i velké množství místních kulturních akcí, jelikož z uskutečněného výzkumu vyplynulo, že velké množství místních kulturních akcí, má za následek, že množství turistů stagnuje či dokonce upadá. Jednotlivé místní kulturní akce si vzájemně konkurují, což by mohlo působit dojmem, že by se mohlo jednat o kladnou stránku mikroregionu, jelikož konkurence vyvolává potřebu inovace, ale např. na Slováckých hodech s právem, je třeba dodržovat tradice, takže zde není prostor pro inovace, aby přitáhly turisty místních kulturních akcí možné novinky.

Další slabou stránkou mikroregionu je, že v některých obcích je upadající zájem o místní kulturní akce. Ať už ze strany místních obyvatel, které se podílejí na realizaci těchto kulturních akcí, nebo těch, kteří se jich účastní jako diváci. Bohužel s tím je i spojený fakt, že poloprázdné ulice při Fašanku či Slováckých hodech nepřitáhnou turisty.

Jednou s poměrně důležitých slabých stránek mikroregionu je nedostatečná spolupráce obcí s mikroregionu či MAS. Je to proto, že mikroregion nenabízí žádné výzvy, kterých by mohli starostové členských obcí využít pro rozvoj cestovního ruchu v jejich obci. Mikroregion pouze nabízí obcím prezentaci na veletrzích, čehož některé obce rádi využívají.

Poslední zmíněnou slabou stránkou mikroregionu je skutečnost, že obce neprovádějí žádnou nebo jen minimální analýzu návštěvnosti. Nemohou tak hodnotit vývoj návštěvnosti obce. Zároveň při poklesu návštěvnosti nemohou pořádat různé kulturní akce, které by návštěvnost mohly znovu obnovit. Obce pouze monitorují návštěvnost u projektů, které byly financovány dotacemi. U těchto projektů je jejich monitoring vyžadován po dobu pěti let vzhledem k udržitelnosti projektu.

### 7.3 Příležitosti

Mikroregion Staroměstsko má poměrně dost příležitostí, které může uchopit a dále na jejich základě více rozvíjet cestovní ruch. První velmi významnou příležitostí mikroregionu je bezesporu Bařův kanál. Bařův kanál je velmi významná atraktivita nejen v mikroregionu Staroměstsko. Je významný ať už pro jeho historii, jako vodní cesta, nebo kolem Bařova kanálu vedou cyklostezky, a také okolní fauna a flóra. Z toho vyplývá, že Bařův kanál je významnou příležitostí k rozvoji cestovního ruchu mikroregionu.

Další příležitostí je historie mikroregionu. Jeho historie je velmi bohatá, především se jedná o Velkou Moravu, husity a kláštery. Ze všech těchto historických aspektů je možné čerpat inspiraci pro tvorbu produktu cestovního ruchu.

Následujícími příležitostmi jsou podpora ze strany regionu Slovácko či Centrály cestovního ruchu Východní Morava. Tato podpora je představována prezentací mikroregionu jakou součástí regionu Slovácko. V případě, když turisté zavítají do regionu za jinými atraktivitami, zavítají i do mikroregionu.

Poslední příležitostí je pořádání nových a obnova tradičních kulturních akcí, které mohou přitáhnout do mikroregionu více turistů. Které může přitáhnout například nové pojetí tradičních kulturních akcí.

### 7.4 Hrozby

Hrozby pro mikroregion nejsou moc příznivým pojmem, ale pokud je mikroregion schopen tyto hrozby definovat, může se těmto hrozbám pokusit co nejlépe vyvarovat nebo naučit se s nimi pracovat.

První hrozbou, která z výzkumu vyplývá, je velikost regionu. Jedná se o to, že mikroregion je příliš velký a velmi různorodý, takže se mikroregion nemůže soustředit pouze na konkrétní prvky. Protože mikroregion zahrnuje jak část Chřibů, tak i Bařův kanál, také vinohrady a vinařské oblasti. Naopak může mít široké využití pro velké množství turistů.

Další hrozbou mikroregion je skutečnost, že v okolních mikroregionech je spousta jiných atraktivit. Jedná se například o hrad Buchlov, Zámek Buchlovice, Zámek a pod-

zámecká zahrada v Kroměříži či květná zahrada v Kroměříži, atraktivita města Uherské Hradiště a blízkého okolí a další.

Další velmi významnou hrozbou, která vyplynula z uskutečněného výzkumu je neochota lidí platit za kulturu. Jedná se o fakt, že lidé daleko častěji se zúčastní místních kulturních akcí, které nemusí zaplatit. V případech kdy se vybírá vstupné, tak zájem o místní kulturní akce upadá.

Další hrozba vyskytující se v mikroregionu se vzájemná konkurence místních spolků, které se snaží získat publikum, sponzory či donátory. Těchto spolků je v každé obci mnoho a publikum, sponzoři i donátoři je omezené množství. Jednak proto, že jednotlivé akce se mohou překrývat a také proto, že lidé mají i jiné zájmy, než se účastnit místních akcí.

Poslední hrozbou je počasí. Počasí je velmi nevyzpytatelné avšak může velmi zásadně ovlivnit návštěvnost místních kulturních akcí, tak i turistických aktivit. Pro mikroregion je velmi významná cykloturistika, ale když je deštivo, tak cyklisté na výlet nevyrazí.

Tabulka 3 Tabulka SWOT analýzy

<b>Silné stránky</b>	Váha	Hodnocení	
Součást regionu Slovácko	0,3	4	1,2
Cyklostezky	0,4	5	2
Velký počet spolků	0,05	3	0,15
Podpora obcí podnikateli	0,05	2	0,1
Vodní doprava	0,2	4	0,8
<i>Součet</i>	1		<b>4,25</b>
<b>Slabé stránky</b>			
Nedostatečné množství personálu	0,25	-4	-1
Velké množství kulturních akcí	0,1	-2	-0,2

Menší zájem o kulturní akce	0,2	-4	-0,8
Nedostatečná spolupráce	0,3	-3	-0,9
Malá nebo chybějící analýza	0,15	-3	-0,45
<i>Součet</i>	1		<b>-3,35</b>
<b>Příležitosti</b>			
Bařův kanál – cykloturistika	0,5	5	2,5
Historie	0,05	4	0,2
Region Slovácko	0,2	3	0,6
Centrála cestovního ruchu Vých. Morava	0,15	3	0,45
Obnova tradičních kulturních akcí	0,1	2	0,2
<i>Součet</i>	1		<b>3,95</b>
<b>Hrozby</b>			
Velikost mikroregionu	0,05	-3	-0,15
Atraktivita okolních mikroregionů	0,5	-3	-1,5
Neochota lidí platit za kulturu	0,2	-4	-0,8
Vzájemná konkurence místních spolků	0,15	-2	-0,3
Počasí	0,1	-1	-0,1
<i>Součet</i>	1		<b>-2,85</b>
<b>Interní</b>			0,9
<b>Externí</b>			1,1
<b>Celkem</b>			<b>2</b>

*Zdroj: vlastní*

Pro grafické zpracování SWOT analýzy byly nejprve vyjmenovány silné stránky, slabé stránky, příležitosti a hrozby, kterým bylo přiřazeno hodnocení určující, které položky jsou pro mikroregion nejvíce důležité a které nejméně. Zároveň každé položce byla přiřazena její váha. U jednotlivých položek se vynásobí váha a její hodnocení a získané výsledky se v každé kategorii sečtou. Později se tyto výsledky porovnají a to kategorií externí a interní analýza.

Tabulka níže je pouze pomocnou tabulkou, ve které jsou zaznamenány součty jednotlivých kategorií, aby bylo možné veškeré zmíněné skutečnosti zakreslit do matice příležitostí a rizik.

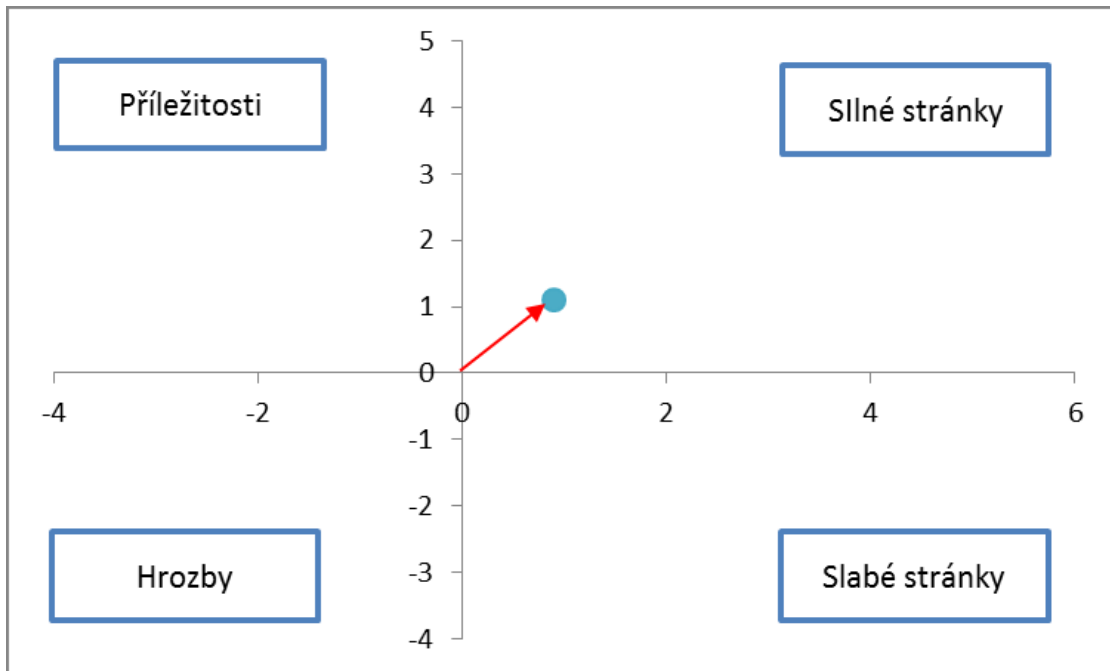
*Tabulka 4 Tabulka pro tvorbu matice příležitostí a rizik*

	x	y
Příležitosti	0	0
	0	3,95
Hrozby	0	0
	0	-2,85
Silné stránky	0	0
	4,25	0
Slabé stránky	0	0
	-3,35	0
<b>Celkem</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
	<b>0,9</b>	<b>1,1</b>

*Zdroj: vlastní*

Z výše uvedené tabulky bylo možné následně v programu Microsoft Office Excel zhotovit matici příležitostí a rizik zobrazující výsledek SWOT analýzy.

Výsledek analýzy vychází v kladných číslech, kdy míra rizika se nachází pod hranicí vysokého rizika, tedy v riziku nízkém a míra příležitostí vychází též kladně. Tedy i přes to, že mikroregion má značné rezervy, lze konstatovat, že je na dobré cestě k úspěchu.



Obrázek 28 Matice příležitostí a rizik

Zdroj: vlastní

## **8 PROJEKT IMPLEMENTACE VYBRANÉHO PRVKU DESTINAČNÍHO MANAGEMENTU V MIKROREGIONU STAROMĚSTSKO**

Jedním ze základních problémů vyplývajících ze semistrukturovaného rozhovoru a SWOT analýzy je skutečnost, že mikroregion nedisponuje zaměstnanci, kteří by vykonávali činnosti spojené s destinačním managementem mikroregionu. Proto základním prvkem, který by se měl při rozvoji destinačního managementu vytvořit, by měla být Regionální organizace destinačního managementu Mikroregionu Staroměstsko. Jejím cílem by bylo řízení cestovního ruchu v mikroregionu co nejjednodušeji, funkčně a aby byl maximálně využit turistický potenciál mikroregionu za účelem zvýšení návštěvnosti.

Dále se tato část diplomové práce se bude zabývat tvorbou produktu cestovního ruchu tedy vytvořením návrhů, které by měly pomoci mikroregionu nalákat více turistů. Vytvořené projekty budou takové, aby přilákaly více turistů a také aby zabezpečily mikroregionu více akcí a příležitostí. Celý koncept se bude týkat nejrozšířenějších atraktivit mikroregionu. Bude zahrnovat jak vinařství, tak cykloturistiku a přírodní atraktivitu a především bude věcí novou pro aktuální cestovní ruch v mikroregionu. Je třeba především vytvořit nový koncept, který může množství turistů v mikroregionu jen pozvednout.

### **8.1 Agroturistika**

Jednalo by se především o vytvoření nové formy cestovního ruchu, kterou mikroregion v současnosti nenabízí, a to je agroturistika. Šlo by vytvoření nové farmy, která by byla určena především pro turistické účely. Byla by lokalizována v obci Ořechov, která by byla pro tyto účely vhodná. Agroturistika by se neorientovala pouze na oblast života na farmě, spojení s prohlídkou domácích zvířat, jako jsou slepice, prasata, kráva, koně, které by bylo možné i poklidit, ale také by se jednalo o činnosti spojené s vinařstvím a vinohradnictvím, jelikož je tato oblast tímto poměrně proslulá. V rámci pobytu byly i naplánovány i cyklo-výlety, aby byl využit potenciál místních cyklostezek. Na farmě by bylo možné i vypůjčit kola.

Jednalo by se o aktivní sedmidenní dovolenou spojenou s pobytem na farmě. Skupiny od dvou do deseti lidí by přijeli a po ubytování, která by proběhlo v odpoledních hodi-

nách, by se setkali s místním farmářem, který by je po celé farmě provedl, vysvětlil by jim chod na farmě a také by jim sdělil možnost, že si mohou vyzkoušet jednotlivá zvířata poklidit. Následující den by turisté měli na programu běžné činnosti života na farmě. Třetí den by si turisté vyzkoušeli činnosti spojené s vinařství a vinohradnictvím. Ráno třetího dne by se setkali s vinařem, který by s turisty dojel na vinohrad, kde by jim představil odrůdy, které pěstuje a jejich typické vlastnosti. Dále by si turisté vyzkoušeli práci, která se na vinici provádí, kde aktuálního období. Po obědě, který by byl připraven v místní Restauraci u Terky, se turisté přesunou k místnímu vinaři, kde si proběhne prohlídka sklepa spojená s degustací vína. Čtvrtý den by turisté pomohli v dopoledních hodinách opět na farmě, zároveň by byla možnost vyzkoušet si upéct Slovácké báleše, či jiné místní speciality a odpoledne by mohli vyrazit na prohlídku místního zámku Ořechov. Pátý den by byla možnost půjčit si na farmě kola a vyrazit do okolí po Moravské vinné stezce vedoucí přes Polešovice, Tučapy do Boršic, kde budou mít možnost navštívit sirnaté lázně na Smradavce a pak pokračovat přes Buchlovice, Tupesy a Zlechov do Starého Města, kde budou mít možnost turisté shlédnout Památník Velké Moravy, archeologické vykopávky Špitálky a pokračovat dál kole slepých ramen řeky Moravy přes Kostelany nad Moravou, kde budou mít možnost turisté shlédnout nýtovaný moct, dále přes Nedakonice a Polešovice zpět do Ořechova. Šestý den by probíhal více v poklidu, kdy by si turisté s farmářem udělali výlet na koních, na rozhlednu Doubí, která se nachází severně od obce Ořechov. Odtud by pokračovali na rozhlednu Floriánka, která se nachází severovýchodně od obce Vážany a poté by se vrátili zpět do obce. Sedmý den v dopoledních hodinách by byl plánovaný odjezd turistů z farmy.

Celkového pobytu by měl především příjem farmář, který by poskytoval turistům ubytování, částečně stravu a také částečné vyžití po čas dovolené. Zároveň by měl příjem za půjčení kol. Zároveň však by plynul příjem místnímu vinaři za jím zařízený „Den s vinařem“ a další, jako je zámek Ořechov, či místní restaurace. Zároveň tak z agroturistiky plyne zvýšení prestiže obce a tím přilákání většího počtu turistů, se kterým souvisí i zvýšení útraty u místních obchodníků a tím i zvýšení příjmu obce na daních. Účastníci agroturistiky v obci mohou také předat své zážitky svým známým a tím podpořit návštěvnost obce.

Bohužel i přes to, že v případě uskutečnění tohoto projektu je velká pravděpodobnost zvýšení návštěvnosti a prestiže obce, bohužel finance obci z tohoto projektu přímo ne-



plynou. Proto není ani možné tyto přínosy vyčíslit. Zároveň pak náklady obce na tvorbu tohoto projektu by byly zcela minimální. Jednalo by se pouze o podporu obce.

## 8.2 Naučná stezka slepými rameny řeky Moravy

Jak už bylo zmíněno výše, jsou slepá ramena řeky Moravy velmi zajímavou přírodou a je zde také rozmanité množství ptactva a i dalších zvířat. V tomto projektu se jedná o vybudování trasy, na které se bude moci turista dovědět mnoho informací o místní fauně a flóře. U vyznačené trasy by byly informační tabule. Tato stezka má 4,7 km, na které by bylo umístěno 12 informačních tabulí s popisem a kvízovou otázkou.

Mezi návštěvníky by nebyli jen turisté, ale také místní, kteří neznají toto okolí mrtvých ramen řeky Moravy. Rozhodně by si odtud každý odnesl nějaké nové informace. V případě velkého zájmu turistů bylo by možné trasu rozšířit až na slepá ramena v katastru obce Huštěnovice.



*Obrázek 29 Trasa naučné stezky slepými rameny řeky Moravy*

*Zdroj: vlastní zpracování za pomoci Google Earth*

Na informačních tabulích by byly fotografie a popis rostlin a živočichů, které se v dané lokalitě nacházejí. Tabule by zároveň obsahovali kvíz, který by podněcoval zvědavost návštěvníků. Na každé tabuli by byla jedna otázka týkající se místních zajímavostí a odpověď by byla až na další tabuli nacházející se na vyznačené stezce. Jednotlivé tabule by byly očíslovány, aby návštěvníci věděli, zda na trase nějakou nevynechal.

Následující obrázek představuje návrh již zmíněné informační tabule, podle které, by mohly být vytvořeno všech 12 informačních tabulí na trase.



### Slepá ramena řeky Moravy 1

Nejcennější fragmenty přírody se uchovaly ve slepých ramenech v katastru obce Babice a jejich nejbližším okolí. Slepá ramena leží mezi řekou Moravou a Baťovým kanálem.

č. 1: Které ryby žijí v místních ramenech řeky Moravy?

- a\ velryba, delfín, klaun
- b\ sumec, kapr, štika
- c\ žralok, pstruh, úhoř

Obrázek 30 Návrh informační tabule

Zdroj: vlastní zpracování

Hlavním přínosem projektu je přispění ke zvýšení informovanosti místních i turistů o přírodních zajímavostech, které se v místě nacházejí. Jedná se o mnoho rostlin a živočišných druhů, o kterých i místní nemají ani povědomí. Dalším přínosem, za kterým byl i projekt navržen je předpokládaný nový příliv turistů do destinace.

### 8.2.1 Časová analýza

Časový plán projektu bude závislý na délce jednotlivých činností týkajících se projektu. Jedná se o tvorbu projektu, schválení projektu, tvorba rozpočtu obce, schválení rozpočtu. Je třeba vytvořit projekt na vybudování naučné stezky, který by měl být schválen zastupitelstvem. Po jeho schválení je třeba zapracovat náklady na projekt do rozpočtu obce.

Jakmile zastupitelstvo schválí projekt, tak na základě výběrového řízení bude vybráno grafické studio a následně dodavatelská firma na výrobu informačních tabulí. Grafické studio poskytne alespoň tři návrhy podoby informačních tabulí, ze kterých bude následně zastupitelstvo opět vybírat a schvalovat jejich konečný vzhled. Grafické studio má na tvorbu návrhu informačních tabulí stanovenou dobu 30 dnů s maximální časovou rezervou sedm dní, pro případ, že se tvorba z jakéhokoliv důvodu opozdila. Dále zastupitelstvo na svém zasedání zvolí jeden z předložených návrhů studií. Pro případ, že by kdokoliv z řad zastupitelstva měl připomínky a zastupitelstvo žádný návrh nevybralo, je ponechána časová rezerva dva týdny.

Okamžitě po schválení návrhu může již vybraná dodavatelská firma s výrobou informačních tabulí. Výroba těchto tabulí je stanovena na 41 dnů s časovou rezervou 10 dnů. Po dokončení tabulí by následovala jejich konečná montáž, na kterou jsou vymezeny 6 dny, z toho 4 jako časová rezerva, pro případné komplikace při montáži, nebo při nepříznivém počasí. V neděli 1. dubna 2018 by byla naučná stezka slepými rameny řeky Moravy slavnostně otevřena.

*Tabulka 5 Časový harmonogram projektu*

Akce	Začátek	Konec	Rezerva
Zpracování projektu	1. 10. 2017	24. 11. 2017	14 dnů
Předložení projektu zastupitelstvu ke schválení	11. 12. 2017	11. 12. 2017	-
Schválení rozpočtu	11. 12. 2017	11. 12. 2017	-
Zadání grafického návrhu tabulí	13. 12. 2018	12. 1. 2018	7 dnů
Výběr grafického návrhu	19. 1. 2018	19. 1. 2018	14 dnů

Výroba informačních tabulí	2. 2. 2018	16. 3. 2018	10 dnů
Montáž informačních tabulí	26. 3. 2018	28. 3. 2018	4 dny
Slavností otevření	1. 4. 2018	1. 4. 2018	-

*Zdroj: vlastní zpracování*

### 8.2.2 Nákladová analýza

Prvními náklady projektu jsou náklady na zpracování projektu externí firmou ve výši 56 tisíc korun. Dalšími náklady jsou zpracování grafických návrhů ve výši 15 tisíc korun, které budou zaplacený po předložení návrhů grafickou firmou. Náklady na pořízení dvanácti informačních tabulí s potiskem jsou předpokládány asi na 135 tisíc korun českých. Předpokládaná cena na jednu tabuli je tedy 11 250 korun. Montáž těchto tabulí a označení trasy obstarají zaměstnanci obce a náklady na jejich mzdy činí 7 500 Kč.

Propagace projektu bude prostřednictvím webových stránek a informačních letáků a brožur, které budou k dostání v informačních centrech v okolí naučné stezky a na veletrzích cestovního ruchu, kterých se mikroregion Staroměstsko účastní. Náklady na informační letáky a brožury jsou předpokládány ve výši 5 tisíc korun.

*Tabulka 6 Shrnutí nákladů projektu*

Akce	Náklady (Kč)
Zpracování projektu	56 000
Grafické zpracování návrhů	15 000
Pořízení informačních tabulí s potiskem	135 000
Montáž tabulí a označení trasy (personál)	7 500
Propagace	5 000
<b>Celkem</b>	<b>218 500</b>

*Zdroj: vlastní zpracování*

Celkové náklady projektu jsou předpokládány ve výši 218 500 Kč. V závislosti od grafického zpracování návrhů a od použitých materiálů při tvorbě informačních tabulí a způsobu označení trasy se může celková cena projektu lišit. Proto by měla být schválená částka z rozpočtu obce ve výši 240 000 Kč.

Návratnost projektu je poněkud dlouhodobější a to především proto, že se jedná o naučnou stezku, na které nebude vybíráno vstupné, ale v případě konání jakýchkoliv akcí například znalostní akce související s naučnou stezkou, je zde pravděpodobnost výběru zápisného na tyto akce.

### 8.2.3 Riziková analýza

Neexistuje projekt, který by nebyl ohrožen mnoha riziky. Tyto rizika se mohou projevit v jakékoliv části projektu, ať už se jedná o jeho plánování, či jeho samotnou realizaci. Jedny z nejčastějších rizik jsou rizika finanční, rizika související s výběrem lidských zdrojů a materiální rizika.

*Tabulka 7 Rizika projektu*

Riziko	Váha rizika (0 – 5)	Pravděpodobnost rizika (0 – 1)	Hodnota rizika	Prevence
<b>Finanční</b>				
Nedostatek finančních prostředků	5	0,2	1	Kvalitní analýzy rozpočtu obce, zajištění financí z dotačních programů.
Nedodržení rozpočtu	4	0,4	1,6	Volba odpovědného pracovníka, který bude dohlížet na čerpání financí.
Nekvalitní sestavení rozpočtu	4	0,3	1,2	Sestavení a zajištění vyšší finanční rezervy.

<b>Spojené s akcemi</b>				
Počasí	5	0,5	2,5	Počasí není možné ovlivnit. Při venkovních akcích je nutné se počasí přizpůsobit.
Nedostatek návštěvníků	4	0,3	1,2	Kvalitní propagace produktu cestovního ruchu. Správné nastavení cen.
Špatná organizace	3	0,1	0,3	Zvolení zkušeného a proškoleného pracovníka.
<b>Spojené s tvorbou projektu</b>				
Nevhodný výběr dodavatele	4	0,3	1,2	Zjištění referencí dodavatele na webových stránkách.
Nekvalitní materiál informačních tabulí	3	0,3	0,9	Výběr kvalitního dodavatele.
Nekvalitní potisk informačních tabulí	4	0,2	0,8	Výběr kvalitního dodavatele.

*Zdroj: vlastní zpracování*

Největším rizikem dle výše zpracované tabulky je bezesporu počasí. Toto riziko je však neovlivnitelné a jediným řešením v případě nepříznivého počasí přeložit akci na jiný termín. Druhým největším rizikem je s větším rozestupem (v hodnotě rizika) nedodržení rozpočtu. Na začátku projektu by měl být stanoven odpovědný pracovník, který by hlídal čerpání financí ze stanoveného rozpočtu. V případě kvalitního výběru a vhodného nastavení pravidel, by nedodržení rozpočtu nemělo nastat.

Jako třetí největší riziko, které by mohlo při tvorbě projektu vzniknout, byla vyhodnocena tato rizika: nekvalitní sestavení rozpočtu, nedostatek návštěvníků a nevhodný vý-

běr dodavatele. Řešením pro nekvalitní sestavení rozpočtu by mělo být nastavení vyšší rezervy v rozpočtu. V případě rizika nedostatku návštěvníků je neúčinnějším řešením propagace a tvorba speciálních akcí, které by měly návštěvníky přilákat. Mohlo by se jednat např. jen o různé slevové akce, nebo vytvoření soutěže pro děti i dospělé. Předcházení rizika nevhodného dodavatele je třeba více prostudovat nejen jeho finanční nabídku na daný požadavek, ale prostudovat recenze dodavatele, a pokud by to bylo možné i jejich předchozí dodávky a případně se i na jejich práci podívat.

Čtvrtým největším rizikem je nedostatek finančních prostředků. V případě nedostatku je třeba uskutečnit kvalitní analýzu rozpočtu obce, aby bylo možné vyčlenit pro projekt co nejvíce potřebných finančních prostředků. V případě, že by byly vypsány výzvy z dotačních programů, zažádat o tyto dotace, některé z těchto dotací mohou pokrýt až 70 % z ceny projektu. Téměř stejná rizika s téměř stejným hodnocením je nekvalitní materiál informačních tabulí a nekvalitní potisk těchto tabulí mají jedna společné řešení a to je vhodný výběr dodavatele. A toto riziko bylo již zmíněno výše i jeho vhodné řešení. Jako nejmenší riziko bylo analýzou určena špatná organizace. Zaměstnanci podílející se na tvorbě více akcí jsou zkušení a mohou výrazně pomoci při zviditelnění akce. Při organizaci akce mohou pomoci i spolky vyskytující se v obci.

## ZÁVĚR

Diplomová práce řešila otázku destinačního managementu v Mikroregionu Staroměstsko. První část práce definovala prostřednictvím metody literárních rešerší teoretická východiska, na základě kterých byla dále vypracována analytická a návrhová část. Cílem analytické části bylo zhodnocení současného stavu destinačního managementu v Mikroregionu Staroměstsko a na základě těchto skutečností dále navržení projektu, který by napomohl zvýšení návštěvníků v mikroregionu. V praktické části byly využity metody socioekonomické analýzy a SWOT analýzy, která zhodnotila poznatky vyplývající z realizovaných semistrukturovaných rozhovorů se zástupci členských obcí mikroregionu.

Mikroregion Staroměstsko má velký turistický potenciál, a proto je třeba jej správně uchopit a využít všechny jeho možnosti. Proto by měla být vytvořena regionální organizace destinačního managementu, která by pracovala s těmito výhodami, které mikroregion nabízí. Jedná se o velmi rozsáhou síť cyklostezek a rozvinuté vinařství a opravdu rozsáhlý tradiční folklór. Jedná se o vinařské cyklostezky, např. Moravská vinná stezka, nebo například Uherskohradištská cyklostezka. Turisticky velmi atraktivní jsou vinné sklepy nacházející se v městyse Polešovice. Spolky v jednotlivých obcích, které se folklóru věnují, mají v současnosti mnohem více členů, než tomu tak bylo dříve. Další velmi významný prvek je historie mikroregionu, jelikož je doloženo archeologickými výzkumy, že se zde rozkládala Velká Morava. Velkým potenciálem nejen řešeného mikroregionu je bezesporu Bařův kanál, který je hojně využitý pro turistické účely. Na základě těchto mnoha kladných možností, jak trávit volný čas, je možné vytvořit různé programy, které mohou provázat téměř všechny obce a tím přivést turisty i do odlehlějších obcí mikroregionu.

Negativem mikroregionu vyplývající z provedených rozhovorů, které je především minimální fungování mikroregionu a s tím i spojené nedostatečné uchopení destinačního managementu, to může mít za následek nedostačující povědomí turistů o všech jeho atraktivitách. Proto by bylo vhodné vytvořit regionální organizaci destinačního managementu, která by všechny tyto přednosti mikroregionu dovedla povznést a dostat do povědomí široké veřejnosti.

V případě vhodného řízení cestovního ruchu bude mikroregion jedním z velkých lákaadel pro turisty, kteří sem přinesou spoustu financí pro další rozvoj mikroregionu.



**SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY**

- BORUTA, Tomáš. 2007. *Management a marketing destinace cestovního ruchu*. Ostrava: Ostravská univerzita, 74 s. ISBN 978-80-7368-348-1.
- CAPONE, Francesco. *Tourist Clusters, Destinations and Competitiveness*. 1st ed. London: Routledge, 2016, 188 s. ISBN 978-1-315-70953-6.
- GALVAŠOVÁ, Iva, a kol. *Spolupráce obcí jako faktor rozvoje*. 1. vyd. Brno: Georgetown, 2007. ISBN 80-251-20-9.
- JAKUBÍKOVÁ, Dagmar. 2012. *Marketing v cestovním ruchu: jak uspět v domácí i světové konkurenci*. 2., aktualiz. a rozš. vyd. Praha: Grada, 313 s. ISBN 978-80247-4209-0.
- KIRALOVÁ, Alžběta a Ivo STRAKA. *Vliv globalizace na marketing destinace cestovního ruchu*. Praha: Ekopress, s. r. o., 2013. 222 s. ISBN 978-80-86929-99-6.
- KOTÍKOVÁ, Halina. 2013. *Nové trendy v nabídce cestovního ruchu*. 1. vyd. Praha: Grada, 207 s. ISBN 978-80-247-4603-6.
- PALATKOVÁ, Monika. *Marketingový management destinací*. Praha: Grada Publishing, a. s., 2011, 208 s. ISBN 978-80-247-3749-2.
- PAVLÍK, Marek. *Jak úspěšně řídit obec a region: Cíle, nástroje, trendy, zahraniční zkušenosti*. Praha: Grada Publishing, 2014, 160 s. ISBN 978-80-247-5256-3.
- PLZÁKOVÁ, Lucie a Petr STUDNIČKA. *Řízení cestovního ruchu v České republice – minulost, současnost, budoucnost*. Praha: Wolters Kluwer, 2014. 204 s. ISBN 978-80-7478-593-1.
- POKUDLA, Zdeněk. *Baťa v kostce*. Zlín: Kniha Zlín, 2014, 80 s. ISBN 978-80-7473-179-2.
- REICHEL, Jiří, 2009. *Kapitoly metodologie sociálních výzkumů*. Praha: GRADA, 192 s. ISBN 978-80-247-3006-6.
- RYGLOVÁ, Kateřina. 2009. *Cestovní ruch: soubor studijních materiálů*. Vyd. 3., rozš. Ostrava: Key Publishing, 187 s. ISBN 978-80-7418-028-6.
- RYGLOVÁ, Kateřina, BURIAN, Michal a Ida VAJČNEROVÁ. *Cestovní ruch – podnikatelské principy a příležitosti v praxi*. Praha: Grada Publishing, 2012. 216 s. ISBN 978-80-247-4039-3.

SEDLÁKOVÁ, Renáta, 2014. Výzkum médií: nejužívanější metody a techniky. 1. vyd. Praha: Grada, s. 539. ISBN 978-80-247-3568-9.

TITTELBACHOVÁ, Šárka. Turismus a veřejná správa: průniky, dysfunkce, problémy, šance: státní politika turismu České republiky: systémový přístup k řešení problémů. 1. vyd. Praha: Grada, 2011, 200 s. ISBN 978-80-247-7085-7.

VEBER, Jaromír. *Management: základy moderní manažerské přístupy výkonnost a prosperita*. Havlíčkův Brod: Management Press, s. r. o., 2009. 734 s. ISBN 978-80-7261-200-0.

WANG, Youcheng and Abraham PIZAM. *Destination Marketing and Management: Theories and Applications*. 1st ed. Oxfordshire: CABI, 2011, 202 s. ISBN 978-1-84593-762-1.

### Internetové zdroje

BARTOŠOVÁ, Hana a Jan BARTOŠ. *Management: základy teorie a praxe*. Praha: Vysoká škola regionálního rozvoje Praha, 2011. 161 s. Dostupné také z: [http://files.vsrr.webnode.cz/200000017-2c3362d2d3/SO%20-%20Management%20-%20z%C3%A1klady%20teorie%20a%20praxe%20\(Barto%C5%A1ov%C3%A1,%20Barto%C5%A1\).pdf](http://files.vsrr.webnode.cz/200000017-2c3362d2d3/SO%20-%20Management%20-%20z%C3%A1klady%20teorie%20a%20praxe%20(Barto%C5%A1ov%C3%A1,%20Barto%C5%A1).pdf)

BAŤŮV KANÁL. Baťův kanál [online]. Baťův kanál, o. p. s. © 2017 [cit.: 26. 3. 2017]. Dostupné z: <https://www.batacanal.cz/>

BORŠICE. Místní akční skupina regionu Buchlov [online]. Místní akční skupina regionu Buchlov © 2017 [cit.: 26. 3. 2017]. Dostupné z: <http://www.buchlov.cz/borsice/>

CESTOVNÍ RUCH. Systém řízení cestovního ruchu [online]. Cestovní ruch: © 2017 [cit.: 13. 3. 2017]. Dostupné z: <http://cestovnuruch.studentske.cz/2009/02/system-rizeni-cestovniho-ruchu.html>

CITITRAVEL. Cititravel [online]. Cititravel © 2016 [cit.: 16. 3. 2017]. Dostupné z: <http://www.cititraveldmc.com/en/>

COMPASS TOURS INCOMING. Compass Tours Icoming [online]. Kater Mice & Tours GmbH: © 2017 [cit.: 16. 3. 2017]. Dostupné z: <http://www.kater-dmc.de/>

ČESKÁ CENTRÁLA CESTOVNÍHO RUCHU. Česká centrála cestovního ruchu - CzechTourism [online]. Businessinfo: © 2004 [cit.: 13. 3. 2017]. Dostupné z: <http://www.businessinfo.cz/cs/clanky/ceska-centrala-cestovniho-ruchu-1344.html>

DIVIŠOVÁ, Anna. Financování mikroregionů. Brno, 2014. 25 s. Dostupné z: [http://mikroinovace.eu/wp-content/uploads/2014/07/13\\_financovani\\_mikroregionu\\_-\\_Divisova.pdf](http://mikroinovace.eu/wp-content/uploads/2014/07/13_financovani_mikroregionu_-_Divisova.pdf)

EUROVISION. Skripta na školení a vzdělávání pracovníků v cestovním ruchu. Brno: Eurovision. Dostupné z: <https://www.mmr.cz/getmedia/b4aff6ee-1f70-4bb7-bbc6-142734ba4d5d/GetFile11.pdf>

FOLKLÓR A LIDOVÉ TRADICE. Region Slovácko [online]. Region Slovácko © 2008 [cit.: 26. 3. 2017]. Dostupné z: <http://www.slovacko.cz/lokalita/6484/cms/12552/>

HISTORIE. KovoZOO [online]. KovoZOO [cit.: 27. 3. 2017]. Dostupné z: <https://www.kovozoo.cz/historie>

HUŠTĚNOVICE. Huštěnovice [online]. Huštěnovice [22. 3. 2017]. Dostupné z: <http://www.hustenovice.cz/>

INBOUND SERVICES. Inbound Services [online]. Inbound Services Hamburg: © 2015 [cit.: 16. 3. 2017]. Dostupné z: <https://www.inbound-services.com/>

INFORMACE O OBCI. Jankovice [online]. Jankovice © 2017 [cit.: 22. 3. 2017]. Dostupné z: <http://www.jankovice.cz/informace-o-obci/>

JALUBÍ. Jalubí [online]. Jalubí © 2017 [cit.: 22. 3. 2017]. Dostupné z: <http://www.jalubi.eu/>

KOSTELANY NAD MORAVOU. Kostelany nad Moravou [online]. Kostelany nad Moravou © 2017 [cit.: 22. 3. 2017]. Dostupné z: <http://www.kostelanyadmoravou.cz/>

KOŠÍKY. Region Slovácko [online]. Region Slovácko © 2008 [cit.: 26. 3. 2017]. Dostupné z: <http://www.slovacko.cz/lokalita/207/kosiky>

KUDLOVICE. Obec Kudlovice [online]. Obec Kudlovice © 2017 [cit.: 26. 3. 2017]. Dostupné z: <http://www.kudlovice.cz/>

MASARYKOVA UNIVERZITA. Vybrané kapitoly ze socioekonomické geografie České republiky. Cestovní ruch [online]. Masarykova univerzita: © 2013 [cit.: 8. 3. 2017]. Dostupné z: <https://is.muni.cz/do/rect/el/estud/pdf/js13/geograf/web/pages/08-cestovni-ruch.html>

MIKROREGION STAROMĚSTSKO. Český statistický úřad [online]. Český statistický úřad © 2017 [cit.: 20. 3. 2017]. Dostupné

z: <https://www.czso.cz/documents/10180/20537078/72070621.pdf/3739e030-dee1-4d93-8593-27fcd35c5e77?version=1.0>

MIKROREGION STAROMĚSTSKO. Mikroregion Staroměstsko [online]. Mikroregion Staroměstsko © 2008 [cit.: 17. 3. 2017]. Dostupné z: <http://www.mikroregionstaromestsko.cz/>

MIKROREGION STAROMĚSTSKO. Zlínský kraj [online]. Zlínský kraj [cit. 17. 3. 2017]. Dostupné z: <https://www.kr-zlinsky.cz/mikroregion-staromestsko-svazek-obci-pro-regionalni-rozvoj-mikroregionu-cl-2801.html>

MIKROREGIONY ZLÍNSKÉHO KRAJE. Český statistický úřad [online]. Český statistický úřad © 2006 [cit. 26. 3. 2017]. Dostupné z: <https://www.czso.cz/csu/czso/mikroregiony-zlinskeho-kraje-2005-n-t0mu71go7e>

MINISTERSTVO VNITRA ČR. Mikroregiony a místní akční skupiny [online]. Ministerstvo vnitra České republiky: © 2017 [cit.: 11. 3. 2017]. Dostupné z: <http://www.mvcr.cz/clanek/mikroregiony-a-mistni-akcni-skupiny.aspx>

MÍSTNÍ AKČNÍ SKUPIINA SEVERNÍ CHŘIBY A POMORAVÍ. MAS Severní Chřiby a Pomoraví [online]. MAS SCHP © 2017 [cit.: 26. 3. 2017]. Dostupné z: <http://masschp.cz/>

MONDIAL. Mondial makes your world go round [online]. Mondial GmbH & Co. KG: © 2016 [cit.: 16. 3. 2017]. Dostupné z: <http://tours.mondial-travel.com/en/>

NJOY SLOVAKIA. Enjoy Slovakia [online]. Enjoy Slovakia DMC.: © 2011 [cit.: 16. 3. 2017]. Dostupné z: <http://www.enjoyslovakia.com>

O BABICÍCH. Babice [online]. Babice © 2017 [cit.: 20. 3. 2017]. Dostupné z: <http://www.babice.eu/o-babicich/>

O NÁS. Centrála cestovního ruchu Východní Moravy [online]. Centrála cestovního ruchu Východní Moravy o. p. s. © 2017 [cit. 28. 3. 2017]. Dostupné z: <http://www.ccrvm.cz/doc/o-nas>

O NÁS. Místní akční skupina regionu Buchlov [online]. Místní akční skupina regionu Buchlov © 2017 [cit.: 26. 3. 2017]. Dostupné z: <http://www.buchlov.cz/o-nas/>

O NAŠÍ OBCI. Ořechov [online]. Ořechov © 2017 [cit.: 23. 3. 2017]. Dostupné z: <http://www.orechov-uh.cz/o-nasi-obci.html>

O OBCI. Boršice [online]. Boršice © 2017 [cit.: 20. 3. 2017]. Dostupné z: <http://www.borsice.cz/o-obci/>

O OBCI. Obec Tučapy [online]. Obec Tučapy [cit.: 24. 3. 2017]. Dostupné z: <http://www.tucapyuh.cz/obec/ds-1011/p1=1291>

O VÝCHODNÍ MORAVĚ. Východní Morava [online]. Východní Morava [cit.: 27. 3. 2017]. Dostupné z: <http://www.vychodni-morava.cz/doc/o-vychodni-morave>

OBEC SUŠICE. Obec Sušice [online]. Obec Sušice © 2017 [cit.: 23. 3. 2017]. Dostupné z: <http://www.obecsusice.com/>

OVATION. Ovation [online]. Ovation: © 2017 [cit.: 16. 3. 2017]. Dostupné z: <http://ovationdmc.com>

PALATKOVÁ, Monika. Prolínání destinací a destinační partnerství. Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj, 2006. 96 s. Dostupné z: [http://www.mmr.cz/getmedia/3869c784-9a21-41d7-aa4e-3ae736eccbe4/GetFile7\\_3.pdf](http://www.mmr.cz/getmedia/3869c784-9a21-41d7-aa4e-3ae736eccbe4/GetFile7_3.pdf)

POLEŠOVICE. Městys Polešovice [online]. Městys Polešovice © 2017 [cit.: 27. 3. 2017]. Dostupné z: <http://www.polesovice.cz/>

PROTOCOL. Protocol [online]. M&M Protocol © 2012 [cit.: 16. 3. 2017]. Dostupné z: <http://dmcpain.com/>

PŘEDSTAVENÍ OBCE A PAMÁTEK. Obec Tupesy [online]. Obec Tupesy © 2016 [cit.: 24. 3. 2017]. Dostupné z: <https://tuplesy.cz/predstaveni-obce-a-pamatek/>

PŘEDSTAVENÍ OBCE. Obec Zlechov [online]. Obec Zlechov © 2014 [cit.: 25. 3. 2017]. Dostupné z: <http://www.obeczlechov.cz/predstaveni-obce/>

SLOVÁCKÉ HODY S PRÁVEM. Remix [online]. Remix © 2017 [cit.: 29. 3. 2017]. Dostupné z: <http://remix.nicm.cz/slovacke-hody-s-pravem/>

SOUČASNOST OBCE. Nedakonice [online]. Nedakonice © 2017 [cit.: 23. 3. 2017]. Dostupné z: <http://www.obecnedakonice.cz/informace-o-obci/soucasnost/>

TOUR VEHICLE PREPORACIK-OLDTIMER. Visit Bratislava [online]. Capital city of Slovakia - Bratislava [cit.: 16. 3. 2017]. Dostupné z: <https://www.visitbratislava.com/services/vyhliadkove-auticko-presporacik-oldtimer/>

TOUR4U. About us [online]. TOUR4U, s.r.o.: © 2007 [cit.: 16. 3. 2017]. Dostupné z: <http://www.tour4u.sk/en/>

ÚJEZDEC. Újezdec [online]. Obecní úřad Újezdec © 2006 - 2017 [cit.: 25. 3. 2017]. Dostupné z: <http://www.ujezdec.cz/>

UNIQUE WORLD. DMC Austria Vienna [online]. Brightside Website Design: © 2014 [cit. 16. 3. 2017]. Dostupné

z: <http://www.uniqueworld.eu/conferences/dmc/destination/austria/dmcviennains>

VYSTOUPIL, Jiří, HOLEŠINSKÁ, Andrea a Martin ŠAUER. 2007. Vymezování destinace a formulace jejích charakteristik a organizace cestovního ruchu v destinaci. Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj ČR, 69 s. Dostupné z: [http://www.mmr.cz/getmedia/656473c9-3527-4007-aafd-b09f029ea418/GetFile2\\_3.pdf](http://www.mmr.cz/getmedia/656473c9-3527-4007-aafd-b09f029ea418/GetFile2_3.pdf)

ZÁKLADNÍ ÚDAJE. Staré Město [online]. Město Staré Město © 2017 [cit.: 23. 3. 2017]. Dostupné z: [http://www.staremesto.uh.cz/?page\\_id=39](http://www.staremesto.uh.cz/?page_id=39)

**SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK**

- CR Cestovní ruch.
- ČR Česká republika.
- DMO Organizace destinačního managementu.
- MAS Místní akční skupina.
- OP Operační program.
- PPP Public-Private-Partnership.
- WTO Světová organizace cestovního ruchu.

**SEZNAM OBRÁZKŮ**

<i>Obrázek 1 Schéma provázanosti sektorů cestovního ruchu.....</i>	<i>17</i>
<i>Obrázek 2 Rozdíl mezi pojetím uvedených konceptů (nahore: oborově orientovaný, dole: procesně (návštěvnický) orientovaný).....</i>	<i>21</i>
<i>Obrázek 3 Životní cyklus destinace .....</i>	<i>27</i>
<i>Obrázek 4 Způsoby financování mikroregionů.....</i>	<i>31</i>
<i>Obrázek 5 Rozdělení dotací .....</i>	<i>33</i>
<i>Obrázek 6 Presporacik-Oldtimer.....</i>	<i>44</i>
<i>Obrázek 7 Mapa Mikroregionu Staroměstsko .....</i>	<i>49</i>
<i>Obrázek 8 Znak obce Babice .....</i>	<i>51</i>
<i>Obrázek 9 Znak obce Boršice .....</i>	<i>52</i>
<i>Obrázek 10 Znak obce Huštětovice.....</i>	<i>52</i>
<i>Obrázek 11 Znak obce Jalubí .....</i>	<i>53</i>
<i>Obrázek 12 Znak obce Jankovice .....</i>	<i>54</i>
<i>Obrázek 13 Znak obce Kostelany nad Moravou.....</i>	<i>55</i>
<i>Obrázek 14 Znak obce Košíky .....</i>	<i>56</i>
<i>Obrázek 15 Znak obce Kudlovice .....</i>	<i>57</i>
<i>Obrázek 16 Znak obce Nedakonice .....</i>	<i>58</i>
<i>Obrázek 17 Znak obce Ořechov.....</i>	<i>59</i>
<i>Obrázek 18 Znak městyse Polešovice .....</i>	<i>60</i>
<i>Obrázek 19 Znak města Staré Město .....</i>	<i>61</i>
<i>Obrázek 20 Znak obce Sušice .....</i>	<i>62</i>
<i>Obrázek 21 Znak obce Traplice.....</i>	<i>63</i>
<i>Obrázek 22 Znak obce Tučapy.....</i>	<i>63</i>
<i>Obrázek 23 Znak obce Tupesy .....</i>	<i>64</i>
<i>Obrázek 24 Znak obce Újezdec .....</i>	<i>65</i>
<i>Obrázek 25 Znak obce Vážany.....</i>	<i>65</i>
<i>Obrázek 26 Znak obce Zlechov.....</i>	<i>66</i>
<i>Obrázek 27 Logo Centrály cestovního ruchu Východní Moravy.....</i>	<i>68</i>
<i>Obrázek 28 Matice příležitostí a rizik.....</i>	<i>86</i>
<i>Obrázek 29 Trasa naučné stezky slepými rameny řeky Moravy.....</i>	<i>89</i>
<i>Obrázek 30 Návrh informační tabule .....</i>	<i>90</i>



**SEZNAM TABULEK**

<i>Tabulka 1 Členské obce .....</i>	<i>50</i>
<i>Tabulka 2 SWOT analýza .....</i>	<i>79</i>
<i>Tabulka 3 Tabulka SWOT analýzy.....</i>	<i>83</i>
<i>Tabulka 4 Tabulka pro tvorbu matice příležitostí a rizik .....</i>	<i>85</i>
<i>Tabulka 5 Časový harmonogram projektu .....</i>	<i>91</i>
<i>Tabulka 6 Shrnutí nákladů projektu .....</i>	<i>92</i>
<i>Tabulka 7 Rizika projektu .....</i>	<i>93</i>

## SEZNAM PŘÍLOH

Příloha P I: Otázky k rozhovorům

Příloha P II: Informační leták Staré Město

Příloha P III: Mapa města Staré Město

Příloha P IV: Část mapky Baťova kanálu.

## **PŘÍLOHA P I: OTÁZKY K ROZHOVORŮM**

Dobrý den, mé jméno je Monika Věrná, jsem studentkou druhého ročníku navazujícího magisterského studijního programu Hospodářská politika a správa oboru Veřejná správa a regionální rozvoj na Fakultě Managementu a Ekonomicky Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně.

Pro účely zpracování mé diplomové práce Destinační management v mikroregionu Staroměstsko provádím výzkum aplikace destinačního managementu v mikroregionu Staroměstsko. Všechny otázky jsou otevřené.

Výzkum bude prováděn u více respondentů, jejichž odpovědi budou souhrnně vyhodnoceny, takže nikde nebudou uváděny konkrétní údaje o Vaší osobě.

1. Jaké cíle cestovního ruchu by podle Vás mohly charakterizovat Vaši obec/region? Uveďte alespoň 3 a pokuste se svou odpověď zdůvodnit.
2. Představte/popíšte význam cestovního ruchu v rozvoji Vaší obce/regionu a to jak z hlediska ekonomického, tak sociálního, tj. komunitního života?
3. Využívá Vaše obec/region nějaké prvky destinačního managementu (tj. propagace místa či produktu, tvorba nového produktu CR, strategické plánování destinace aj.)? Pokud ano, jaké?
4. Je možné dle Vašeho názoru do cílů cestovního ruchu zahrnout i místní kulturu? Které místní kulturní akce jsou nejvíce navštěvovány turisty?
5. Jsou propagovány tyto místní kulturní akce i mimo hranice obce vyjma elektronických médií?
6. Proběhla změna v posledních 3 – 5 letech změna v propagaci těchto místních kulturních akcí? Pokud ano, můžete tuto změnu zdůvodnit?
7. V případě, že proběhla změna v propagaci těchto kulturních akcí, zvýšila se návštěvnost turistů? Pokud ano, o jak velký nárůst se asi jednalo, či jedná?
8. S jakými subjekty v současnosti spolupracujete v oblasti rozvoje destinačního managementu? Pokuste se vyjmenovat pokud možno všechny a uvést 3 nejvýznamnější.

9. S kterými subjekty máte do budoucna zájem o další spolupráci? Vaši odpověď prosím zdůvodněte.
10. Existují i subjekty, se kterými v současnosti nespolupracujete, ale o spolupráci byste měli v budoucnu zájem? Vaši odpověď, prosím, zdůvodněte. Byly tyto subjekty již ke spolupráci z Vaší strany osloveny?
11. Jakým způsobem se podílí Mikroregion Staroměstsko a MAS Staroměstsko, MAS Buchlov a MAS Severní Chřiby a Pomoraví na rozvoji cestovního ruchu v obci/regionu?
12. Popište, jakým způsobem provádíte analýzu cestovního ruchu ve Vaší obci.

V případě, že spolupracujete s podnikateli pro rozvoj mikroregionu, prosím, zodpovězte následující otázky:

1. Jakým způsobem získáváte podporu od podnikatelů? Aktivně oslovujete podnikatele, nebo Vás kontaktují sami?
2. Jaká je nečastější forma podpory? Jedná se spíše o sponzoring, nebo o donátorství bez nároku na publicitu?
3. Jaká je velikost poskytované podpory?



# PŘÍLOHA P II: INFORMAČNÍ LETÁK STARÉ MĚSTO

## STARÉ MĚSTO



### UBYTOVÁNÍ STARÉ MĚSTO

**Hotel Synot**  
Nad Hřištěm 1891  
686 03 Staré Město  
telefon: +420 572 541 745  
+420 739 604 119  
e-mail: synot@synohotels.com  
www: www.synohotels.com

**Penzion Nino Espresso**  
Hradišská  
686 03 Staré Město  
telefon: +420 572 994 534  
e-mail: ninoespresso2@gmail.com  
www: www.ninoespresso.cz

**Penzion Bobule**  
Tovární 497  
686 03 Staré Město  
telefon: +420 777 270 708  
e-mail: penzionbobule@email.cz  
www: www.penzionbobule.webmium.com

**Penzion MAX**  
Brněnská 591  
686 03 Staré Město  
telefon: +420 737 445 462  
e-mail: max-penzion@seznam.cz  
www: www.max-penzion.cz

**Penzion Villa Rozárka**  
Sportovní 1201  
686 03 Staré Město  
telefon: +420 731 512 167  
+420 572 508 199  
e-mail: info@villarozarka.cz  
www: www.villarozarka.cz

### STRAVOVÁNÍ STARÉ MĚSTO

**Restaurace**  
Hospoda Na Rudém  
Hostinec Na Spici  
Hotel Synot  
Masáro  
Nádražní restaurace ČD  
Pivnice Strůžch  
Restaurace Ego  
Restaurace Přistav  
Burger Restaurace Rybníček

**Pizzerie**  
Nino Espresso - pizzeria a kavárna  
Pizzeria Korádo

**Jídleina - občedy**  
Jídleina Za Radnici  
Korzář

**Bar**  
Sport bar Synot

**Cukrárna**  
Cukrárna Švecovi

Velkomoravská 131, Staré Město  
Náměstí Hrdinů 110, Staré Město  
Nad Hřištěm 1891, Staré Město  
Komenského 1735, Staré Město  
Nádražní 243, Staré Město  
Nad Hřištěm 1891, Staré Město  
Brněnská 1097, Staré Město  
Zerzavice, Staré Město  
Tovární 156, Staré Město

Hradišská, Staré Město  
Hradišská 1911, Staré Město

Za Radnici 1823, Staré Město  
Velehradská 2130, Staré Město

Velkomoravská 583, Staré Město

Náměstí Hrdinů 440, Staré Město



**Event centrum**



**Radnice**



**Přístaviště Staré Město**



**Náměstí Velké Moravy a kostel Sv. Ducha**

### PAMÁTNÁ MÍSTA VELKOMORAVSKÉHO STARÉHO MĚSTA

1. „Na Valách a Na Dvorku“
2. „Za Zahradou“
3. „U Radnice“
4. „Na Dělně u sv. Michala“
5. „Na Zerzavici“
6. „Na Kostelíku a U Víta“
7. „Nad Haltyří“
8. „Na Špitájkách“
9. „Špitálky“
10. „Za Starou příkopou“



**Pališáda Velkomoravské říše**



**Kaple sv. Jana Křtitele**



**KOVOZOO**



**Michalské hody**



**Bonsai Museum Isabella**



**Památník Velké Moravy**



**Kostel sv. Michaela archanděla**



**Batův káňal**







## PŘÍLOHA P IV: ČÁST MAPKY BAŤOVA KANÁLU

