

Návrh projektu rozvoje cestovního ruchu v Luhačovicích

Bc. Martin Dvořák

Diplomová práce
2022



Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta managementu a ekonomiky

Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta managementu a ekonomiky
Ústav regionálního rozvoje, veřejné správy a práva

Akademický rok: 2021/2022

ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

(projektu, uměleckého díla, uměleckého výkonu)

Jméno a příjmení: **Martin Dvořák**
Osobní číslo: **M20439**
Studijní program: **N0413A050031 Management a marketing**
Specializace: **Management veřejné správy a regionálního rozvoje**
Forma studia: **Prezenční**
Téma práce: **Návrh projektu rozvoje cestovního ruchu v Luhačovicích**

Zásady pro vypracování

Úvod

Definujte cíle práce a použité metody zpracování práce.

I. Teoretická část

- Zpracujte teoretické poznatky zaměřené na cestovní ruch.
- Představte teoretická východiska tvorby strategických dokumentů.

II. Praktická část

- Provedte analýzu cestovního ruchu v Luhačovicích.
- Navrhněte projekt rozvoje cestovního ruchu v Luhačovicích.

Závěr

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

Seznam doporučené literatury:

BERÁNEK, Jaromír. *Ekonomika cestovního ruchu*. Praha: Mag Consulting, 2013, 295 s. ISBN 978-80-86724-46-1.
BLOUET, Brian W. *The EU and Neighbors: a Geography of Europe in the Modern World*. 2nd ed. Hoboken, N.J.: John Wiley, 2012, 566 s. ISBN 978-0-470-943-40-3.
FLETCHER, John et al. *Tourism: Principles and Practice*. 5th ed. Harlow: Pearson, 2013, 643 s. ISBN 978-0-273-75827-3.
KRBOVÁ, Jana. *Strategické plánování ve veřejné správě*. Praha: Wolters Kluwer, 2016, 143 s. ISBN 978-80-7552-587-1.
STEJSKALOVÁ, Lucie. *Myslet město: [současné městské strategie]*. Praha: Vysoká škola uměleckoprůmyslová v Praze, 2014, 281 s. ISBN 978-80-86863-47-4.

Vedoucí diplomové práce: **JUDr. Jiří Zicha, Ph.D.**
Ústav regionálního rozvoje, veřejné správy a práva

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

L.S.

prof. Ing. David Tuček, Ph.D.
děkan

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

Ve Zlíně dne 11. února 2022

PROHLÁŠENÍ AUTORA BAKALÁŘSKÉ/DIPLOMOVÉ PRÁCE

Prohlašuji, že

- beru na vědomí, že odevzdáním diplomové/bakalářské práce souhlasím se zveřejněním své práce podle zákona č. 111/1998 Sb. o vysokých školách a o změně a doplnění dalších zákonů (zákon o vysokých školách), ve znění pozdějších právních předpisů, bez ohledu na výsledek obhajoby;
- beru na vědomí, že diplomová/bakalářská práce bude uložena v elektronické podobě v univerzitním informačním systému dostupná k prezenčnímu nahlédnutí, že jeden výtisk diplomové/bakalářské práce bude uložen na elektronickém nosiči v příruční knihovně Fakulty managementu a ekonomiky Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně;
- byl/a jsem seznámen/a s tím, že na moji diplomovou/bakalářskou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, zejm. § 35 odst. 3;
- beru na vědomí, že podle § 60 odst. 1 autorského zákona má UTB ve Zlíně právo na uzavření licenční smlouvy o užití školního díla v rozsahu § 12 odst. 4 autorského zákona;
- beru na vědomí, že podle § 60 odst. 2 a 3 autorského zákona mohu užít své dílo – diplomovou/bakalářskou práci nebo poskytnout licenci k jejímu využití jen s přípustí-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 21.4.2022

Jméno a příjmení: Bc. Martin Dvořák

.....
podpis diplomanta

ABSTRAKT

Diplomová práce se zabývá problematikou rozvoje cestovního ruchu na území města Luhačovice. Hlavním cílem této práce je vypracování projektu, který se soustředí na zlepšení současné situace cestovního ruchu v dané lokalitě. Pro dosažení vytyčeného cíle byla využita teoretická rešerše, která byla zaměřena na cestovní ruch, lázeňství a strategické plánování. Na úvodní část navazovala komplexní analýza cestovního ruchu, která se skládala z nabídky, poptávky, informačních kanálů a financování cestovního ruchu. Analýza byla doplněna rozhovory s vybranými aktéry cestovního ruchu ve městě i v okolí Luhačovic. Všechny tyto informace byly shrnuty do SWOT analýzy. Na základě zjištěných poznatků v teoretické a analytické části práce byl navržen konkrétní projekt, který by měl rozšířit nabídku cestovního ruchu jak pro současné návštěvníky Luhačovic, tak zároveň do města přilákat nové hosty z různých věkových skupin. Analytická část práce by se měla stát základem pro vytvoření podkladů strategického dokumentu v oblasti cestovního ruchu, který v současné době město Luhačovice postrádá.

Klíčová slova: cestovní ruch, lázeňství, strategické plánování, Luhačovice, architektura

ABSTRACT

The diploma thesis deals with the issue of tourism development in Luhačovice. The main objective of this thesis is to develop a project that focuses on improving the current situation of tourism in the area. In order to achieve the set objective, there was used theoretical research, which focused on tourism, spa and strategic planning. The initial part was followed by a comprehensive tourism analysis, which consisted of supply, demand, information channels and tourism financing. The analysis was complemented by interviews with selected tourism actors in the city and in the vicinity of Luhačovice. All this information was summarised in a SWOT analysis. On the basis of the findings in the theoretical and analytical part of the thesis, a specific project was proposed to expand the tourism offer for current visitors to Luhačovice, as well as to attract new guests from different age groups to the town. The analytic part of the thesis should become the basis for the creation of a strategic document in the field of tourism, which the town of Luhačovice currently needs.

Keywords: Tourism, spa, strategic planning, Luhačovice, architecture

Rád bych poděkoval mému vedoucímu JUDr. Jiřímu Zichovi, Ph. D. za jeho pomoc a cenné rady při kompilaci této diplomové práce. Dále bych chtěl poděkovat projektové manažerce města Luhačovic paní Jarmile Durd'ové, řediteli Lázní Luhačovice a.s. panu Ing. Jiřímu Dědkovi, MBA za jejich vstřícnost a čas, který mi věnovali a také dalším osloveným aktérům za jejich ochotu diskutovat.

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

OBSAH

ÚVOD.....	9
CÍLE A METODY ZPRACOVÁNÍ PRÁCE.....	11
I TEORETICKÁ ČÁST.....	13
1 CESTOVNÍ RUCH.....	14
1.1 DRUHY CESTOVNÍHO RUCHU.....	15
1.1.1 Mezinárodní cestovní ruch.....	15
1.1.2 Cestovní ruch v ČR.....	16
1.1.3 Venkovský cestovní ruch.....	19
1.2 TYPY ÚČASTNÍKŮ CESTOVNÍHO RUCHU.....	20
1.3 CESTOVNÍ RUCH JAKO SYSTÉM.....	22
1.4 ČINITELÉ ROZVOJE A ROZMÍSTĚNÍ CESTOVNÍHO RUCHU.....	23
1.4.1 Selektivní (stimulační) faktory.....	23
1.4.2 Lokalizační podmínky.....	24
1.4.3 Realizační podmínky.....	27
1.5 EKONOMIKA CESTOVNÍHO RUCHU.....	28
1.5.1 Metodologie ekonomiky cestovního ruchu.....	28
1.5.2 Ekonomické ukazatele cestovního ruchu.....	29
2 LÁZEŇSTVÍ.....	30
2.1 HISTORIE LÁZEŇSTVÍ.....	30
2.2 PŘEDPOKLADY ROZVOJE LÁZEŇSTVÍ.....	31
2.3 VÝZNAM LÁZEŇSTVÍ.....	32
2.4 LÁZEŇSTVÍ V ČESKÉ REPUBLICE.....	33
2.4.1 Vývoj lázeňství v ČR.....	33
2.4.2 Legislativa.....	34
2.4.3 Lázeňská místa v ČR.....	35
3 STRATEGICKÉ PLÁNOVÁNÍ.....	37
3.1 STRUKTURA STRATEGICKÉHO DOKUMENTU.....	37
3.2 PŘÍSTUPY KE STRATEGICKÉHO PLÁNOVÁNÍ.....	38
3.3 STRATEGICKÉ DOKUMENTY.....	41
3.3.1 Mezinárodní dokumenty.....	41
3.3.2 Národní dokumenty.....	41
3.3.3 Regionální dokumenty.....	42
3.3.4 Oblastní dokumenty.....	42
3.3.5 Místní dokumenty.....	42
II PRAKTICKÁ ČÁST.....	43
4 ANALÝZA CESTOVNÍHO RUCHU V LUHAČOVICÍCH.....	44
4.1 CHARAKTERISTIKA MĚSTA LUHAČOVICE.....	44

4.2	ANALÝZA NABÍDKY CESTOVNÍHO RUCHU	45
4.2.1	Organizační rámec cestovního ruchu v Luhačovicích	45
4.2.2	Turistické informační centrum	45
4.2.3	Lázně	52
4.2.4	Sport a relaxace	53
4.2.5	Významné kulturní akce v Luhačovicích.....	57
4.2.6	Ubytování	58
4.2.7	Gastronomie a stravovací služby	61
4.2.8	Průvodcovské služby.....	63
4.3	ANALÝZA POPTÁVKY CESTOVNÍHO RUCHU	65
4.3.1	Srovnání přenocování a hostů v Luhačovicích, ORP Luhačovice a Zlínském kraji	65
4.3.2	Srovnání počtu hostů a přenocování v ORP ve Zlínském kraji	68
4.3.3	Počet hostů a přenocování v lázeňských zařízeních	70
4.4	INFORMAČNÍ TOKY A JEJICH ANALÝZA	72
4.4.1	Webové stránky	72
4.4.2	Sociální síť	74
4.4.3	Venkovní reklama	74
4.5	FINANCOVÁNÍ CESTOVNÍHO RUCHU	75
4.5.1	Financování z rozpočtu města	75
4.5.2	Financování z jiných zdrojů	76
4.6	ROZHOVORY S VYBRANÝMI AKTÉRY CESTOVNÍHO RUCHU V LUHAČOVICÍCH	77
4.7	SHRNUTÍ ANALYTICKÉ ČÁSTI.....	81
4.8	SWOT ANALÝZA	83
5	PROJEKTOVÁ ČÁST – TADY PRAMENÍ ARCHITEKTURA	86
5.1	PŮVODNÍ STAV	87
5.2	POPIS A CÍL PROJEKTU	88
5.3	CÍLOVÁ SKUPINA	91
5.4	PROPAGACE.....	93
5.5	FINANCOVÁNÍ PROJEKTU	95
5.6	AKTIVITY PROJEKTU.....	96
5.7	HARMONOGRAM PROJEKTU	98
5.8	RIZIKOVÁ ANALÝZA	100
	ZÁVĚR	102
	SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY.....	104
	SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK.....	108
	SEZNAM OBRÁZKŮ	109
	SEZNAM TABULEK.....	110
	SEZNAM GRAFŮ	112

ÚVOD

Diplomová práce je zaměřena na oblast cestovního ruchu města Luhačovice. Práci jsem si zvolil z důvodu výkonu odborné praxe na Městském úřadě v Luhačovicích, kde jsem se této problematice začal věnovat a zároveň jsem chtěl získat informace z oblasti cestovního ruchu tohoto lázeňského města.

Město Luhačovice se nachází ve Zlínském kraji a má přibližně pět tisíc obyvatel. Je známé především díky svým lázním. Do nedávna zde neexistoval úsek, který by se problematikou cestovního ruchu zabýval, tudíž město nemá samostatnou vypracovanou strategii rozvoje cestovního ruchu. Problematikou cestovního ruchu se pouze okrajově zabývá Program rozvoje města Luhačovice. Kvalitně zpracovaná práce by mohla pomoci k definování vize města v oblasti cestovního ruchu, stanovení priorit a vytvoření návrhu pro zlepšení stávající situace.

Diplomová práce se skládá ze dvou částí, a to z teoretické části a praktické části. Praktická část se ještě dále dělí na analytickou a projektovou část. Přejechod mezi analytickou a projektovou částí tvoří SWOT analýza.

Teoretická část se věnuje cestovnímu ruchu, lázeňství a strategickému plánování. V první části je definován cestovní ruch, jsou zde charakterizovány jeho druhy, systém, činitelé rozvoje a rozmístění, závěr je věnovaný ekonomice cestovního ruchu. V kapitole zabývající se lázeňstvím je popsána historie lázeňství, následují předpoklady rozvoje lázeňství, jeho význam a závěrem lázeňství v České republice. Poslední kapitola teoretické části se věnuje problematice strategického plánování. Zde je představena struktura strategického dokumentu, přístupy ke strategickému plánování a vybrané strategické dokumenty.

Praktická část je rozdělena na dvě kapitoly, a to na analytickou a projektovou část. V analytické části jsou nejprve představeny Luhačovice, následuje analýza nabídky cestovního ruchu, kam se řadí informace o stravovacích a ubytovacích zařízeních, lázeňství ve městě, turistickém informačním centru a dalších oblastech nabídky cestovního ruchu. Na tuto část navazuje poptávka cestovního ruchu, tu tvoří statistiky návštěvnosti a přenocování přímo v Luhačovicích, v rámci ORP a celého kraje. Zajímavé je zde také srovnání lázeňských míst v krajích ČR. V dalších částí práce jsou charakterizovány možnosti informovanosti o cestovním ruchu a také jeho financování. Poslední část tvoří rozhovory s vybranými aktéry cestovního ruchu v Luhačovicích a okolí, které byly provedeny buď

metodou face to face nebo písemně s možností doptání. Celá analytická část byla následně shrnuta.

Přechod mezi analytickou a projektovou částí tvoří SWOT analýza, ta má za úkol na základě komplexní analýzy zjistit silné stránky, slabé stránky, příležitosti a hrozby cestovního ruchu v Luhačovicích.

Poslední částí je projektová část, ta má na základě předchozích analýz navrhnout projekt, který by přispěl k rozvoji cestovního ruchu ve městě. Projektová část se skládá z popisu výchozí situace, popisu projektu a jeho cílů, představení cílových skupin, propagace, financování, aktivit projektu, jeho harmonogramu a závěrem rizikovou analýzou.

CÍLE A METODY ZPRACOVÁNÍ PRÁCE

Cílem diplomové práce je zpracovat teoretické poznatky z oblasti cestovního ruchu a strategických dokumentů, zmapovat stav cestovního ruchu v Luhačovicích a navrhnout projekt, která povede ke zlepšení současné situace v této oblasti. Zjištěné poznatky analytické části práce budou využity oddělením cestovního ruchu města Luhačovic. Ty budou poté zveřejněny na webových stránkách města, kde se zájemci o cestovní ruch z řad veřejnosti mohou dozvědět informace o této problematice.

Pro teoretickou část diplomové práce bude použita metoda literární rešerše, kdy se bude pracovat s knižními a internetovými zdroji z oblasti cestovního ruchu, lázeňství a strategického plánování. Zdroje nebudou pouze české, ale využiji také publikace zahraničních autorů pro lepší pochopení tématu.

V analytické části bude použita analýza cestovního ruchu ve městě. V rámci nabídky cestovního ruchu bude charakterizován organizační rámec cestovního ruchu, lázně, sport a relaxace, kulturní akce, ubytování, gastronomie a stravovací služby a průvodcovské služby v Luhačovicích. V následující části, která se zabývá poptávkou cestovního ruchu budou srovnány vybrané ukazatele cestovního ruchu v Luhačovicích. Následuje analýza informačních toků a financování cestovního ruchu.

Pro lepší pochopení cestovního ruchu ve městě budou využity rozhovory s vybranými aktéry cestovního ruchu. Respondenti rozhovorů budou nejprve osloveni e-mailem, ve kterém dostanou otázky, na které budou mít možnost odpovědět buď písemně, přes telefon nebo při osobním setkání. V případě, že by došlo k nejasnostem u některých odpovědí budou respondenti znovu osloveni s žádostí o vysvětlení.

Přechodovou část mezi analytickou a projektovou částí bude tvořit SWOT analýza, pomocí které budou zjištěny silné a slabé stránky, příležitosti a hrozby cestovního ruchu v Luhačovicích.

Na základě literární rešerše, analýzy stavu cestovního ruchu a SWOT analýzy bude vytvořen projekt, který povede ke zlepšení současného stavu cestovního ruchu. V projektové části bude nejprve představen současný stav, následovat bude popis a cíl projektu. V další části budou představeny cílové skupiny, které bude projekt oslovovat. Následovat budou možnosti, jak získat pro projekt potřebnou propagaci a jeho rozšíření mezi potenciálními návštěvníky. V další části bude uvedeno financování projektu, to bude tvořeno rozpočtem a zdroji financování. Následovat budou jednotlivé aktivity projektu společně

s harmonogramem. Na závěr budou představena rizika projektu a způsoby, jak tato rizika eliminovat.

I. TEORETICKÁ ČÁST

1 CESTOVNÍ RUCH

Pojem cestovní ruch se objevil začátkem 20. století, kdy se odborníci pokoušeli vymezit cestovní ruch z cestování. Mezi tyto odborníky se řadili E. Guyes-Freuler, E. Piccard, J. Guth, a W. Morgenroth. S cestovním ruchem také od počátku souvisela snaha postihnout jeho ekonomické stránky. Na ty jako první poukázal H. von Schullard, který považoval cestovní ruch za „soubor operací zejména ekonomického charakteru, které se přímo vztahují na vstup pobyt a pohyb cizinců vně i uvnitř určité země, města nebo regionu“. (Beránek, 2016, s. 14)

Dalším milníkem cestovního ruchu se staly definice autorů švýcarských profesorů, kteří položili základy moderní tzv. švýcarské školy cestovního ruchu. (Beránek, 2016, s. 14)

Mezinárodně uznávanou definicí se stalo vymezení, na kterém se shodli účastníci Mezinárodní konference o statistice cestovního ruchu z 91 zemí světa.

„Cestovní ruch je činnost osoby cestující na přechodnou dobu do místa mimo její běžné životní prostředí, a to na dobu kratší než je stanovena, přičemž hlavní účel její cesty je jiný než vykonávání výdělečné činnosti v navštíveném místě.“ (Beránek, 2016, s. 15)

Další definicí, která se existuje je definice Mezinárodní charty kulturního cestovního ruchu, která říká, že se turismus stává stále složitějším fenoménem, který je ovlivněn politickými, ekonomickými, sociálními, vzdělávacími, bio-fyzickými, ekologickými a estetickými rozměry (McDonald, 2019, str. 2)

Trvale udržitelným rozvojem rozumíme rozvoj, který zabezpečuje uspokojení potřeb, aniž by ohrozil možnosti uspokojení potřeb generací budoucích. Důležité je zde přihlížet k šetrnému využívání přírodních a kulturních hodnot a zároveň vést k dlouhodobé prosperitě dané oblasti tak, aby nedošlo k ohrožení potřeb generací budoucích. Součástí koncepcí rozvoje územních celků se musí také stát plány na rozvoj cestovního ruchu, které budou pomáhat eliminovat negativní vlivy cestovního ruchu na životní prostředí a podporovat rozvoj území při zapojení místních obyvatel. (Ministerstvo pro místní rozvoj, ©2022)

1.1 Druhy cestovního ruchu

Mezi základní druhy cestovního ruchu řadíme domácí cestovní ruch a mezinárodní cestovní ruch. Domácí cestovní ruch je cestování obyvatelstva, v rámci státu, ve kterém lidé žijí. To znamená, že účastníci nepřekračují hranice. Opakem je zahraniční cestovní ruch, u kterého dochází k překračování hranic. Tento cestovní ruch dělíme na výjezdový cestovní ruch (outgoing), který se skládá z výjezdů občanů dané země do zahraničí a příjezdový cestovní ruch (incoming), který představuje příjezdy zahraničních návštěvníků do země. (Fletcher, 2013, s. 4)

Pojem mezinárodní turista zahrnuje pohyb účastníků cestovního ruchu bez teritoriálního určení. Jedná se tedy o zahraniční cestovní ruch více států.

Dalším typem cestovního ruchu je vnitrostátní cestovní ruch, který zahrnuje cestovní ruch na území daného státu, tzn. domácí i příjezdový. Dále je to cestovní ruch národní, ten zahrnuje cestovní ruch obyvatelstva daného státu, ať už domácí nebo výjezdový. (Beránek, 2016, s. 15-16)

1.1.1 Mezinárodní cestovní ruch

Mezinárodní cestovní ruch je tvořen cestami účastníků cestovního ruchu za hranice země, ve kterých mají trvalý pobyt. Je velmi náchylný na významné události jako jsou živelné pohromy, teroristické činy, regionální a jiné válečné konflikty. Mezinárodní cestovní ruch je zdrojem valut a prostředků pro zajištění zaměstnanosti obyvatelstva, zvyšuje příspěvek do platební bilance, napomáhá diverzifikaci ekonomiky, zvyšuje atraktivitu země, vytváří stimuly pro příliv zahraničního kapitálu. Čím větší jsou rozdíly mezi jednotlivými státy, tím více překážek je na cestě k přemísťování lidí. V rámci rozvoje mezinárodního cestovního ruchu se státy zaměřují na zhodnocení vzájemného vztahu mezi rozvojem cestovního ruchu a opatřeními, která jsou přijímána v jiných oblastech ekonomické činnosti, dále stimulace cestovního ruchu na jednotlivých úrovních (individuální, rodinné, skupinové nebo kolektivní), podpora zlepšení materiálně-technické základny, realizace vlastním projektů v cestovním ruchu, podpora výměny informací, podpora činností zahraničních cestovních agentur a dopravních společností, aktivizace cestovního ruchu mimo sezonu, výměna studentů a odborníků v oblastí cestovního ruchu a další.

Cestovní ruch se výrazně podílí na vytvoření nových pracovních míst, snižuje platební deficit v zemi, tím pádem posiluje ekonomiku, pomáhá v rozvoji výroby zboží a služeb,

kteřé uspokojují potřeby a přání účastníků cestovního ruchu. Ovlivňuje také výrazně redistribuci důchodů obyvatelstva z rozvinutých regionů do méně rozvinutých regionů.

Cestovní ruch mění směr investiční aktivity, čímž oslabuje ekonomiku, a to v případě, pokud se rozvíjí jednostranně. Proto je nezbytné, aby se rozvoj cestovního ruchu uskutečňoval paralelně s rozvíjením také jiných odvětví. (Beránek, 2016, s. 261-264)

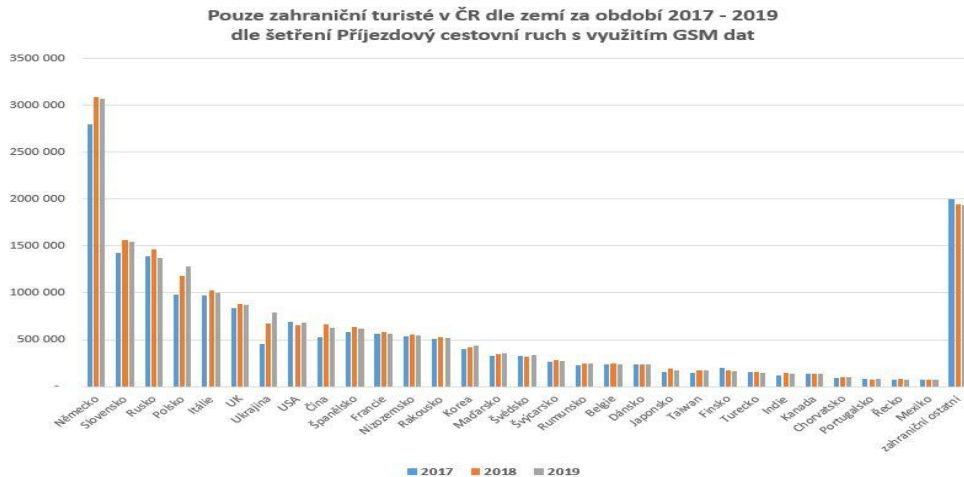
1.1.2 Cestovní ruch v ČR

V České republice je metodickým a koordinačním orgánem pro subjekty, které působí v oblasti cestovního ruchu Ministerstvo místního rozvoje. Základním nástrojem pro jeho činnost je Koncepce státní politiky cestovního ruchu ČR na období 2021–2030. Strategie představuje základní strategický dokument v oblasti CR, rozvíjí mezioborovou a meziresortní spolupráci a vyhodnocuje přínosy a dopady udržitelného cestovního ruchu a také adaptace na změnu. Na zpracování strategie se podíleli zástupci veřejné správy, samospráv, profesních spolků, podnikatelů akademická veřejnost a další partnery. Vizí strategie je Česká republika jako SMART inovativní destinace v čele Evropy. Strategie vidí Českou republiku jako bezpečnou udržitelnou a sebevědomou destinaci, která staví na přírodním a kulturním dědictví, tradičních a přívětivých lidech, ale i na efektivním využití nových trendů, a to v oblasti řízení, technologií a služeb. Strategie rozvoj má 5 základních okruhů:

- Systém řízení a podpory cestovního ruchu
- Inovativní nabídka a zážitky
- Poptávka / návštěvníci
- Výzkum, vývoj, monitoring, informace
- Lidé

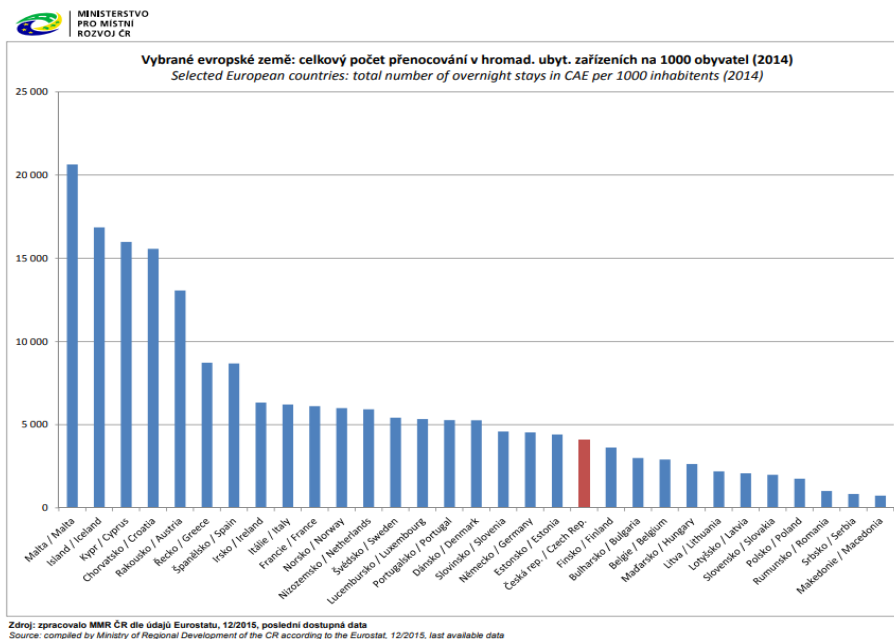
Strategie cestovního ruchu je doplněna Akčními plány, které jsou většinou dvouleté nebo tříleté. Podpora cestovního ruchu bude v nejbližších letech cílit na zkvalitňování infrastruktury CR, podporu podnikatelské infrastruktury, zabezpečení marketingu a propagace, podporu domácího a příjezdového, zmírňování dopadu cestovního ruchu na životní prostředí, zvyšování kvality služeb.

V České republice se nachází bezmála šest set cestovních kanceláří, které zprostředkovávají dovolené a zájezdy. Na činnost v turismu se podílí také průvodci. Průvodci mají za úkol



Obrázek 2 Zahraniční turisté v ČR dle zemí za období 2017-2019 (Zdroj: Ministerstvo pro místní rozvoj)

Poslední graf představuje počet přenocování v hromadných ubytovacích zařízeních na 1000 obyvatel v zemích EU. Nejvíce přenocování má Malta, Island a Kypr. Česká republika se nachází pod průměrem zemí. Nejméně přenocování je v Rumunsku, Srbsku a Makedonii. (Ministerstvo pro místní rozvoj, ©2022)



Obrázek 3 Vybrané evropské země: celkový počet přenocování v hromadném ubytování zařízeních na 100 obyvatel (Zdroj: Ministerstvo pro místní rozvoj)

1.1.3 Venkovský cestovní ruch

Venkovský cestovní ruch je charakterizován jako druh cestovního ruchu s vícedenním pobytem a s rekreačními aktivitami na venkově. Příkladem může být pěší turistika, jízda na kole či na koni, pozorování zvířat a další. Rozvoj venkovského cestovního ruchu souvisí s rozvojem venkova, budováním turistických tras a cyklostezek, rozvojem farem a alternativního zemědělství. Řadíme sem:

- Agroturistiku
- Ekoagroturistiku
- Ekoturistiku
- Cykloturistika

Agroturistika

Jde o formu venkovského cestovního ruchu, které mimo využívání přírody a krajiny venkova je charakteristická přímým vztahem k zemědělským pracím. Provozovateli jsou podnikatelé v zemědělské prvovýrobě a slouží jim jako hlavní nebo další zdroj rozšíření hlavního podnikatelského programu. Je vhodná pro rodinné dovolené, umožňuje pobyt a stravu na venkovských statcích a možnost účastnit se prací, které souvisejí se zemědělskou výrobou nebo s prací se zvířaty. Ubytování je poskytováno na rodinné farmě nebo v rekreačních objektech ve vlastnictví nebo těch, které jsou v užívání zemědělského podnikatele. Stravování je zajištěno výrobky z farmy a souvisí také s obvyčejí, které jsou spjaté s vesnicí a zemědělstvím. Specifikou agroturistiky je ekoagroturistika. (Ministerstvo pro místní rozvoj, ©2022)

Ekoagroturistika

Ekoagroturistika je turistika na ekologicky hospodařících farmách, které produkují bio-produkty. Ekologická farma nepoužívá při výrobě rostlin a chovu zvířat žádné chemikálie, hnojiva a jiné přípravky. Zvířata jsou chována přirozeným způsobem. Produkty ekologického zemědělství podléhají přísné kontrole a musí splňovat mezinárodní standardy, následně mohou používat ochranou známku BIO. Typickým znakem je sejetí turistů s farmáři, a také přímá účast na zemědělských pracích a konzumace produktů. (Ministerstvo pro místní rozvoj, ©2022)

Ekoturistika

Označuje se jako cestovní ruch zaměřený na poznávání přírody, který je orientovaný na poznávání přírodních rezervací, národních parků, CHKO, a dalších přírodních krás, tak aby nebyly cestovním ruchem narušovány. (Ministerstvo pro místní rozvoj, ©2022)

Cykloturistika

Cykloturistika je vymezována jako aktivní cestování zaměřená na poznávání přírodních i společenských zajímavostí v určité oblasti na kole. Pro cykloturistiku se využívá kombinace dopravy, nejčastěji kombinace vlaku a jízdy na kole. Cyklistiku podporuje budování nových cyklotras a cyklostezek.

Cyklotrasou označujeme komunikaci, která využívá stávající místní i účelové komunikace, a to i včetně polních a lesních cest, silnicí II. a III. Tříd, kde je nízká frekvence provozu.

Cyklostezka je stezka, která se využívá pro cykloturistiku i pro pěší turistiku. Má zpevněný povrch a většinou bývá oddělena od frekventované silniční dopravy.

S cykloturistikou a pěší turistikou souvisí také pojem greenway (zelené stezky), které jsou určeny pro bezmotorovou dopravu, takže pro pěší turistiku, cykloturistiku, turisty na kolečkových bruslích, jízdu na kole nebo pro vozíčkáře. Greenway je přirozený nebo uměle vytvořený koridor, který se využívá pro rekreaci. Vedou nejčastěji podél říčních toků, vyhlídkových tras a dalších. (Ministerstvo pro místní rozvoj, ©2022)

1.2 Typy účastníků cestovního ruchu

Mezi základní účastníky cestovního ruchu podle Beránka patří:

- Stálý obyvatel
- Návštěvník
- Turista
- Výletník, jednodenní návštěvník

O stálém obyvateli mluvíme v případě, kdy se jedná o osobu, která žije na daném místě alespoň šest po sobě následujících měsíců mezi příjezdem do jiného místa na dobu kratší šest měsíců. Někdy jej nazýváme rezident, v mezinárodním cestovním ruchu je to osoba, které žije alespoň rok před příjezdem do jiné země na dobu kratší jednoho roku.

Návštěvník je osoba, která cestuje do jiné země, než ve které má trvalé bydliště, na dobu kratší než 1 rok. Hlavním cíl cesty je jiný než vykonávání výdělečné činnosti v navštíveném místě.

Turista je definován jako návštěvník, který cestuje na dobu zahrnující alespoň jedno přenocování.

Výletník je osoba, která cestuje na dobu kratší než dvacet čtyři hodin, aniž by v navštíveném místě přenocoval.

Speciální kategorií je potom tranzitní návštěvník. Jedná se o návštěvníka, který cestou do svého cíle se zastaví na určitém místě, může se jednat o jednodenního návštěvníka, ale také o turistu.

Rozdělení účastníků cestovního ruchu bylo prezentováno na konferenci OSN v Římě v roce 1963. Zde se také rozhodlo, že do mezinárodního cestovního ruchu nepatří:

- zahraniční pracovníci
- migranti a jejich rodinní příslušníci
- vojáci a jejich rodinní příslušníci
- diplomatictí pracovníci
- kočovníci, uprchlíci, vystěhovalci
- občané pravidelně cestující v příhraničních oblastech za účelem hledání práce
- tranzitní cestující
- účastníci skupinových turistických zájezdů, kteří cestují vlakem a nocují v něm
- účastníci skupinových turistických zájezdů, kteří cestují autobusem a nocují v něm
- posádka námořních lodí a vlaků, která nocuje na lodi nebo ve vozu vlaku
- posádka letadel, která nenocuje v místě pobytu
- cestující, projíždějících bez zastávek, i když jejich cesta více než 24 hodin (Beránek, 2016, s. 16-18)

1.3 Cestovní ruch jako systém

Cestovní ruch se zabývá určitými vztahy a jejími vazbami. Podle Beránka patří do systému cestovního ruchu:

- Subjekt cestovního ruchu
- Objekt cestovního ruchu
- Předmět cestovního ruchu

Subjektem cestovního ruchu rozumíme účastníka, který uspokojuje své turistické potřeby. Z ekonomického hlediska je subjekt nositelem poptávky a také spotřebitelem produktu cestovního ruchu. Může jim být jak návštěvník, tak stálý obyvatel.

Objektem cestovního ruchu je to, co se může stát cílem změny místa pobytu účastníka cestovního ruchu. Objekt je tvořen destinací cestovního ruchu, dále také podniky, které poskytují služby, kterých se účastníci cestovního ruchu v místě pobytu a během přepravy do místa poptávají. Objekt cestovního ruchu rozlišujeme na primární nabídku a sekundární nabídku.

Primární nabídka je tvořena přírodním a kulturně-historickým potenciálem pro cestovní ruch. To znamená, že cílové místo musí mít vhodný potenciál, aby ho účastník vyhledával. Aby byla tato nabídka naplněna, musí se v cílovém místě nacházet dostatečný potenciál v co největším množství a nejvyšší kvalitě.

Sekundární nabídka představuje infrastrukturní vybaveností, to je souhrn podniků, zařízení a dalších institucí cestovního ruchu, které návštěvníkovi umožňují ubytování, stravování, čerpání doplňkových služeb (rekreačních, sportovních, kulturních a dalších). Sekundární nabídka je závislá na primární nabídce.

Předmět cestovního ruchu se někdy označuje jako produkt cestovního ruchu (turistický produkt). Jedná se o výrobek a službu CR, který slouží k uspokojení potřeb účastníků CR. Nejčastějším produktem cestovního ruchu jsou produkty cestovních kanceláří, většinou zájezdy, které nám ukazují kombinaci služeb cestovního ruchu nabídnutých za určitou cenu. Produktem jsou většinou zboží a služby nabízené na trhu cestovního ruchu.

Na trhu cestovního ruchu můžeme vidět vzájemnou působnost subjektu, objektu a předmětu cestovního ruchu. Vazby můžeme sledovat nejen v rámci systému CR, ale také mezi CR a jinými odvětví. Největší dopad na CR má ekonomický růst, opačným směrem na cestovní

růst působí nezaměstnanost, která vede k tomu, že dochází k menšímu zájmu o cestování u účastníků. (Beránek, 2016, s. 19-20)

1.4 Činitelé rozvoje a rozmístění cestovního ruchu

Činitele rozvoje a rozmístění cestovního ruchu dělíme podle Hraly na:

- Selektivní (stimulační) faktory
- Lokalizační podmínky
- Realizační podmínky (Hrala, 2013, s.13)

1.4.1 Selektivní (stimulační) faktory

Jedná se o faktory, které v rámci územního uspořádání mají primární postavení v rozvoji cestovního ruchu. Jejich prostřednictvím se využívají podmínky pro cestovní ruch v konkrétních oblastech. Představují společenské reality, které se dělí na:

- Objektivní faktory
- Subjektivní faktory

Do objektivních faktorů patří politické reality světového i lokálního charakteru, vnitropolitická situace, ekonomické předpoklady, demografické skutečnosti a kvalitu životního prostředí. Mezi základní politické faktory řadíme mírové uspořádání světa, vnitropolitickou stabilitu, která tvoří vazby s charakterem politického systému. Velmi důležité jsou také státní hranice, které omezují volný pohyb obyvatelstva. Dalším klíčovým faktorem je dosažená životní úroveň populace, se kterou souvisí objem fondu volného času. Pro část populace se stává účast na cestovním ruchu součástí jejich životního stylu. Mezi další faktory řadíme urbanizaci, kdy dochází k růstu velkých aglomerací do tzv. megaměst. Tyto aglomerace patří k oblastem s největšími požadavky na cestovní ruch, souvisí to s tím, že zdejší populace se řadí do vyšší kategorie příjmových společností. Posledním objektivním faktorem je životní prostředí, které se skládá ze složek přírodního podsystemu (reliéf, půda, klima, fauna, flora) a složky socioekonomického podsystemu (obyvatelstvo, sídla, zemědělství, průmysl, služby). Dochází k čím dál častějšímu narušování rovnováhy mezi přírodou a společností.

Subjektivní faktory se skládají z řady psychologických a dalších pohnutek, které mají vliv na kulturní úroveň obyvatel, reklamu, propagaci apod. Právě reklama a propagace mají velký

vliv na vytváření mondénnosti a módnosti některých středisek a oblastí. (Hrala, 2013, s. 13-16)

1.4.2 Lokalizační podmínky

Jedná se o podmínky, které mají pro rozvoj cestovního ruchu druhotný význam, nicméně mají rozhodující postavení při konkrétní lokalizaci jeho realizace. Rozhodují o funkčním využití konkrétní oblasti z hlediska přírodních a společenských podmínek.

Přírodní podmínky a atraktivita

Přírodní podmínky jsou většinou konstantní a plošné podmínky, které tvoří předpoklady pro konkrétní formy. Atraktivita představují přírodní zvláštnosti, jejichž ojedinělost a exotika činí danou oblast pro cestovní ruch přitažlivější. Patří sem:

- Klimatické poměry
- Hydrologické poměry
- Reliéf a morfologické poměry
- Rostlinstvo a živočišstvo

Klimatické podmínky jsou jednou z hlavních podmínek realizace a rozmístění cestovního ruchu. Největší význam pro cestovní ruch mají dva podnebné pásy – mírný a subtropický pás. Klimatické poměry se uplatňují především v sezónnosti – v subtropickém pásu je to letní období, celoroční využití je zde pouze v některých oblastech, v mírném pásu, především v horských oblastech jsou podmínky v zimním i letním období.

V globálním měřítku jsou hydrologické poměry nejdůležitějším lokalizačním faktorem. Pro střediskovou koncentraci cestovního ruchu slouží především podzemní vody. Platí to především o minerálních pramenech, které mají léčebné účinky. Lázeňská střediska patří k nejstarším centrům cestovního ruchu. Dalším type pramenů podzemních vod, které jsou turisticky velmi atraktivní jsou gejzíry. Jsou koncertovány především na Islandu, Novém Zélandu a v Yellowstonském národním parku v USA. Využitelnost povrchových vod je závislá na teplotních poměrech. Jejich probléme je velmi častě znehodnocování na jejich využití. Nejpřitažlivější z povrchových vod je moře. Nejvýznamnější postavení má Středozemní moře, díky své výborné poloze a také kvalitě pobřežních vod, vhodné je také k podmořskému rybolovu. V atraktivitě dále následuje Černé moře, ostrovy amerického Středomoří, přilehlý jihovýchod USA, kalifornské pobřeží USA a Mexika, ostrovy

v Indickém oceánu a pobřeží Thajska. Jezera a uměle vytvořené vodní plochy mají podobné využití jako moře. Více využívána jsou jezera vzdálená více od moře. Nejvíce navštěvována jsou jezera alpské oblasti, dále jezera VB, v Polsku, Německu a na jihu Finska. Řeky slouží především ke krátkodobému uspokojování forem cestování. Problémem řekl je znečištění. Jejich atraktivita je ovlivněna přírodními zvláštnostmi – kaňony vodopády. Nejnavštěvovanější jsou Niagarské vodopády a vodopády v Yosemiteckém národním parku, světově proslulé jsou rovněž Viktoriiny vodopády.

Horizontální morfologie má vliv na kvalitu a charakter pobřeží povrchových vod a tím na cestovní ruch. Nejnižší hodnotu mají špatně přístupná, skalnatá a bažinatá pobřeží. Naopak nejvyšší hodnotu mají písčité pláže. U vertikální členitosti má funkční využití především výšková členitost. Vrchoviny a středohory se využívají především jako odpočinkové oblasti. Jsou výhodné především pro pěší turistiku a rodinnou rekreaci. Jedná se plošnější, rozptýlenější a klidnější oblasti. Důležitým faktorem jsou doplňkové atraktivity jako jsou skalní útvary nebo krasové oblasti. Vysokohorské oblasti lákají návštěvníky souborem geologických vlastností a jinými pozitivními stránkami jako je příznivá sluneční radiace. Nachází se většinou v dopravně nepřístupných oblastech, tudíž zde dochází k větší intenzitě využívání. Proto je nutné přistupovat k regulaci návštěvnosti a k ochraně přírody. Nejnavštěvovanější oblastí v Evropě jsou Alpy, Pyreneje a Karpaty.

Rostlinstvo a živočišstvo má jako celek menší vliv na rozmístění cestovního ruchu. Pokud existují vzácné rostlinné druhy, které nemají přísnou ochranu jsou velmi často navštěvovány turisty. Živočišstvo se uplatňuje v cestovním ruchu prostřednictvím chráněné a lovné zvěře. Nejnavštěvovanější jsou africké národní parky a rezervace. Konkrétně se jedná o park Serengeti v Tanzánii a Krugerův park v Jihoafrické republice. (Hrala, 2013, s. 16-23)

Společenské podmínky a atraktivita

Úkolem společenských podmínek a atraktivit je uspokojit poptávku po poučení, zábavě a vzdělání. Převažuje zde většinou tzv. bodové rozmístění, což je charakteristickým rysem značné územní koncentrace. Rozhodujícími faktory je koncentrace v určité oblasti a jejich kvalita. Společenské podmínky a atraktivita se rozdělují na:

- Kulturněhistorické památky
- Kulturní zařízení, kulturní a jiné akce
- Sportovní a zábavní zařízení a akce

Kulturněhistorické památky mají v této skupině podmínek největší význam, který je dán zvláštností, uměleckou a historickou hodnotou. Nejvýznamnější jsou ty nejcennější a nejproslulejší, ostatní fungují jako doplňující atraktivity. Nejžádanější jsou architektonická díla jednotlivých historických slohů a epoch. Stavby jsou atraktivní také díky jejich výzdobě. Zájem o historické památky se projevuje koncentrací CR do určitých oblastí. Výrazně se na tom podílela modernizace dopravy. Navštěvované objekty jsou také památníky vojenských bitev spojených s různými válkami. Zvláštní skupinou jsou památníky druhé světové války, mezi které se řadí také koncentrační tábory.

Kulturní zařízení fungují většinou jako doplněk jiných památek. Pro tyto památky opět platí střediskový charakter rozmístění. Rozdělují se na zařízení, které soustřeďují sbírky různého druhu (muzea, galerie, knihovny, skanzeny) a zařízení, jejichž prostřednictvím se realizují kulturní i jiné akce (divadelní představení, hudební či jiné festivaly, folklórní a další slavnosti, kongresy a sympozia, náboženské slavnosti a poutě). Největší význam pro CR mají muzea a galerie. Na prvním místě se nachází pařížský Louvre, následuje Ermitáž v Petrohradu, Metropolitan Museum of Art v New Yorku, British Museum v Londýně a další. Na kulturním významu měst se podílí rovněž divadelní a operní představení a koncerty, případně hudební i jiné festivaly. Mezi neslavnější známe scény patří Milánská Scala, Metropolitan Opera v New Yorku a Velké divadlo v Moskvě. Populární hudební, dramatické, folklórní i jiné festivaly jsou Salcburský hudební festival, Wagnerův hudební festival v Bayreuthu a mnoho dalších. Na rozvoj cestovního ruchu mají podíl také akce s náboženskými slavnostmi a poutěmi. Pověst a přitažlivost těchto míst je dána tradicí, které souvisí se zjevením nebo zázraky. Například se jedná o Lurdy ve Francii, Čenstochová v Polsku, Padova. Dále jsou to také nejposvátnější místa islámu, a to Mekka a Medina, do kterých přichází ročně přes 5 milionu poutníků.

Budovy sportovních zařízení pro účely a význam akcí, které pořádají dosahují velmi často kolosálních rozměrů. Místa, kde se konají regionální nebo světová mistrovství lákají k sobě velké množství zájemců. Kromě olympijských her a různých mistrovství se jedná o tradiční karnevaly, býčí zápasy a různá folklórní a historická představení. Své místo v cestovním ruchu mají zábavní parky – Prater ve Vídni, Tivoli v Kodani a Disneyland na Floridě. (Hrala, 2013, s. 24-29)

1.4.3 Realizační podmínky

Tyto podmínky mají dominující postavení pro konečnou fázi uskutečňování různých forem cestovního ruchu. Svou kapacitou tvoří tzv. nabídkový strop. Patří sem:

- Doprava
- Ubytovací a stravovací zařízení

Doprava zajišťuje styk mezi výchozím místem účastníka a navštěvovaným místem. S čím dál větším rozvojem cestovního ruchu roste význam dopravy. Doprava dává možnost navštěvovat nové oblasti ve vnitrostátním i mezinárodním cestovním ruchu. Moderní doprava rovněž umožňuje rozšiřovat masovost cestovního ruchu. Doprava působí k cestovnímu ruchu pozitivně i negativně. Železniční doprava, která funguje pro potřeby cestovního ruchu na velké vzdálenosti, byla první dopravou, která se podílela na rozšíření cestovního ruchu. U železniční dopravy dochází k neustálé modernizaci, kdy existují vyhlídkové vagony, které vedou i na hůře přístupná místa. Automobilová doprava se podílela na největším rozvoji cestovního ruchu. Tento druh dopravy převažuje na kratší vzdálenosti. Základem pro atraktivní cestovní ruch je hustá silniční síť. Automobilová doprava má ale také negativní vliv na životní prostředí. Vodní vnitrozemská doprava se uplatňuje pro účely rekreační, okružní a výletní, tudíž většinou na kratší vzdálenosti. Na delších vzdálenostech se využívá podél přírodních a kulturních atraktivit, například na středním toku Rýna a středním Dunaji. Vertikální doprava, kterou tvoří lanovky a vleky zpřístupnila návštěvníkům horské a vysokohorské oblasti a také umožnila rozvoj zimních sportů a letní rekreace. Námořní doprava se využívá pro cestování na velké vzdálenosti, využívá se také na okružních tras, které spojují poznávání společenských a přírodních atrakcí. Nejvíce se jich uskutečňuje v obvodu Středozemního moře. Letecká doprava se prosadila především na velkou vzdálenost, hlavně v mezikontinentálním měřítku. Existují jak pravidelné linky, které nás dovedou na významná místa cestovního ruchu, tak i specializované lety, které spojují oblasti na celé zeměkouli.

Ubytovací a stravovací zařízení tvoří podstatnou část pro realizaci cestovního ruchu. Kapacita zařízení vytváří možnosti pro jeho koncentraci a také rozmístění. (Hrala, 2013, s. 29-32)

1.5 Ekonomika cestovního ruchu

Ekonomika cestovního ruchu je aplikovaná věda, která zkoumá chování lidí a skupin v procesu výroby, rozdělování, směny a spotřeby produktů cestovního ruchu. Cílem je uspokojení potřeb při omezení zdrojů cestovního ruchu a při konkurenci během užívání. (Beránek, 2016, s. 42-43)

1.5.1 Metodologie ekonomiky cestovního ruchu

V rámci metodologie ekonomické teorie existují 4 základní přístupy:

- Subjektivistický přístup
- Neopozitivisticko-empirický přístup
- Racionalistický přístup
- Dialekticko-materialistický přístup

Subjektivistický přístup se vyznačuje analýzou ekonomického jevu. Jako výchozí bod se bere hospodařící subjekt, který působí na okolní svět. Objektem analýzy se zde stává chování subjektu ekonomiky. Nejdůležitější kategorií je zde potřeba a užitek. Ekonomika se stává teorií volby, kterou činí hospodařící subjekt.

Neopozitivisticko-empirický přístup vychází z detailního zkoumání samotných jevů a jejich hodnocení. Důležitým faktorem se stává technický aparát pro výzkum. Výsledkem jsou ekonomické modely různého druhu. Podle technického přístupu se například dělí ekonomie na makroekonomii a mikroekonomii.

Racionalistický přístup vychází z objevu racionálních (přirozených) zákonů civilizace. Nutný je zde výzkum ekonomického systému obecně, dále výzkum ekonomických zákonů, které mají za úkol regulovat daný systém a zkoumání tzv. ekonomické anatomie společnosti. Cílem ekonomie se zde stává zkoumání zákonů, které regulují výrobu, rozdělování, směnu a spotřebu produktu.

Dialekticko-materialistický přístup má svůj základ z objektivní analýzy, která se zabývá vnitřními vztahy a také rozvoji těchto vztahů. V marxistické škole byl tento přístup označován za jediný správný.

Kromě ekonomických přístupů se využívají i osobité nástroje, jako příklad se uvádí metody vědecké abstrakce, analýzy a syntézy, indukce a dedukce, historie a logiky. (Beránek, 2016, s. 43-44)

1.5.2 Ekonomické ukazatele cestovního ruchu

Základní ukazatel, který nám ukazuje příjezd turistů do země je turistický tok. Ten je charakterizován celkovým počtem turistů, celkovým počtem dnů pobytu turistů v zemi. Pro výpočet celkového počtu dnů se využívá počet návštěvníků, který vynásobíme průměrnou délkou pobytu jednoho návštěvníka ve dnech. Pokud jsou známy údaje o objemu turistického toku, je možné určit předpokládané denní výdaje turisty.

Celkové výdaje návštěvníků jsou velmi užitečné a jasně srozumitelné údaje. Pro turistický tok se využívají koeficienty nerovnoměrnosti turistického toku.

Pro rozvoj materiálně technické základy cestovního ruchu se využívají kapacitní ukazatele, patří sem počet pokojů v ubytovacích zařízeních, počet míst ve stravovacích zařízeních, počet míst nabízených zábavními podniky. Rozlišujeme dva typy kapacitních ukazatelů a to:

- Absolutní kapacitní ukazatele (počet stálých lůžek, počet disponibilních pokojů, počet lůžkodnů, počet míst k sezení, počet míst na volné ploše, počet sedadel v dopravním prostředku apod.)
- Relativní kapacitní ukazatele (výše zmíněné hodnoty, které jsou vztaženy na počet obyvatel, rozlohu země apod.)

Jedním z nejvýznamnějších ukazatelů je počet lůžkodnů, který představuje jedno přenocování jedné osoby.

Dalším důležitým pojmem je lůžková kapacita, ta představuje maximální počet osob, který může být ubytován v určitém ubytovacím zařízení, regionu nebo celé zemi. Pro co nejpřesnější vyjádření používáme termín disponibilní ubytovací kapacita, ta představuje maximální počet osob, který může být ubytován v daném období. Od celkového počtu míst se odečítají místa, která nejsou k dispozici z důvodu rekonstrukce oprav apod.

Další skupinou jsou ukazatele, které charakterizují stav a rozvoj mezinárodního cestovního ruchu, sem patří:

- Počet turistů, kteří navštívili zahraničí
- Počet dnů pobytu zahraničních turistů
- Celkové peněžní výdaje zahraničních turistů

2 LÁZEŇSTVÍ

Lázeňstvím se zabývá vědní obor, kterému říkáme balneologie. Jedná se o nauku o léčení přírodními zdroji a jejich účincích na lidský organismus. Přírodní léčivé zdroje jsou přírodní materiální vody, zřidelní plyn, peloidy a léčivé klima. (Jakubíková, 2019, str.19-20)

2.1 Historie lázeňství

Počátky lázeňství sahají až do starověku, kdy se objevuje v řecké mytologii celá řada pramenů. Řekové byli jako první, kteří se zabývali využitím pramenů, ale také jejich popisem a klasifikací. Léčebné koupele se začaly využívat od 5. století př. n. l. na území vulkanického Řecka a přilehlých území. Nejstarším nalezištěm lázní byla Olympia, kde se nacházely lázně a bazény se studenou a teplou vodou. Zastáncem lázní pro léčebné účely byl Hippokrates z Kosu, který kombinoval koupele se cvičením a vzděláním. Právě jeho učení položilo základy pro vývoj lázní. (Jakubíková, 2019, str.20-21)

Ve starověkém Římu se začali využívat lázně později než v Řecku. Největší rozvoj lázní v Římě nastal v období císařství. Na počátku letopočtu se v Říme nacházelo 170 veřejných lázní, které byly velmi oblíbené mezi občany, kteří zde hledali odpočinek a uvolnění. Lázně se rozšiřovaly také na místa, která byla Římem okupována. Příkladem jsou Vichy ve Francii nebo Aachen v Německu. S rozpadem římské říše došlo k úpadku lázeňství, kdy většina lázní byla zničena nebo přestavěna na kostely. (Jakubíková, 2019, str.21-23)

Tyto dávné římské stavby, které sloužily pro lázně se neustále využívají v současné době. Buď se jedná o původní stavby, které jsou především na území Itálie, Francie a Velké Británie, nebo stavby, které byly později postaveny jako inspirace římským lázeňským domům. Jako příklad se uvádí budovy ve Washingtonu D.C. Jedná se především o soudní budovy, sídla, pošty a další. (Blouet, 2012, str. 47-48)

V období renesance, která se označuje jako návrat k antickým ideálům se začaly lázně opět více vyhledávat. Velmi navštěvované byly přírodní lázně, které byly nejvíce využívány v 16. a 17. století. S nástupem Marie Terezie na trůn došlo k mnoha reformám ve zdravotnictví, které znamenali konec lazebnictví. K rozvoji moderních základů lázní došlo až v 19. století, začaly se využívat také termální bahniště, slatiny a rašeliny.

Lázeňství se využívalo nejen v Evropě ale také v Asii. Jako příklad si můžeme uvést Blízký a Střední východ, Čínu, Japonsko a Indii. Po příjezdu Evropanů do Severní Ameriky se i zde začali hledat horké a studené prameny.

V Jižní Americe byly u Aztéků velmi oblíbené potní lázně. Pocení se kombinovalo s masážemi, toho využívaly především ženy před porodem. Podél sopečných oblastí And má Jižní Amerika tisíce termálních pramenů a gejzírů. (Jakubíková, 2019, str.23-30)

2.2 Předpoklady rozvoje lázeňství

Vývoj lázeňství je úzce vázán s výskytem minerálních uhlíčitých vod. Úloha lázeňství je těžce zastupitelná v léčbě řady chronických onemocnění, v prevenci přechodu nemocí do chronického stadia a vzniku komplikací v následné péči a také rehabilitaci po onemocněních, operacích nebo úrazech. Lázeňství je možné rozdělit do dvou skupin:

- Lázeňství léčebné – jedná se o využití přírodních léčivých zdrojů
- Klimatické lázeňství – léčení s využitím klimatických podmínek

Mezi předpoklady pro rozvoj lázeňství patří:

- Přírodní podmínky
- Volný čas
- Ekonomické zdroje
- Materiálně-technická základna
- Personální předpoklady
- Lokalizační podmínky
- Selektivní předpoklady

Jedním z nejdůležitějších předpokladů pro rozvoj lázeňství jsou přírodní léčivé zdroje, mezi ně patří přírodní léčivé vody minerální a termální, dále peloidy, humidy, bahna, vřidelné plyny, emanace, a klimatické podmínky. Je potřeba aby tyto zdroje měly vědecky prokázané pozitivní účinky na zdraví člověka a splňovaly hygienické normy.

Velmi důležité je věnovat svůj volný čas mimo zábavy a rozptýlení také péči o své tělo, zdraví a duši. Tento čas se může trávit v lázeňských zařízeních.

Lázně v České republice až na výjimky patří do nestátních zdravotnických zařízení. Zdroje získávají ze své činnosti a z příjmů veřejných zdrojů jako jsou pojišťovny, bankovní úvěry a dotace.

Materiálně technickou základnu rozdělujeme podle určitých kritérií na věcné členění, kam patří investiční majetek, poté účel využívání, kde rozdělujeme léčebný a zdravotní úsek, ubytovací a stravovací zařízení, kulturní a společenská centra a další. Posledním kritériím je využívání zdrojů.

Pro využití lázní je potřeba mít odborný personál, který je způsobilý k výkonu funkce. V lázních se setkáváme s těmito zaměstnanci – zdravotní pracovníci, technickohospodářští pracovníci, provozní a pomocní pracovníci a zaměstnanci volnočasových aktivit.

Lázně jsou rozmístěny podle výskytu léčivých pramenů, ložisek, rašeliny a bahna. Tyto přírodní zdroje jsou základem pro rozmístění lázní.

Selektivní předpoklady představují způsobilost země nebo regionu aktivně se podílet na rozvoji cestovního ruchu. Patří sem dopravní dostupnost, časová dosažitelnost, hustota, kvalita a bezpečnost dopravní sítě. (Jakubíková, 2019, str.30-34)

2.3 Význam lázeňství

Lázeňství je oborem, které zasahuje nejen do zdravotnictví, ale také do cestovního ruchu. Lázně jsou společensko-kulturními centry. Mezi přínosy lázní patří:

- Zdravotně-léčebné přínosy
- Ekonomické přínosy
- Sociálně kulturní přínosy
- Regionální přínosy
- Enviromentální přínosy

Základním přínosem lázní je prevence, úloha lázní je složitě zastupitelná v léčbě různých onemocnění. Cílem lázní je dokončit léčebný proces, stabilizovat stav a průběh nemoci pacienta. Důležité jsou lázně také pro děti na jejich zdravý vývoj.

Ekonomické přínosy lázní můžeme rozdělit na makroekonomické a mikroekonomické. Do makroekonomických přínosů lázní patří to, že se podílí na HDP, podporuje zaměstnanost, snižuje podíl pracovní neschopnosti a má výrazný multiplikační efekt. Do mikroekonomických přínosů se řadí ekonomická efektivnost pro zařízení lázní, úzká vazba na zdravotní pojišťovny, lokalizace velikost a tradice místa.

Součástí lázní jsou také společenské kulturní sportovní a další zařízení, které představují doplňkovou činnost k lázním.

Mezi regionální přínosy patří zvýšení návštěvnosti celého regionu, ve kterém se nachází lázeňské místo, odvod poplatků do místních rozpočtů, rozvoj služeb, zvýšení konkurenceschopnosti celého regionu, rozvoj společenského života a zvýšení známosti místa.

Důležité pro fungování lázní jsou opatření, které se týkají opatření hospodaření s vodou a údržbou pramenů, hospodaření s energiemi, nakládání s odpady, omezování hluku, dopravy a péče o zeleň. Podstatný je také monitoring nepříznivých vlivů, které sledují stav životního prostředí. Dále je důležité rovněž informovat hosty o důležitosti ochrany životního prostředí. (Jakubíková, 2019, str.34-36)

2.4 Lázeňství v České republice

Lázeňství v České republice má bohatou tradici, existuje zde celá řada legislativních norem, které upravují jejich činnost. V současnosti existuje 38 lázeňských míst na našem území.

2.4.1 Vývoj lázeňství v ČR

Počátky o lázeňství sahají do období vlády Karla IV., kdy existuje celá řada legend, které však nejsou historicky doložené. První písemná zmínka o lázních na našem území je z roku 1517, kde v mapě Mikuláše Klaudiána jsou vyznačeny místa, kde se vyskytují lázeňské prameny, nicméně bez zvláštního označení pramene. Středověk byl pro lázeňství dobou temna, změna přišla až s koncem 18. století, kdy lázně dostávají novou šanci k rozvoji. S lázněmi úzce souvisí také jedinečná architektura, ta nese v některých českých i moravských lázních rukopis velmi významných architektů. Lázeňskými návštěvníky byli většinou aristokraté, vysocí státní úředníci, diplomati a bohatší obchodníci.

Zlatou éru v lázeňství označujeme období na konci 19. a začátku 20. století, kdy docházelo k dokončení staveb lázeňských komplexů. Kromě Prahy jsou v českých zemích nejvíce navštěvovaná právě lázeňská města. Problémem pro lázně nastalo období industrializace, která byla spojení s těžbou a stavební činností. V této době došlo k zničení některých pramenů, na základě těchto událostí došlo k vytvoření ochranných pásem kolem lázní.

V době druhé světové války došlo k úpadku lázní, většina lázeňských středisek připadla Němcům, které pro své účely využívala armáda. Některé objekty lázní byly úplně zničeny. Po druhé světové válce došlo k obnovení lázeňství v Československu. Došlo k jejich

znárodnění, tyto státní lázně byly chráněny zákonem č 125/1948. Největší problém pro lázně nastal v 80. letech 20. století, kdy z důvodu nedostatečné materiálně – technické základny došlo k výraznému poklesu úrovně lázní.

Po roce 1989 došlo ke změně v lázeňství, lázně opět začaly plnit svůj charakter pro aktivity v regionu. Z důvodu špatného stavu, a to z důvodu neochoty modernizace v době po druhé světové válce, došlo u řady lázní k velkým opravám. V bídém stavu se nacházeli také ubytovací a stravovací zařízení, v lázních pracoval nedostatečný počet pracovníků, kteří byli také nedostatečně odborně vzděláni.

Lázně jsou v současně velmi závislé na veřejné zakázce, na schopnosti a chuti pojišťoven posílat pacienty na ozdravné pobyty. Pro budoucnost lázní jsou velmi důležití hosté, kteří lázně navštěvují pro rekreační pobyt. (Jakubíková, 2019, str.71-78)

2.4.2 Legislativa

Lázeňství v České republice je upraveno následujícími legislativními normami:

- Zákon č. 164/2001 Sb., o přírodních léčivých zdrojích, zdrojích přírodních minerálních vod, přírodních léčebných lázních a lázeňských místech a o změně některých souvisejících zákonů (Lázeňský zákon)
- Zákon č. 1/2015 Sb. (Indikační seznam), kterým se mění zákon č.48/1997 Sb., o veřejném zdravotním pojištění a o změně a doplnění některých souvisejících zákonů ve znění pozdějších předpisů
- Zákon č. 372/2011 Sb. o zdravotních službách ve znění pozdějších předpisů
- Zákon č. 147/2016 Sb., o zdravotních službách ve znění pozdějších předpisů
- Zákon č. 20/1966 Sb., o péči zdraví lidu, ve znění pozdějších předpisů
- Zákon č. 160/1992 Sb., o nestátních zdravotních zařízeních ve znění pozdějších předpisů
- Vyhlášky ministerstva zdravotnictví
- Nařízení vlády (Jakubíková, 2019, str.79-81)

Lázeňský zákon stanovuje podmínky pro vyhledávání, ochranu, využívání a další rozvoj přírodních léčivých zdrojů, dále zdrojů přírodních minerálních vod, a to zejména k dietetickým účelům, přírodních léčebných lázní a lázeňských míst.

Zákon č. 1/2015 Sb. (Indikační seznam) se skládá ze seznamu indikačních skupin pro dospělé, děti a dorost. V zákoně jsou uvedeny různé nemoci a délka jejich základního a opakovaného léčebného pobytu.

Dalším zákonem spojených s lázeňstvím je zákon č. 372/2011 Sb. o zdravotních službách ve znění pozdějších předpisů. V zákoně jsou charakterizovány jednotlivé druhy a formy zdravotní péče, dále podmínky poskytování zdravotní péče, oprávnění k poskytování zdravotních služeb, práva a povinnosti pacienta a poskytovatelů a další.

Zákon č. 147/2016 Sb., o zdravotních službách ve znění pozdějších předpisů se zabývá změnou zákona o zdravotních službách. V tomto zákoně je charakterizován registr zdravotnických pracovníků a národní registr hrazených zdravotních služeb.

Zákon č. 20/1966 Sb., o péči zdraví lidu, ve znění pozdějších předpisů představuje účast občanů, profesních organizací, profesních a jiných občanských sdružení v péči o zdraví, v další části je charakterizování zdravotnictví, úkoly vědy a výzkumu v péči o zdraví lidu, zpracování osobních údajů souvisejících zajišťováním zdravotní péče a řízení o zdraví a rozhodování při výkonu zdravotní péče

Zákon č. 160/1992 Sb., o nestátních zdravotních zařízeních ve znění pozdějších předpisů se zabývá poskytováním zdravotní péče v nestátních zdravotních zařízeních a jejich provozování. (Zákony pro lidi, ©2022)

Ministerstvo zdravotnictví vydalo celou řadu nařízení, které se týkají lázeňství. Za zmínku stojí vyhláška, která stanovuje způsob a rozsah hodnocení přírodních zdrojů a zdrojů přírodních minerálních vod, vyhláška o stanovení odborných kritérií a další náležitosti k výkonu odborného dohledu nad využíváním a ochranou přírodních léčivých zdrojů a vyhláška o požadavcích na jakost a zdravotní nezávadnost balených vod a způsobu jejich úpravy.

Řada vyhlášek se rovněž týkala personálního zabezpečení lázeňských léčebných zařízení, příkladem je vyhláška o stanovení odborných kritérií a dalších náležitostí pro poskytování léčebné rehabilitační péče. (Jakubíková, 2019, str.81-82)

2.4.3 Lázeňská místa v ČR

V tabulce jsou zobrazeny všechny lázeňská místa v ČR. Až na Běloves, Bilinu a Dubí jsou všechna funkční, tyto města neposkytují lázeňskou léčebnou rehabilitační péči. Statutem

lázeňské město se pyšní všechna uvedená mimo Buchlovic, Hodonína – Josefova, Karviné – Darkov a Klášterce nad Ohří. (Ministerstvo zdravotnictví ČR, ©2022)

Tabulka 1 Seznam lázeňských měst v ČR (zdroj: Ministerstvo zdravotnictví ČR, zpracování vlastní)

Seznam lázeňských míst v ČR			
Bechyně	Jeseník	Lázně Kynžvart	Slatinice
Běloves	Karlova studánka	Lázně Libverda	Teplice nad Bečvou
Bílina	Karlovy Vary	Lednice	Teplic v Čechách
Bludov	Karviná – Darkov	Lipová – lázně	Toušeň
Buchlovice	Kláštepec nad Ohří	Luhačovice	Třeboň
Dubí	Konstantinovy Lázně	Mariánské lázně	Velichovky
Františkovy lázně	Kostelec u Zlína	Mšené Lázně	Velké Losiny
Hodonín – Josefov	Lázně Bělohrad	Klimkovice	Vráž
Jáchymov	Lázně Bohdaneč	Ostrožská Nová Ves	
Janské lázně	Lázně Kundratice	Poděbrady	

3 STRATEGICKÉ PLÁNOVÁNÍ

Počátky strategického plánování sahají do 19. století a souvisí s urbanismem, který vznikl jako samostatná vědní disciplína. Do druhé světové války byly územní plány tvořeny na základě estetických a intuitivních představ spíše než na empirickém zkoumání. V 60. letech minulého století se v Evropě objevují dva přístupy k plánování, a to strategické plánování a územní plánování. Obecnější povahu mělo strategické plánování, které se týká tvoření vizí a cílů města v delším časovém období. Na druhé straně bylo územní plánování myšlenkově spjata s tvorbou fyzického prostředí města s ohledem na jeho estetické kvality.

Současným urbanistickým tématem je schopnost uskutečnit navržené změny. Plánování města je chápáno jako stále se vyvíjející proces, na kterém je potřeba neustále pracovat. (Stejskalová, 2014, str. 14-17).

V rámci hierarchického uspořádání strategických dokumentů rozlišujeme čtyři úrovně. Vrcholová úroveň je představována ústřední státní správou, která vytváří celospolečenské strategie. Častěji se pracuje se třemi úrovněmi strategií. Tou nejvýše postavenou je strategie na úrovni státu, následuje strategie na regionální úrovni a poslední je strategie na lokální úrovni. (Krbová 2016, str. 78-79)

3.1 Struktura strategického dokumentu

Důležitou součástí každé strategie je vymezení hlavních premis, vymezení důvodu a smyslu a identifikace zainteresovaných osob, které ovlivňují realizaci strategie nebo mohou ovlivnit její výstupy. Každý strategický dokument by měl obsahovat:

- Strategickou analýzu a syntézu
- Návrh strategie k dosažení cílového stavu
- Návrh implementace
- Návrh hodnocení

Strategický dokument se skládá ze dvou základních segmentů:

- Socioekonomická a SWOT analýza
- Návrhová část (Krbová, 2016, str. 74)

Úkolem socioekonomické analýzy je seznámit se se situací daného regionu nebo oblasti. Většinou jde o popis nejdůležitějších souvislostí a na jejich základě zhodnotit současný stav. Hlavním cílem je nalezení stěžejních míst místního společenství. Má dvě části:

- Sběr dat
- Analýza dat (Krbová 2016, str. 74-75)

Na základě výstupů ze socioekonomické analýzy se vytváří SWOT analýza, ta je zaměřena na identifikaci vnitřních faktorů, kam řadíme silné a slabé stránky a vnějších faktorů, kde patří příležitosti a hrozby. SWOT analýza by měla být povinnou součástí každé strategie. SWOT analýza se využívá jako přechod mezi analytickou a návrhovou částí. Výhody SWOT analýzy jsou jednoduchost, široká využitelnost a je jasně komunikovatelná a názorná. Nevýhodou je využívání nekvalitních dat, SWOT analýza pracuje se subjektivními daty, neodděluje sběr dat s jeho následným vyhodnocení a rozhodováním, ignoruje základní principy, které vedou k nesprávnému přiřazení do příslušné oblasti. (Alan Sarsby, 2016, str. 3-4)

3.2 Přístupy ke strategickému plánování

Základní přístupy strategického plánování ve veřejné správě jsou:

- Balanced scorecard
- Benchmarking
- Participace veřejnosti při strategickém plánování a využívání kreativních metod
- E-government jako podpora participace veřejnosti při strategickém plánování
- Selektce a hodnocení návrhů a nápadů (Krbová 2016, 103-104)

Balanced scorecard je nejvyužívanější metodou ve strategickém plánování, uskutečňuje se v rámci strategie Smart Administration, která je zaměřena na pět oblastí, jejichž cíl je zefektivnění řídicích procesů ve veřejné správě. Balanced scorecard je metoda, která vede k propojení aktivit se strategickými cíli. Jednotlivé cíle a měřítka se přiřazují ke konkrétnímu úhlu pohledu, které označujeme jako perspektivy nebo také priority. Těmi mohou být finanční, klientské a růstové priority nebo také priority interních procesů. Balanced scorecard funguje ve strategickém řízení jako systém ukazatelů z oblasti financí, klientů, interních procesů, učení se a růstu. Předpokladem je formulace konkrétních strategických cílů. Nezbytným předpokladem je upřesnění cílů pomocí

měřítek, které jsou ve formě klíčových výkonnostních indikátorů. Pravidelná kontrola reálného stavu s plánem nám pomáhá sledovat odchylky a přijímat návrhy, které povedou k jejich revizi. (Krbová 2016, 104-108)

Základním rysem benchmarkingu je hledání nejlepších praktik, systematický proces neustálého zlepšování, proces porovnání s těmi nejlepšími. Hlavním cílem benchmarkingu je hledání cesty pro neustálé zlepšování a učení, které vede k lepším výsledkům. Benchmarking se realizuje ve čtyřech krocích:

- Sebehodnocení
- Provedení interního benchmarkingu
- Hledání externích partnerů
- Vlastní porovnání

Ve veřejné správě je interní benchmarking využíván pro vnitřní prostředí regionu nebo sektoru. Využívá se také na odhalení silných a slabých stránek. Nevýhodou je nedostatečné srovnání s externím prostředím. Benchmarking se z hlediska typologie dělí na výkonový, procesní a strategický. Podstatu a princip benchmarkingu ve strategickém plánování se definují základními mezníky – identifikace vlastních slabin a předností, porovnání vybraných ukazatelů s benchmarkingovým partnerem, hledání rozdílů a jejich zdůvodnění, implementace dobré praxe, vyhodnocení dosažených výsledků. (Krbová 2016, 108-110)

Hlavním významem participace při strategickém plánování je posilování prvků přímé demokracie do zastupitelské demokracie. Participace veřejnosti je znakem tzv. Good governance, která představuje moderní formu dobrého vládnutí za využití IT technologií. Aby participace byla úspěšná a efektivní je potřeba formulovat jasné zadání, jasné výstupy, volbu vhodné metody, techniky a komunikace, proces zpětné vazby.

Mezi základní principy participace veřejnosti patří:

- Výběr vhodných témat
- Průběžná komunikace s veřejností
- Perfektně připravený proces participace
- Správné načasování
- Vhodný výběr cílových skupin

Pro participaci se využívají tyto metody:

- Komunitní plánování
- Participativní rozpočtování
- Brainstorming
- Brainwriting
- Brainsketching
- Charrette
- Mind mapping
- Metoda scénářů
- Strom cílů a prostředků (Krbová 2016, 110-120)

E-Government se překládá jako elektronické vládnutí, jedná se o trend, který se vyskytuje v západních zemích Evropy od poloviny devadesátých let minulého století. Elektronizace se využívala na počátku především v soukromém sektoru, v posledních letech však převládá také ve veřejné správě, kde se stala součástí národního hospodářství. Pro příklady dobré praxe v participaci eGovernmentu se používá Velká Británie, které je známá jako leader zavádění elektronizace do veřejné sféry. (Krbová 2016, 120-121)

Mezi nejlepší země v eGovernmentu patří Estonsko. To se v průzkumu eGovernmentu OSN v roce 2020, kde se hodnotil přístup k elektronizaci všech 193 členských států umístilo v nejlepší trojici států společně s Dánskem a Korejskou republikou. Estonsko se posunulo na třetí pozici z 16. místa z roku 2018. (E-Estonia, ©2020)

Pro účely eGovernmentu se využívá Crowdsourcing, který je model založený na získávání řešení od veřejnosti. V ČR se tato metoda někdy označuje jako e-Partnerství, používá se metoda top-down. Jedná o otevřenou platformu, jejímž cílem je získat co nejvíce nápadů a podniků. Tento proces probíhá s využitím informačních a komunikačních technologií.

Výhodou crowdsourcingu je zapojení veřejnosti do řešení problémů, využívání informačních a komunikačních technologií, které vedou ke zrychlení procesů, Naopak nevýhodou můžou být zvýšené náklady, komplikovanost procesu absence vhodné motivace veřejnosti.

Poslední metodou je selekce a hodnocení návrhů a nápadů, u ní je vždy důležité se zbavit návrhů, které nemají šanci na uplatnění, protože pokud dojde na jejich realizaci, bude velmi obtížné je pak přerušit (Krbová 2016, 121-123)

3.3 Strategické dokumenty

Strategické dokumenty jsou střednědobé až dlouhodobé výhledy, které směřují k dosažení určitých cílů. Podle území, na které se vztahují se dělí na mezinárodní dokumenty, národní dokumenty, regionální dokumenty, oblastní dokumenty a místní dokumenty. (Databáze strategií, © 2022)

3.3.1 Mezinárodní dokumenty

Mezinárodní dokumenty jsou ty, které vznikají České republice na základě členství v různých organizacích, jako je Evropský unie, OSN, Světová zdravotní organizace, UNESCO a Visegrádská skupina

- Evropská unie – Evropa 2020, Obnovená strategie EU pro udržitelný rozvoj, Priority EU, Next Generation EU, Strategie EU a mnoho dalších dokumentů
- OSN – Agenda OSN pro udržitelný rozvoj 2030, Cíle udržitelného rozvoje, Kjótský protokol k Rámcové úmluvě OSN o změně klimatu, Pařížská dohoda k Rámcové úmluvě OSN o změně klimatu, Rámcová úmluva OSN o změně klimatu, UNECE Strategie pro vzdělávání pro udržitelný rozvoj a další
- Světová zdravotní organizace – Zdraví 2020: Evropská politika pro zdraví a kvalitu života
- UNESCO – UNESCO Globální akční program pro vzdělávání k udržitelnému rozvoji, UNESCO strategie vzdělávání, UNESCO Střednědobá strategie
- Visegrádská skupina – Společná strategie územního rozvoje států V4+2 (Databáze strategií, © 2022)

3.3.2 Národní dokumenty

Národní dokumenty se rozdělují podle jednotlivých ministerstev, příkladem je Dopravní politika České republiky 2021-2027 s výhledem do roku 2050 Ministerstva dopravy, Digitální Česko: Úvodní dokument Ministerstva vnitra nebo Strategický rámec rozvoje péče

o zdraví v České republice do roku 2030 Ministerstva zdravotnictví. (Databáze strategií, © 2022)

Vlastní dokumenty má také Úřad vlády České republiky: Národní politika výzkumu, vývoje a inovací České republiky 2021+, Digitální Česko: Česko v digitální Evropě

Do skupiny národních dokumentů řadíme dokumenty dalších subjektů jako jsou Akademie věd ČR, Czechinvest, Český statistický úřad, Nejvyšší kontrolní úřad a další. (Databáze strategií, © 2022)

3.3.3 Regionální dokumenty

Regionální dokumenty se rozdělují do dvou skupin – první skupinu tvoří 14 krajů a druhou 8 regionů soudržnosti.

Mezi typické regiony pro kraje patří Program rozvoje kraje, koncepce a strategie konkrétních oblastí a střednědobý plán rozvoje. Regiony soudržnosti mají dokumenty, které se týkají zlepšování kvality ovzduší jednotlivých zón. (Databáze strategií, © 2022)

3.3.4 Oblastní dokumenty

Oblastní dokumenty jsou dokumenty integrovaných územních investic, integrovaných plánů rozvoje území, místních akčních skupin a mikroregionů. Patří sem strategie těchto konkrétních oblastí. Město Luhačovice patří do mikroregionu Luhačovické zálesí.

3.3.5 Místní dokumenty

Obce a města v České republice mají svůj strategický dokument, ve většině příkladů se jmenuje Program rozvoje dané obce. Kromě tohoto základního dokumentu mají větší obce a města ještě další strategické dokumenty, případně také akční plán, který je na kratší dobu. Luhačovice mají Program rozvoje města 2014–2022 (Databáze strategií, © 2022)

II. PRAKTICKÁ ČÁST

4 ANALÝZA CESTOVNÍHO RUCHU V LUHAČOVICÍCH

V analytické části bude nejdříve pozornost zaměřena na charakteristiku města Luhačovice, následovat bude analýza nabídky cestovního ruchu, poté analýza poptávky cestovního ruchu. Následně se zmíním o informačních tocích, které informují zájemce o Luhačovice, poté zdroje financování pro cestovní ruch. Dále budou provedeny rozhovory s vybranými aktéry, následně bude shrnuta celá analytická část. Poslední částí bude SWOT analýza, která bude fungovat jako přechod mezi analytickou a návrhovou částí.

4.1 Charakteristika města Luhačovice

Luhačovice jsou město, které se nachází v okrese Zlín ve Zlínském kraji. Žije zde 5059 obyvatel a rozloha města je 33 km². Luhačovice se skládají ze 4 částí – největší z nich Luhačovice, následuje Kladná Žilín, Polichno a Řetečov.

Luhačovicemi protéká říčka Šťavnice a nachází se zde strmé zalesněné kopce. Ve dvacátých letech minulého století kousek od Luhačovic vznikla Luhačovická přehrada, které se někdy označuje také jako Pozlovická. Jejím úkolem bylo především zadržovat záplavy. Mimo toto využití sloužila také pro rekreaci. Luhačovicemi prochází silnice II/492.

V Luhačovicích se nachází čtvrté největší lázně v České republice a největší lázně na Moravě. V Luhačovicích vyvěrá 6 přírodních pramenů. Léčí se zde lidé s onemocněním dýchacího ústrojí, trávením a obezitou.

První osídlení v Luhačovicích je z doby 7. století našeho letopočtu, což ukazují archeologické nálezy. První písemná zmínka o Luhačovicích je z roku 1412. První prameny se v Luhačovicích objevily koncem 18. století, kdy Luhačovice zažily první výrazný rozmach. K úpadku Luhačovic došlo koncem 19. století, z toho důvodu vznikla v roce 1902 první akciová lázeňská společnost. V tomto období přicházeli do Luhačovic významní architekti, díky kterým mají Luhačovice svou dnešní podobu.

Významné osobnosti, kteří jsou spjati s Luhačovicemi jsou Dušan Samuel Jurkovič, Emil Králík, Bohuslav Fuchs a další architekti. Mezi další významné osobnosti patřili František Kožík, Leoš Janáček, František Veselý. Mezi partnerská města Luhačovic patří polská Ustroň, a slovenské Piešťany a Topoľčany. (Oficiální stránky města Luhačovice, ©2022)

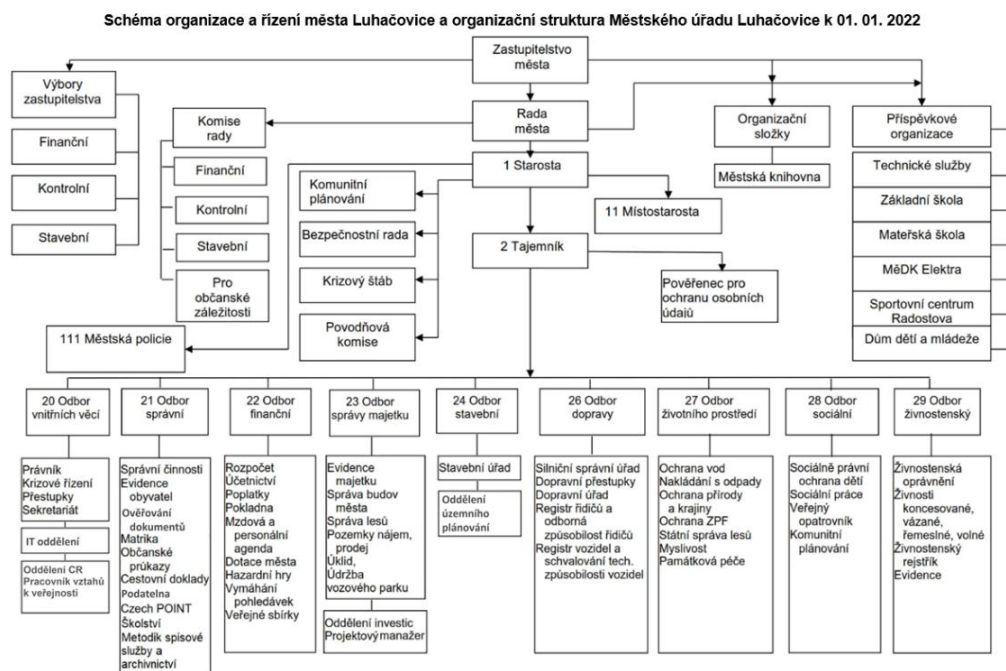
4.2 Analýza nabídky cestovního ruchu

V této kapitole budou představeny prvky, které tvoří nabídku cestovního ruchu, jako první bude přiblížen organizační rámec cestovního ruchu, dále turistického informačního centra v Luhačovicích, následně lázeňství a jeho vliv na město, poté možnosti sportu a relaxace. V další části jsou představeny možnosti ubytování a stravovacích služeb. V poslední části jsou zmíněny průvodcovské služby, které město nabízí.

4.2.1 Organizační rámec cestovního ruchu v Luhačovicích

Starostou Luhačovic je Ing. Marian Ležák, tajemníkem PhDr. František Hubáček. Celá organizační struktura se nachází na obrázku níže.

Odbor Cestovního ruchu vznikl v Luhačovicích jako jeden z odborů v roce 2003. Zrušen byl v roce 2009, kdy byl přesunut pod Městský dům Kultury Elektra. Od roku 2021 byl na městský úřad přijat pracovník, který má koordinaci cestovního ruchu na starosti v rámci odboru vnitřních věcí.



Obrázek 4 Organizační struktura města Luhačovice (zdroj: město Luhačovice)

4.2.2 Turistické informační centrum

Městské turistické a informační centrum se nachází v centru města v budově Městského domu kultury Elektra. Je certifikováno podle České centrály cestovního ruchu a je oprávněno

používat symbol, který označuje vybraná pověřena informační centra. Hlavní činností je sbírání, třídění a aktualizace o Luhačovicích a okolí.

Turistické informační centrum (TIC) navrhuje celou řadu služeb pro turisty, ale také pro obyvatele města. Tyto služby jsou představeny níže v tabulce.

Tabulka 2 Služby poskytované TIC (Zdroj: rozhovor s vedoucím TIC v Luhačovicích, zpracování vlastní)

Služby poskytované TIC	
Sběr a třídění informací o Luhačovicích	Prodej senior karty
Tvorba a udržování kulturních a turistických informací	Prodej parkovacích míst
Poskytování informací o kulturních akcích	Průvodcovské služby
Rezervace a prodej vstupenek	Skenování kopírování
Předprodej vstupenek přes Ticketportal	Poskytování dopravních informací
Úschovna zavazadel	Prodej jízdenek a místenek na autobusy
Aktualizace seznamů ubytovacích zařízení	Rozmanité ubytování v soukromí
Prodej zboží	Správa sociálních sítí a webu

Informační centrum se mimo výše zmíněných služeb soustředí také na pracovní procesy, mezi které patří:

- **Objednávky**

V současné době se objednává pouze telefonicky, k dispozici není formulář ani evidence. Do budoucna se počítá s využitím softwaru Vera.

- **Prodej vstupenek**

Prodej probíhá osobně v TIC, platba hotově, je potřeba rozlišovat pokladny.

- **Rezervace lístků**

Rezervace přes e-mail, vydává se faktura, potvrzení o platbě se zapisuje do sešitu, lístky se posílají poštou.

- **Návštěvnost**

Dříve se využívalo počítačadlo, nyní se zapisuje ručně, každý měsíc se údaje posílají na centrálu statistiky.

- **Pokladna**

Slouží pouze pro TIC, platí se hotově, pro jiné subjekty se přefakturuje, nebo se separuje do obálek.

- **Sklad**

Na skladě se shromažďuje propagační materiál, důležitá je pravidelná inventura, pomocí které se zjišťuje stav.

V TIC se nachází řada propagačních materiálů, které slouží k většímu poznání Luhačovic a také jeho okolí. Jedná se většinou o různé mapy.

Tabulka 3 Propagační materiál (Zdroj: rozhovor s vedoucím TIC v Luhačovicích, zpracování vlastní)

Propagační materiál	
Mapa města	Průvodce do kapsy
Turistická mapa	Turistický průvodce
Okolím Luhačovicka – Městys Pozlovice	Kalendář akcí
Luhačovice – magická síla přírody	Objevte Zlínsko a Luhačovicko
Luhačovice – Jurkovičovi stavby	Cyklo mapa Východní Morava
Objevte Východní Moravu	Bílé Karpaty a Vizovické vrchy
Objevte Zlínsko a Luhačovicko	Cykloturistika pro každého

V následující tabulce je popsán historický vývoj tržeb a návštěvnosti v informačních centrech v Luhačovicích a Uherském Brodě. Z tabulek je vidět mnohonásobně větší návštěvnost a také tržby. Tržby TIC v Luhačovicích byly od roku 2016 rostoucí až do roku 2019, kde už však došlo k menšímu poklesu. Výraznější pokles nastal v roce 2020, který byl ovlivněn celosvětovou pandemií.

Tabulka 4 Porovnání tržeb a návštěvnosti TIC v Luhačovicích a Uherském Brodě (Zdroj rozhovory, zpracování vlastní)

Tržby TIC (v Kč)		
	Luhačovice	Uherský Brod
2020	2 797 919	113 117
2019	4 500 483	181 220
2018	4 511 446	190 486
2017	3 357 760	145 585
2016	3 689 729	140 916
Celkem	18 857 337	771 324
Návštěvnost TIC		
	Luhačovice	Uherský Brod
2020	40 082	7 333
2019	86 085	22 927
2018	73 491	26 927
2017	65 285	25 156
2016	62 336	25 616
Celkem	327 279	107 959
Tržby na jednoho návštěvníka za období	57,618536	7,144601191

Následující tabulka představuje měsíční návštěvnost v jednotlivých měsících roku 2019. Nejvíce lidí navštíví obě turistická centra o prázdninových měsících v červenci a srpnu, kdy se návštěvnost v Luhačovicích dostala nad deset tisíc návštěvníků za měsíc. Vysoká návštěvnost byla také v září. Nejnižší návštěvnost v Luhačovicích byla v lednu a prosinci, v Uherském Brodě v listopadu a prosinci.

Tabulka 5 Porovnání návštěvnosti TIC v jednotlivých měsících v roce 2019 v Luhačovicích a Uherském Brodě (Zdroj rozhovory, zpracování vlastní)

Návštěvnost v jednotlivých měsících v roce 2019		
	Luhačovice	Uherský Brod
Leden	3956	2179
Únor	4888	2902
Březen	4744	1902
Duben	5390	1658
Květen	6745	1381
Červen	5266	1642
Červenec	11416	3057
Srpen	13085	2574
Září	10389	1653
Říjen	9925	1439
Listopad	6315	1316
Prosinec	3966	1224
Celkem	86085	22927
Průměr za měsíc	7173,75	1910,583333

V covidovém roce 2020 byla návštěvnost v obou centrech výrazně nižší. Nejvíce lidí navštívilo turistická centra opět v červenci a srpnu, nejnižší návštěvnost byla v Luhačovicích v dubnu, kdy bylo centrum úplně zavřené a poté v listopadu, kdy došlo opět ke zhoršení situace. V Uherském Brodě nejvíce lidí navštívilo centrum v lednu a únoru, nejméně v dubnu a listopadu, kdy bylo centrum po většinu zmíněných měsíců uzavřené.

Tabulka 6 Porovnání návštěvnosti TIC v jednotlivých měsících v roce 2020 v Luhačovicích a Uherském Brodě (Zdroj rozhovory, zpracování vlastní)

Návštěvnost v jednotlivých měsících v roce 2020		
	Luhačovice	Uherský Brod
Leden	3563	2005
Únor	3356	1124
Březen	1842	622
Duben	0	24
Květen	597	157
Červen	3702	370
Červenec	8006	1094
Srpen	11117	922
Září	5447	530
Říjen	1712	145
Listopad	247	0
Prosinec	493	340
Celkem	40082	7333
Průměr za měsíc	3340,1667	611,0833333

V tabulce jsou porovnány vybrané ukazatele, které byly získány na základě rozhovoru s jednotlivými zástupci informačních center v daných obcích. První část tabulky je zaměřena na informace týkající se počtu zaměstnanců, pracovní doby, zpětné vazby služeb, které centra nabízí a jak probíhá spolupráce s městem.

Tabulka 7 Srovnání turistických center v Luhačovicích, Uherském Brodě a Valašských Kloboukách, část první (Zdroj rozhovory, zpracování vlastní)

Srovnání TIC v Luhačovicích, Uherském Brodě a Valašských Kloboukách			
	Luhačovice	Uherský Brod	Valašské Klobouky
Počet zaměstnanců	4 zaměstnanci	3 zaměstnanci	2 referentky + 1 vedoucí Infocentra
Pracovní doba	Celoročně Po-Pá 8.00-17.00 So a Ne 9.00-17.00 Celoročně Po-Pá 8.00-18.00 So a Ne 9.00-17.00	Celoročně Po-Pá 7.30 - 16.30 Červen až září Po-Pá 7.30 - 16.30 So-Ne 8.00-12.00	Celoročně Po-pá 7:00-11:30, 12:00-16:00. červenec, srpen + So, Ne 10:00 – 16:00
Vyhodnocování návštěvnosti a tržeb	A.T.I.C	Denní i měsíční záznamy v tabulkách a zadávají se do A.T.I.C. ČR	Návštěvnost vedou denní, počítá počítač, měsíčně zasílají do A.T.I.C. ČR
Zpětná vazba	Zpětná vazba se nevyhodnocuje	Ústní, dotazník, který je součástí celkového hodnocení města	Zpětnou vazbu se nevyhodnocuje písemně, pouze na dotaz v TIC. Dotazníky nedoporučují, lidem se nechce nic vyplňovat
Služby	Poskytování informací, úschovna zavazadel, prodej zboží, prodej senior karty, správa webu	Senior taxi, registrace na očkování	Předprodej, servis turistům, obchůdek se suvenýry
Spolupráce s městem	Spadá pod MDK Elektra, je příspěvková organizace, spolupráce s městem úzká, zřizovatelem elektry je město Luhačovice	Součástí MěÚ, který zadává TIC práci. Spolupráce v rámci Regionu Slovácko	TIC je součástí Městského úřadu, Kulturní akce zabezpečuje Kulturní a vzdělávací středisko, má pod sebou knihovnu a muzeum. Akce plánují ve spolupráci s městem

V navazující tabulce jsou informace o působení center v online prostoru, propagačním materiálu, zboží k prodeji, e-shopu možnosti platby v turistických centrech a novinek před novou sezonou.

Tabulka 8 Srovnání turistických center v Luhačovicích, Uherském Brodě a Valašských Kloboukách, část druhá (Zdroj rozhovory, zpracování vlastní)

Srovnání TIC v Luhačovicích, Uherském Brodě a Valašských Kloboukách			
	Luhačovice	Uherský Brod	Valašské Klobouky
Sociální sítě, web	Spravuje sociální síť luhacovice.eu, kde informují o společenském dění ve městě	Sociální sítě i web spravují zaměstnanci TIC, kteří sami zajišťují také informace, občas placená propagace kulturní akce	Web a fcb obsluhuje manažer mikroregionu Valašsko-Klobučko, v loňském roce začali s placenou reklamou, ne pravidelně, pouze kampaně, částka vždy do 10 tisíc Kč
Propagační materiál	Jednotný propagační materiál TADY PRAMENÍ, Luhačovice si jej tvoří sami, jedná se o mapky, oblečení a mnoho dalších	Tvoří si jej sami, občas v rámci regionu Slovácko, pro Online slouží webové stránky cojevbrodě.cz	V tištěné podobě mají mapu města a brožuru o městě. Budou připravovat nový katalog Valašské Klobouky, Ostatní materiály jsou od centrály a dalších institucí. Nechtějí být přehlčeni letáky, proto nabízet budou pouze letáky týkající se Valašských Klobouk, zbytek uschovají a vydají jen na požádání. Všechny akce jsou také na webu
Zboží k prodeji, e-shop	E-shop existuje, prodává se zde oblečení, klíčenky, pochutiny, drobné dárky a publikace	E-shop není a neuvažuje se o něm, složité evidovat platby	E-shop není, ale nebrání se zavedení
Platba na TIC	Platí se hotově, pro jiné subjekty se přefakturuje	Platba probíhá hotově i kartou	Hotově i kartou
Novinky před sezonou	Tady pramení prohlídky, rozšíření nabídky a portfolia	Plánování novinek probíhá s odpovědným radním pro cestovní ruch	Kulturní a vzdělávací středisko + muzeum + TIC + město – pravidelné schůzky před sezonou a společný plán akcí

4.2.3 Lázně

Luhačovice jsou známé jako jedny z nejkrásnějších lázní v České republice. Řadí se mezi nejúčinnější lázně v celé Evropě, péče je zde poskytována celoročně a je určena pro děti i dospělé. Lázně v Luhačovicích neslouží pouze pro nemocné, využívají je turisté pro relaxaci, odpočinek a načerpání nových sil.

Léčba v luhačovických lázních se zaměřuje na:

- Onemocnění dýchacího ústrojí
- Nemoci trávicího ústrojí
- Nemoci z poruch látkové výměny
- Poruchy pohybového aparátu
- Nemoci oběhového ústrojí
- Onkologické nemoci

V Luhačovicích působí tři lázeňské společnosti a to:

- Lázně Luhačovice a.s.
- Lázeňské hotely MIRAMARE Luhačovice
- Lázeňský a léčebný dům Praha (Oficiální stránky města Luhačovice, ©2022)

V Luhačovicích se nachází 16 minerálních pramenů, některé slouží k pitné kúře, jiné mají balneologické účinky. Nejznámějším pramenem je Vincentka, která se jako jediná plní do lahví a prodává se v lékárnách a obchodech. Dalšími známými prameny jsou Aloiska, Ottovka, Pramen Dr. Šťastného a Pramen sv. Josef. Seznam všech minerálních pramenů se nachází v tabulce níže (Oficiální stránky města Luhačovice, ©2022)

Tabulka 9 Seznam minerálních pramenů v Luhačovicích (Zdroj: Oficiální stránky města, Luhačovice, zpracování vlastní)

Seznam minerálních pramenů v Luhačovicích		
Vincentka	Amandka	Nová Janovka
Aloiska	Marie	Vincentka 2
Ottovka	Elektra 1	Pramen Vladimír
Pramen Sv. Josef	Bystrica	Jaroslava
Nový Jubilejní	Nová Čítárna	Sirný pramen
Viola	Pramen Dr. Šťastného	

Lázně nabízí ve svých ubytovacích zařízeních léčebné pobyty, relaxační pobyty, wellness pobyty v Alexandrii, pobyty na pár dní, pobyty pro děti, Silvestrovské pobyty, Tematické pobyty. Mimo to mohou turisté využít akční nabídky, Last minute a dárkové poukazy.

Kromě těchto pobytů nabízí také Lázně speciální pobyty s benefity. Sem patří Lázeňský pobyt s benefitem, Léčebný pobyt s benefitem, Benefit pro zdravotníky na různý počet nocí. Voucher ve výši 2 000 Kč, Voucher v rámci ubytování ve Zlínském kraji – zde Luhačovice nabízí pět ubytovacích zařízení. Dále to jsou speciální preventivní programy s příspěvkem zdravotní pojišťovny a rekondiční pobyty pro profesní skupiny.

Návštěvníci se v rámci Lázní mohou ubytovat v osmi hotelích, třech vilách, šesti penzionů a 2 dětských léčebnách. Lázně Luhačovice ubytují každoročně přibližně 33 tisíc hostů. (Lázně Luhačovice, ©2022)

V rámci Lázní funguje cestovní agentura Luhanka, která nabízí pro hosty a zájemce řadu zájezdů. Nejčastějším zájezdem je návštěva krajského města Zlína, při které mohou účastníci vidět Zlínský mrakodrap, Velké kino, Kongresové centrum, Zlínský filmový festival a Zlínské filmové ateliéry. Především pro mladší hosty pořádají Lázně zájezdy do ZOO Zlín a přilehlého zámku Lešná.

Hosté mohou navštívit také Vizovice, kde mohou vidět místní zámek a ochutnat zde vyhlášené vizovické pečivo. V rámci zájezdu je také k dispozici vidět likérku R. Jelínka.

Další místa, kam Luhanka pořádá zájezdy je rozhledna Královec ve Valašských Kloboukách, rozhledna Vartovna, Valašské muzeum v přírodě v Rožnově pod Radhoštěm, Nový Jičín, Štramberskou Tůbu nebo Pustevny, které jsou známé dřevěnými stavbami Dušana Jurkoviče. (Lázně Luhačovice, ©2022)

4.2.4 Sport a relaxace

Mimo služeb, které slouží k léčbě nabízí Luhačovice celou řadu možností, jak zde strávit čas. S lázněmi souvisí také wellness a relaxace. V Luhačovicích se nachází devět wellness center. Jsou zde bazény s různými atrakcemi, sauny, solné jeskyně, meditační jurta. Wellness ve starořímském stylu nabízí hotel Alexandria, která primárně slouží jako místo pro relaxaci. V hotelu se nachází Whirlpool, sauny, parní, bylinkové a solné lázně, venkovní terasa.

Luhačovice nabízí velké množství zážitkových balíčků, které si mohou turisté, kteří vyhledávají relaxaci vybrat. Programů existuje celá řada, mezi nejoblíbenější patří:

- Romantika pro dva
- Dámská jízda
- Relaxační týden
- Levandulový Minirelax
- Pobyt pro seniory

V Luhačovicích se nachází také čtyři fitness centra, pět relaxačních studií, sedm soukromých masáží, čtyři solária, dvě solné jeskyně a mnoho dalších možností. (Oficiální stránky města Luhačovice, ©2022)

Luhačovice nabízí mimo lázně a relaxaci také sportovní vyžití. Zájemci mohou navštívit následující sportovní zařízení:

- Sportovní hala Radostova
- Městská plovárna
- Luhapark
- Koupaliště DUHA Pozlovice
- Tenisové kurty TK 2000 Luhačovice
- Petangové hřiště
- Skate park
- Přírodní vodní skluzavka
- Jízda na koni
- Půjčovny kol a kolečkových bruslí

Luhačovice jsou také vhodné pro turistiku, je zde celá řada okruhů a tras, které jsou vypsány v tabulkách níže. (Oficiální stránky města Luhačovice, ©2022)

Tabulka 10 Seznam okruhů a turistických tras v Luhačovicích (Zdroj: Oficiální stránky města Luhačovice, zpracování vlastní)

Seznam okruhů v Luhačovicích	
Krátký okruh ke Slovácké Búdě	Okruh přes letiště, Horní Dvůr a Jezírko Lásky
Okruh přes vrchol Velké Kamenné	Okruh Dušana Jurkoviče
Okruh úbočím Velké Kamenné	Okruh Starý Světlov – Malensko
Okru Solné – U Kamenného kříže	Okruh Maleniska – Starý Světlov – Podhradí
Okruh úbočím Obětové hory	
Seznam turistických tras v Luhačovicích	
Nad Nevšovou	Pod Obětovou
Do Vizovic	Na Solné
Přes Komonec na Doubravu	Pod Slávicím kopcem
Do Bojkovic	Cyrlometodějská stezka
Do Zlína	

Dominantou Luhačovic je přehrada, která se nachází v nedalekých Pozlovicích. S Luhačovicemi je přehrada propojena Jurkovičovou alejí, podél ní jsou odpočívadla sportoviště a občerstvení. Na přehradu se dá dovést vyhlídkovým vláčkem z Luhačovic. Přehrada byla postavena v roce 1930, její rozloha je čtyřicet ha a má celou řadu vyžití:

Tabulka 11 Vyžití přehrady v Luhačovicích (Zdroj: Oficiální stránky města Luhačovice, zpracování vlastní)

Vyžití přehrady v Luhačovicích	
Koupaliště Duha	Dětská hřiště
Půjčovna loďek a šlapadel	Lanové centrum Pirátská zátoka
Luhapark	naučný chodník
in-line stezka	cyklotrasa podél přehrady
Půjčovna koloběžek, inline bruslí a paddleboardů	Turistika
Vyhlídkové jízdy vláčkem	Bruslení v zimním období
Rybaření	

V poslední době začíná být velmi oblíbená cykloturistika, Luhačovice a okolí nabízí tyto cyklistické okruhy:

- Okruh Luhačovice – Biskupice
- Malý lázeňský okruh
- Okruh cyklotrasa Obora

- Okruh Luhačovice – Slavičín
- Okruh Rýsov – Malenisko
- Z Luhačovic do Zlína
- Z Luhačovic do Vizovic
- Okruh Želechovické paseky mezi Luhačovicemi a Zlínem
- Okruh Luhačovický hřebenovka (Oficiální stránky města Luhačovice, ©2022)

Luhačovice jsou známé svou jedinečnou architekturou. Luhačovice jsou místem, kde se nachází celá řada různých stylů. V Luhačovicích působilo mnoho významných architektů. Nejvýznamnějším je Dušan Jurkovič, který vytvořil mnoho budov v centru města. Budovy můžeme rozdělit na Lázeňské budovy, Vily a ostatní stavby.

V Luhačovicích se nachází deset lázeňských budov. Nejvýznamnější budovou je Jurkovičův dům. Za zmínku stojí také Vodoléčebný ústav s lázeňskou plovárnou, který byl přestaven ze starého mlýna. Většinu těchto budov postavil Dušan Jurkovič.

Tabulka 12 Lázeňské budovy (Zdroj: Vincent, zpracování vlastní)

Lázeňské budovy	
Jurkovičův dům	Lázeňský dům Bedřicha Smetany
Chaloupka	Tenisový pavilon
Lázeňský dům Jestřábí	Lázeňský dům Radun
Lázeňský pavilon Radhošť	Lázeňský pavilon Krystal
Vodoléčebný ústav s lázeňskou plovárnou	Inhalatorium

Vil se nachází v Luhačovicích patnáct. Nejznámější vilou je Agustiánský dům, který slouží v současné době jako hotel. Seznam všech vil je v tabulce níže.

Tabulka 13 Vily (Zdroj: Vincent, zpracování vlastní)

Vily	
Vila Haná	Vila Vlasta
Vila Lékárna	Rodinná vila Samorostlá
Vila Lipová	Vila Bellevue
Vila Ludmila	Vila Emausy
Vila Pracner	Vila Samohrd
Vila Regia	Agustiánský dům
Vila Růžová	Vila Kancýřka
Vila Světlana	

Mezi další stavby, které jsou v Luhačovicích patří například Lázeňské divadlo a zámek Serényiů. (Vincent, ©2022)

Tabulka 14 Ostatní stavby a skulptury (Zdroj: Vincent, zpracování vlastní)

Ostatní stavby a Skulptury	
Kaple svaté Alžběty	Busta Leoše Janáčka
Lázeňské divadlo	Socha MUDr. Františka Veselého
Zámek Serényiů	Socha svatého Gottharda
Pošta	Mohyly v lese Obora
Boží muka	

V Luhačovicích dochází souznění různých architektonických stylů. Mezi nejznámější architekty, kteří působili v Luhačovicích patří:

- Dušan Jurkovič
- Emil Králík
- Josef Skřivánek
- František Roith
- Oskar Poříška
- Bohuslav Fuchs
- Viktor Jandásek
- Alexandr Lozovský
- Ladislav Machoň
- Václav Dreyseitl (Tady pramení Luhačovice, ©2022)

4.2.5 Významné kulturní akce v Luhačovicích

V Luhačovicích se každoročně konají významné kulturní akce. Tyto akce pořádá Město Luhačovice, Kulturní Luhačovice z. s., Lázně a. s., Mdk Elektra, Divadelní Luhačovice, Royal Spa a další. Tyto kulturní akce se konají v jarních a letních měsících, konkrétně od dubna do září. Akce jsou orientovány na tradice, je zde také celá řada hudebních akcí, mezi nejvýznamnější patří Festival Janáček a Luhačovice, který pořádají Lázně a.s. Nejvýznamnější událostí je Otevírání pramenů, na jejich konání se podílí Město Luhačovice společně s Mdk Elektrou. Každoročně je slavnostní zahájení doplněno o mši svatou, průvod,

svěcení pramenů, otevírání pramenů, jarmark, přehlídku historických vozidel a besedu u cimbálu. Poslední významné akce, které se v turistické sezoně konají je Kloboukový den, který se těší v poslední době velké popularitě a Mezinárodní festival dětských folklorních souborů, který trvá čtyři dny.

V tabulce níže se nachází všechny nejvýznamnější akce, které mají regionální přesah.

Tabulka 15 Významné kulturní akce v Luhačovicích (Zdroj Lázně Luhačovice, zpracování vlastní)

Významné kulturní akce v Luhačovicích	
Festival krojových hudeb	Řezbářské sympozium
Velikonoční jarmark	Festival Janáček a Luhačovice
Roztančené Luhačovice	Akademie Václava Hudečka
Otevírání pramenů	Luhačovická pouť
Gurmánské dny na Rybářské chatě	Divadelní Luhačovice
Luhačovice – město módy a zdraví	Dny Slovenské kultury
Kolonádní koncerty	Kloboukový den
Luhovaná Vincent	MFDS Písni a tancem
Hudba hradní stráže	

4.2.6 Ubytování

Luhačovice nabízí celou řadu ubytovacích možností. Ty můžeme rozdělit na lázeňské hotely, wellness hotely, hotely, penziony, ubytování v soukromí, apartmány a kempy. Některé hotely se řadí do více kategorií, protože mají více využití.

Lázeňské hotely

V Luhačovicích se nachází devět lázeňských hotelů. Pět z nich je čtyřhvězdičkových. (Oficiální stránky města Luhačovice, ©2022)

Tabulka 16 Lázeňské hotely (Zdroj: Oficiální stránky města Luhačovice, zpracování vlastní)

Lázeňské hotely	
Wellness hotel Pohoda	Lázeňský léčebný dům Hotel Praha
Vila Antoaneta Lázeňský hotel	Vila Valaška Luxury Spa & Wellness
Niva Lázeňský & wellness hotel	Dům Bedřicha Smetany
Hotel Morava	Lázeňský hotel MIRAMARE
Jurkovičův dům	

Wellness hotely

S lázněmi souvisí velmi často také wellness služby, ve městě je deset hotelů, které mimo jiné nabízí i tyto služby. (Oficiální stránky města Luhačovice, ©2022)

Tabulka 17 Wellness hotely (Zdroj: Oficiální stránky města Luhačovice, zpracování vlastní)

Wellness Hotely	
Alexandria Spa & Wellness Hotel	Wellness Hotel Augustiánský dům
Wellness hotel Pohoda	Jurkovičův dům
Vila Antoaneta Lázeňský hotel	Hotel Ambra
Hotel Vega	Vila Valaška Luxury Spa & Wellness
Niva Lázeňský & wellness hotel	Lázeňský hotel MIRAMARE

Hotely

V Luhačovicích se nachází dvacet tři různě zaměřených hotelů, jedná se o lázeňské, wellness hotely a také hotely, které nabízí pouze ubytovací služby. (Oficiální stránky města Luhačovice, ©2022)

Tabulka 18 Hotely (Zdroj: Oficiální stránky města Luhačovice, zpracování vlastní)

Hotely	
Společenský dům	Niva Lázeňský & wellness hotel
Hotel Vyhlídka	Hotel Morava
Hotel Vltava	Wellness hotel Augustiánský dům
Vládní vila	Bontique hotel Radun
Hotel Vila Viola	Jurkovičův dům
Hotel U Havlíčka	Lázeňský léčebný dům Hotel Praha
Hotel Lužná	Hotel Ambra
Hotel Litovel	Hotel Krystal
Hotel Jestřábí	Dům Bedřicha Smetany
Wellness hotel Pohoda	Lázeňské hotely MIRAMARE
Hotel Adamantino	Hotel a Valašsky šenk Ogar
Hotel Vega	

Penziony

Další možností ubytování jsou penziony, kterých je ve městě 42. Jsou velmi využívané především turisty, kteří nepřijeli do Luhačovic z léčebných a relaxačních důvodů. (Oficiální stránky města Luhačovice, ©2022)

Tabulka 19 Penziony (Zdroj: Oficiální stránky města Luhačovice, zpracování vlastní)

Penziony		
Penzion U Přehrady	Vila Jiřinka	Penzion Monika
Penzion Vincent	Penzion Vepřek	Penzion Loreta
Vila Vyšehrad	Penzion Taťána	Penzion Karina
Vila Pod lipami	Penzion Stella	Penzion Ječmínek
Vila Patricie	Penzion Sonáta	Penzion Jany
Vila Chaloupka	Penzion Slavia	Penzion Forst
Vila Grand	Penzion Růža	Penzion Bystrica
Vila Bellevue	Penzion Romana	Penzion Beta
Vila Astoria	Penzion Riviera	Penzion Agape
Vila Alpská růže	Penzion Pomněnka	Ubytování Česká pošta
Vila Aneta	Penzion Pola	Penzion Sinfonietta
Vila Alice	Penzion Plzeň	Penzion Anebel
Rybářská chata	Penzion Myslivna	Apartmány Vila Terra
Vila Kras	Penzion Oáza	Sportovní centrum Radostova

Ubytování v soukromí

Méně častým typem ubytování v Luhačovicích je možnost využití soukromých budov. Jedná se většinou o vily a penziony. Celkově jich je 37. (Oficiální stránky města Luhačovice, ©2022)

Tabulka 20 Ubytování v soukromí (Zdroj: Oficiální stránky města Luhačovice, zpracování vlastní)

Ubytování v soukromí		
Vila Kysuca	Villa Réna	Ubytování Zdenka Semelová
Vila Lužné	Vila u přehrady	Ubytování Jana Kováčová
Ubytování Zichová	Vila Šohaj	Penzion Učitelství dům
Ubytování Mária Kolářová	Vila Sofia	Vila Revi
Ubytování Káňová	Vila Marica	Penzio U Hráze
Ubytování Konečná	Vila Magnolie	Penzion Jarmilka
Vila Františka	Vila Letná	Penzion Jarča
Vila Evička	Vila Laura	Penzion Vila Jožka
Vila Kriváň	Vila Elektra	Vila Ota
Apartmány Zatloukalova	Ubytování Geržová	Ubytování Jitka Gojniczková
Vila Magion	Ubytování Jaroslava Macková	Vila u Mikešů
Vila Anděla	Ubytování Mirelax	Vila Linda
Vila Perla		

Apartmány

Pro větší skupiny turistů jsou oblíbené apartmány. V Luhačovicích je takových apartmánů deset. (Oficiální stránky města Luhačovice, ©2022)

Tabulka 21 Apartmány (Zdroj: Oficiální stránky města Luhačovice, zpracování vlastní)

Apartmány	
Villa Marion	Apartmány Luhačovice
Dům Tamara	Apartmány Eden
Apartmány Lužné	Apartmán Royal
Apartmány U Petry	Apartmán na kolonádě
Apartmány Trčkovi	Apartmány Vila Terra

Kempy

V Luhačovicích se nachází jeden kemp, a to Autocamping Luhačovice. Tento druh ubytování má potenciál spíše u Luhačovické přehrady, nicméně v současné době není tak často vyhledávaný (Oficiální stránky města Luhačovice, ©2022)

Za posledních deset let se výrazně nezměnil počet ubytovacích zařízení ve městě. Podle Českého statistického úřadu se jejich počet od roku 2012 měnil od počtu 60 zařízení po poslední hodnotu z roku 2020 a to 68 zařízení. Naopak došlo k poklesu nabízených pokojů, Luhačovic v roce 2012 nabízely 2150 pokojů, v roce 2020 o skoro čtyři sta méně. S tímto údajem souvisí také snížení počtu lůžek. Všechna tato data jsou v tabulce níže.

Tabulka 22 Vývoj ubytovacích kapacit v Luhačovicích v období 2012-2020 (Zdroj: ČSÚ, zpracování vlastní)

Rok	Počet zařízení	Pokoje	Lůžka
2012	60	2 150	4 134
2013	60	2 095	4 046
2014	48	1 733	3 281
2015	46	1 605	3 034
2016	46	1 606	3 055
2017	47	1 602	3 053
2018	55	1 741	3 293
2019	55	1 682	3 242
2020	68	1 911	3 597

4.2.7 Gastronomie a stravovací služby

Stravovací služby v Luhačovicích můžeme rozdělit na restauraci, cukrárny a kavárny, bary, pizzerie, hospůdky a rychlé občerstvení. (Oficiální stránky města Luhačovice, ©2022)

Restaurace

Nejoblíbenější stravovací službou jsou ve městě restaurace, kterých je celkem dvacet. Ty bývají buď samostatné nebo jako součást hotelů. (Oficiální stránky města Luhačovice, ©2022)

Tabulka 23 Restaurace (Zdroj: Oficiální stránky města Luhačovice, zpracování vlastní)

Restaurace	
U Koňa	Restaurace Racek
Luhapark	Penzion Pomněnka
Divadelní restaurace	Hotel Vyhlídka
Francouzská restaurace hotelu Alexandria	Hotel Vltava
Restaurace Symfonie Augustiánský dům	Hotel Litovel
U Solného pramene	Restaurant Republika Hotel Radun
Restaurace, hospůdka u Šímů	Hotel Vega
Taverna Lotos	Hotel Ambra
Lázeňská restaurace	Hotel Krysal
Restaurace Elektra	Hotel a Valašský šenk Ogar

Cukrárny a kavárny

Ve městě Luhačovice se nachází jedenáct cukráren a kaváren, ty se nachází především v centru města. Jedná se o velmi oblíbená místa v průběhu lázeňské sezony. (Oficiální stránky města Luhačovice, ©2022)

Tabulka 24 Cukrárny a kavárny (Zdroj: Oficiální stránky města Luhačovice, zpracování vlastní)

Cukrárna, kavárna	
Čokoládovna Chocolaterie Chapeau	Divadelní kavárna
Ice Café	Café Slávia
Lázeňská cukrárna	Marco Polo
Dobrá naděje	Kavárna a cukrárna Myslivna
Bonjour Caffè	Lázeňská káva
KARE – oplatkárna – kavárna	Jizba

Bary a hospůdky

V Luhačovicích jsou čtyři bary a hospůdky, tyto zařízení jsou charakterizovány tím, že se zde neprodává jídlo.

Tabulka 25 Bary a hospůdky (Zdroj Oficiální stránky města Luhačovice, zpracování vlastní)

Bary	Hospůdky
Bar Legenda	Hospůdka na hřišti
Club Bonver	U Krajčů
Bar Amerika	Pivní bar u Suchánků
Snack bar Victoria	Hospoda MaT

Pizzerie a rychlé občerstvení

Pizzerie a rychlé občerstvení se v Luhačovicích těší velké oblibě. Ve městě se nachází 4 pizzerie a 4 fast foody.

Tabulka 26 Pizzerie a rychlé občerstvení (Zdroj Oficiální stránky města Luhačovice, zpracování vlastní)

Pizzerie	Rychlé občerstvení
Pizzerie Bludička	Bufet pod Vyhlídkou
Retro pizzerie	Bufet Snack budka
Pizzerie Rimini	Penzion Oáza

4.2.8 Průvodcovské služby

Luhačovice nabízí množství prohlídek města. Nejvyužívanější prohlídkou je komentovaná prohlídka centra města. Ta se koná každé úterý v období mezi květnem a zářím, začíná ve 14 hodin a trvá hodinu a půl. Prohlídka začíná u městského turistického informačního centra, podmínkou je účast alespoň 10 osob. V případě zájmu je možné se domluvit na prohlídce pro větší skupinu v libovolném termínu.

V Luhačovicích je taky možnost využít projížďku autovláčkem. Na výběr jsou 3 různé trasy, cena jízdy je 100 Kč za osobu, jezdí se od úterý do neděle od dubna do října.

Další prohlídkou je Exkurze do plnírny Vincentky, ta se koná pravidelně v úterý v období od června do září. Prohlídka začíná v 9 hodin, cena za prohlídku je 40 Kč za osobu, koná se v plníně Vincentky.

Velmi oblíbenou prohlídkou je Exkurze do pražírny Lázeňské kávy. Ta se skládá z kurzu přípravy kávy, řízení degustace kávy, prohlídkou pražírny s pražičem a základním kurzem přípravy espressa na pákovém kávovaru.

S lázněmi souvisí výroba lázeňských oplatků, i jejich výrobu si mohou zájemci prohlédnout. Prohlídka výroby lázeňských oplatků Kare se koná v období od května do září v 9 hodin. Trvá zhruba půl hodiny, cena je 50 Kč za osobu.

Na všechny prohlídky je možnost se přihlásit online na webových stránkách Luhačovic.

Novinkou v oblasti turistiky po Luhačovicích je zvuková mapa Luhačovic. Zvuková mapa je průvodce, který vykresluje Luhačovice prostřednictvím příběhů míst a osobností. Mapu je možnost si stáhnout do telefonu nebo si zapůjčit mp3 přehrávač v informačním centru. Na výběr turisté mají z pěti tras. (Oficiální stránky města Luhačovice, ©2022)

Prohlídky města můžeme rozdělit na aktivní a pasivní. Při aktivní prohlídce je zúčastněn průvodce, při pasivní nikoliv. Jejich přehled je v tabulce níže

Tabulka 27 Prohlídky města (Zdroj: rozhovor s vedoucím TIC v Luhačovicích, zpracování vlastní)

Prohlídky města	
Aktivní	Pasivní
Komentovaná prohlídka města	Zvuková mapa
Hurá ven	Projížďka autovláčkem
Exkurze do Vincentky	Minigalerie rozhleden
Exkurze do pražírny kávy	
Exkurze do výroby oplatků Kare	

4.3 Analýza poptávky cestovního ruchu

V rámci analýzy poptávky cestovního ruchu budou zkoumány ukazatele, týkající se přenocování a počtu hostů. Ukazatele budou srovnány historicky v rámci města Luhačovic, ORP Luhačovic a Zlínského kraje. Srovnání bude provedeno historicky od roku 2012 po rok 2020. Do ORP Luhačovice patří město Luhačovice, Biskupice, Dolní Lhota Horní Lhota, Ludkovice, Podhradí, Pozlovice, Sehradice, Slopné, Slavičín, Bohuslavice nad Vlčí, Lipová, Petrůvka, Rudimov a Šanov. Luhačovice jsou v rámci tohoto ORP turisticky nejzajímavější a nejnavštěvovanější obcí.

Pro srovnání jednotlivých ORP byla využita ORP Bystřice pod Hostýnem, Holešov, Kroměříž, Luhačovice, Otrokovice, Rožnov pod Radhoštěm, Uherské Hradiště, Uherský Brod, Valašské Klobouky, Valašské Meziříčí, Vizovice, Vsetín a Zlín. Následuje srovnání návštěvnosti lázeňských zařízení v krajích ČR. Lázně se nachází ve 12 krajích (nenachází se v Praze a v kraji Vysočina).

4.3.1 Srovnání přenocování a hostů v Luhačovicích, ORP Luhačovice a Zlínském kraji

V první tabulce jsou počty hostů a přenocování od roku 2012 po rok 2020. Z tabulky je vidět, že v Luhačovicích dochází k mírnému poklesu hostů. K výraznějšímu poklesu došlo až v roce 2020, kdy byla situace v cestování ovlivněna celosvětovou pandemií. Opačná situace je v počtu přenocování, kde dochází k postupnému nárůstu přenocování v Luhačovicích. Výjimku opět tvoří rok 2020, kde je výrazně nižší počet přenocování. Nejzajímavější údaj je poslední, který nám ukazuje průměrný počet přenocování. Zde můžeme vidět nárůst průměrného počtu přenocování, to znamená, že turisté, kteří sem přijeli zde strávili delší dobu.

Tabulka 28 Hosté a přenocování v hromadných ubytovacích zařízeních v Luhačovicích
(Zdroj: ČSÚ, zpracování vlastní)

Hosté a přenocování v hromadných ubytovacích zařízeních v Luhačovicích			
Rok	Hosté celkem	Přenocování celkem	Průměrný počet přenocování
2012	100 382	527 483	5,3
2013	123 628	567 585	4,6
2014	105 550	591 318	5,6
2015	107 438	612 851	5,7
2016	109 013	654 178	6,0
2017	92 354	612 274	6,6
2018	95 671	605 687	6,3
2019	95 248	597 856	6,3
2020	60 968	413 417	6,8

Následující tabulka se zabývá počtem přenocování v rámci ORP Luhačovice. Zde můžeme vidět, že na rozdíl od obce Luhačovice, kde docházelo spíše k mírnému poklesu počtu hostů, tak v rámci ORP sledujeme mírný nárůst. To znamená, že turisté začali více navštěvovat i jiné obce tohoto ORP. K velmi výraznému nárůstu došlo v počtu přenocování. To opět ukazuje na to, že turisté začali vyhledávat i jiné okolní obce, především Slavičín. Z průměrných hodnot můžeme vyčíst, že Luhačovice jako město jsou nadprůměrnou obcí v rámci ORP.

Tabulka 29 Hosté a přenocování v hromadných ubytovacích zařízeních v ORP Luhačovice
(Zdroj: ČSÚ, zpracování vlastní)

Hosté a přenocování v hromadných ubytovacích zařízeních v ORP Luhačovice			
Rok	Hosté celkem	Přenocování celkem	Průměrný počet přenocování
2012	141 114	630 585	4,5
2013	159 153	665 954	4,2
2014	142 351	699 215	4,9
2015	148 450	742 383	5,0
2016	151 189	791 714	5,2
2017	189 868	821 488	4,3
2018	164 938	819 699	5,0
2019	169 317	824 497	4,9
2020	110 018	575 868	5,2

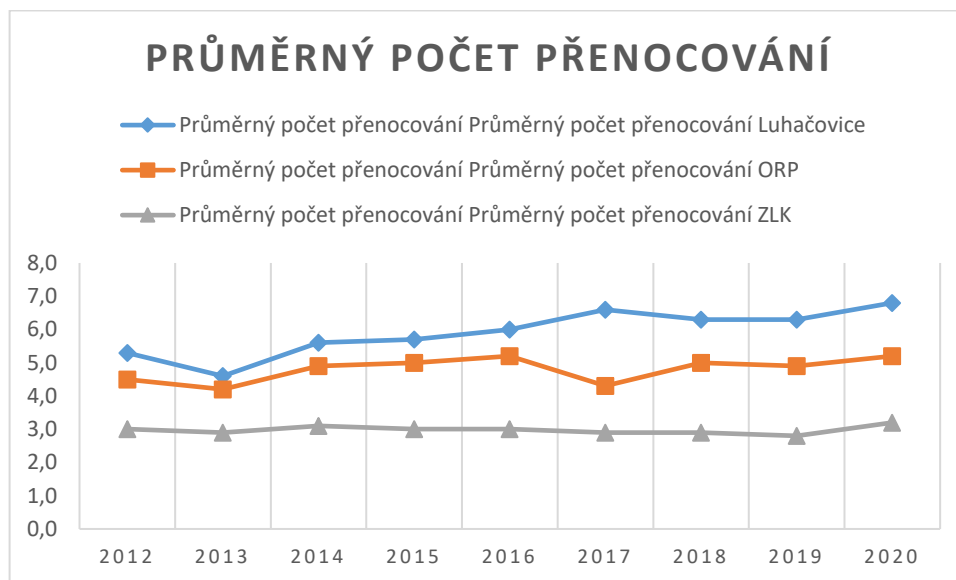
Následující tabulka srovnává historicky hosty a počet přenocování v celém kraji. Z ní můžeme vyčíst nárůst počtu hostů a také přenocování. Nicméně průměrné hodnoty kraje se nachází hluboko pod městem Luhačovicemi i celým ORP Luhačovice.

Tabulka 30 Hosté a přenocování v hromadných ubytovacích zařízeních ve Zlínském kraji
(Zdroj: ČSÚ, zpracování vlastní)

Hosté a přenocování v hromadných ubytovacích zařízeních ve Zlínském kraji			
Rok	Hosté celkem	Přenocování celkem	Průměrný počet přenocování
2012	571 719	1 740 672	3,0
2013	603 301	1 775 881	2,9
2014	603 414	1 851 323	3,1
2015	661 149	2 010 791	3,0
2016	686 935	2 056 592	3,0
2017	714 238	2 104 474	2,9
2018	779 124	2 227 040	2,9
2019	808 451	2 272 163	2,8
2020	500 512	1 608 879	3,2

Tento graf slouží jako shrnutí předchozích tabulek, můžeme z něj vyčíst, že Luhačovice patří mezi nadprůměrné obce v průměrném přenocování, a to jak v rámci ORP Luhačovice, tak celého Zlínského kraje.

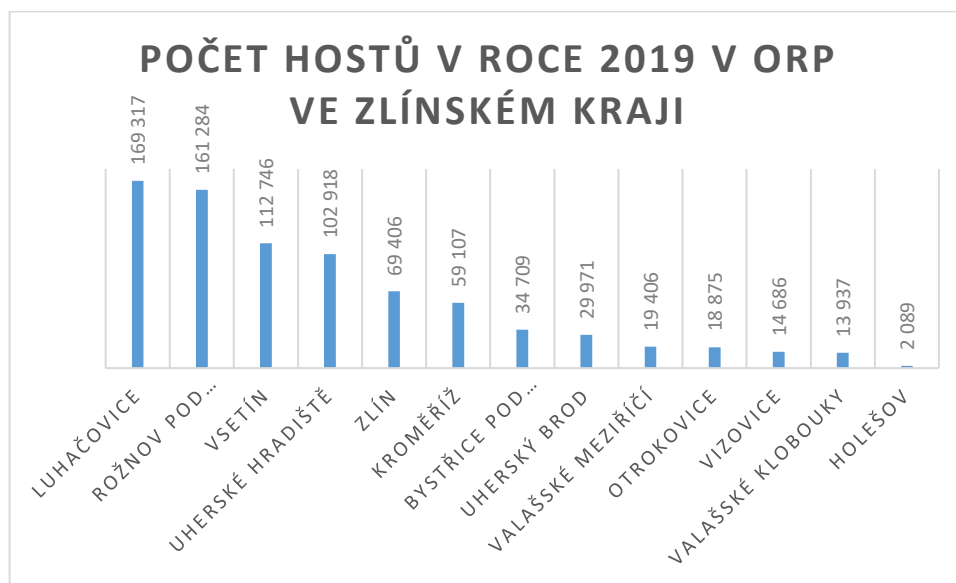
Graf 1 Průměrný počet přenocování (Zdroj ČSÚ, zpracování vlastní)



4.3.2 Srovnání počtu hostů a přenocování v ORP ve Zlínském kraji

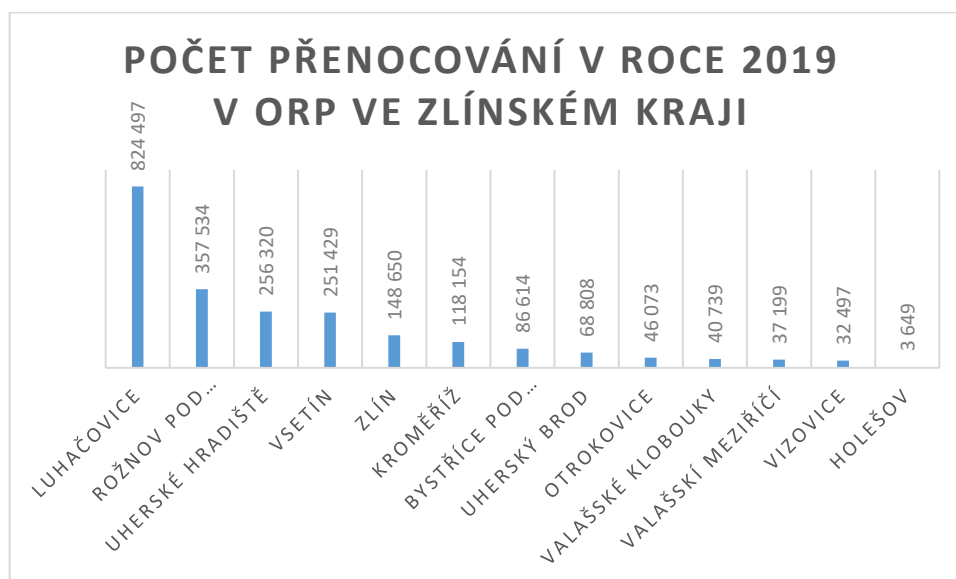
V grafu níže jsou uvedena všechna ORP Zlínského kraje, u kterých je porovnán počet hostů za rok 2019. Luhačovicím patří první příčka, následuje Rožnov pod Radhoštěm a Vsetín. Nejhorší situace je v Holešově a Valašským Kloboukách.

Graf 2 Porovnání počtu hostů v roce 2019 v rámci ORP ve Zlínském kraji (Zdroj: ČSÚ, zpracování vlastní)



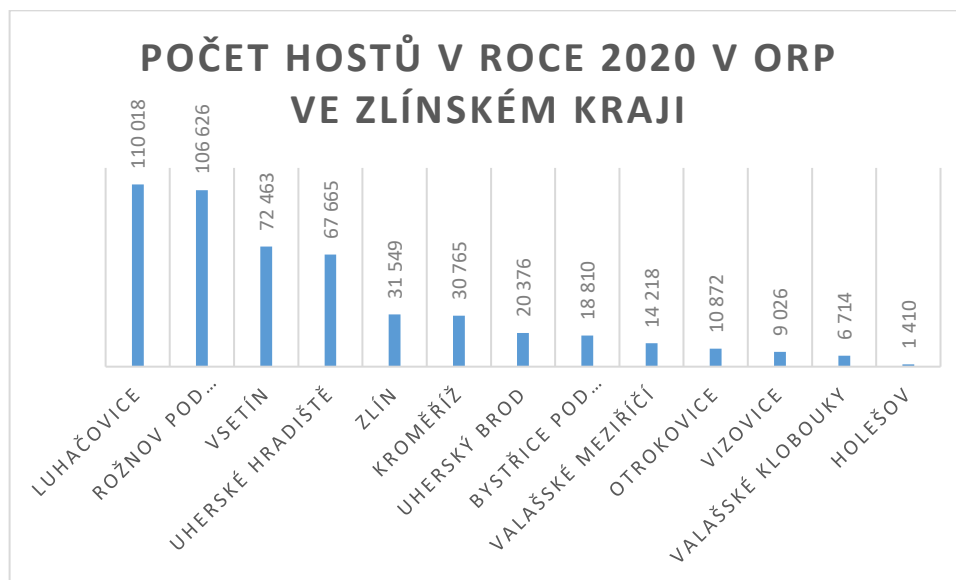
Podobná situace je v počtu přenocování, kde Luhačovicím patří opět první příčka s ještě větším náskokem než v počtu hostů. V závěsu za Luhačovicemi je Rožnov pod Radhoštěm a Uherské Hradiště. Nejméně přenocování je v Holešově a Vizovicích.

Graf 3 Počet přenocování v roce 2019 v ORP ve Zlínském kraji (Zdroj: ČSÚ zpracování vlastní)



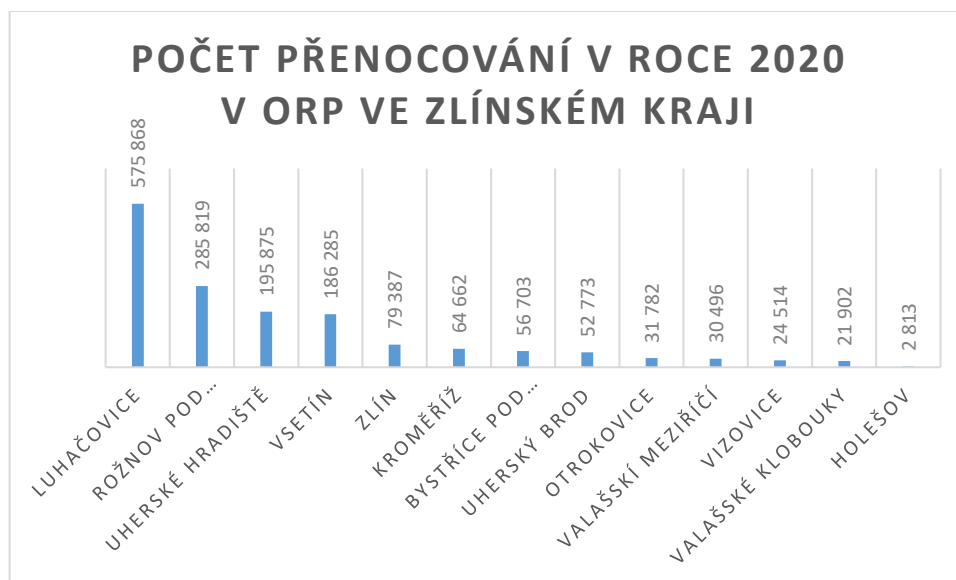
V níže uvedeném grafu, který zkoumá počet hostů v jednotlivých ORP ve Zlínském kraji za rok 2020, je vidět, jak situaci v počtu hostů ovlivnil první rok epidemie, kdy počet hostů klesl o 70 tisíc

Graf 4 Počet hostů v roce 2020 v ORP ve Zlínském kraji, (Zdroj ČSÚ, zpracování vlastní)



K poklesu došlo také v počtu přenocování, důsledkem tohoto poklesu jsou restrikce, které platily po velkou část roku v České republice. Pořadí v počtu přenocování se oproti situaci před epidemií nijak nezměnilo. U ostatních ORP nesledujeme tak výrazný úbytek jako v Luhačovicích, z čehož můžeme předpokládat, že do ostatních částí kraje lidé jezdí převážně v letních měsících, kdy došlo k uvolnění restrikcí, kdežto Luhačovice jsou navštěvovány celoročně.

Graf 5 Počet přenocování v roce 2020 v ORP ve Zlínském kraji, (Zdroj: ČSÚ, zpracování vlastní)



4.3.3 Počet hostů a přenocování v lázeňských zařízeních

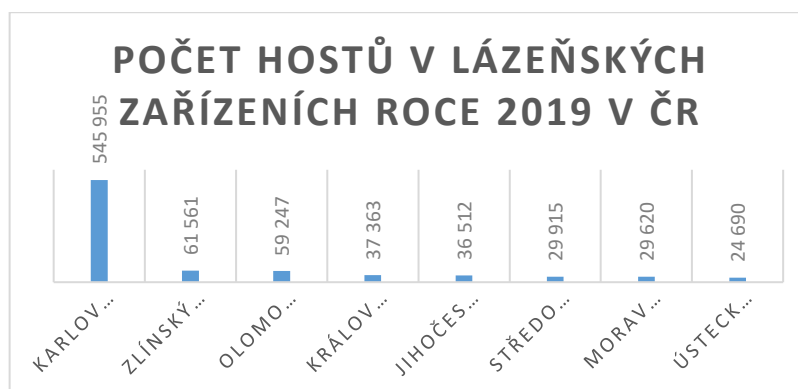
V poslední části se srovnávají počty hostů v lázeňských zařízeních v jednotlivých krajích. V tabulce níže je počet lázní v jednotlivých krajích. Z tabulky je vidět, že nejvíce lázní se nachází v Olomouckém, Karlovarském a Ústeckém kraji. Pouze jedny lázně se nachází na území Plzeňského a Pardubického kraje. Žádné lázně nejsou v Praze a v kraji Vysočina.

Tabulka 31 Počet lázní v jednotlivých krajích ČR (Zdroj: MZČR, zpracování vlastní)

Počet lázní v jednotlivých krajích ČR	
Název kraje	Počet lázní
Olomoucký kraj	6
Karlovarský kraj	5
Ústecký kraj	4
Jihočeský kraj	3
Královehradecký kraj	3
Středočeský kraj	2
Liberecký kraj	2
Moravskoslezský kraj	2
Zlínský kraj	2
Jihomoravský kraj	2
Plzeňský kraj	1
Pardubický kraj	1

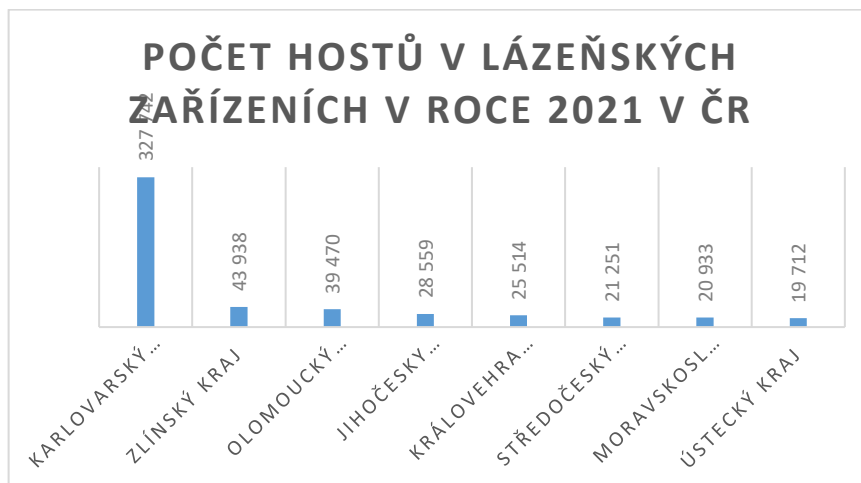
V následujícím grafu je představen počet hostů v lázních v jednotlivých krajích, nejvíce hostů je v Karlovarském kraji, kde se nachází jedny z největších lázní v ČR, konkrétně lázně Karlovy Vary, Mariánské Lázně a Františkovy Lázně. Na druhém místě se nachází Zlínský kraj, kde jsou Lázně Luhačovice a menší lázně v Ostrožské Nové Vsi. Nejméně hostů navštíví lázně v Ústeckém kraji, kde se nachází čtyři menší lázeňská zařízení. V grafu nejsou zmíněny kraje Praha a kraj Vysočina, které nemají lázně a Pardubický kraj společně s Jihomoravským, u kterých se nepovedlo informace o návštěvnosti dohledat

Graf 6 Počet hostů v lázeňských zařízeních v krajích v roce 2019 v ČR (Zdroj: ČSÚ, zpracování vlastní)



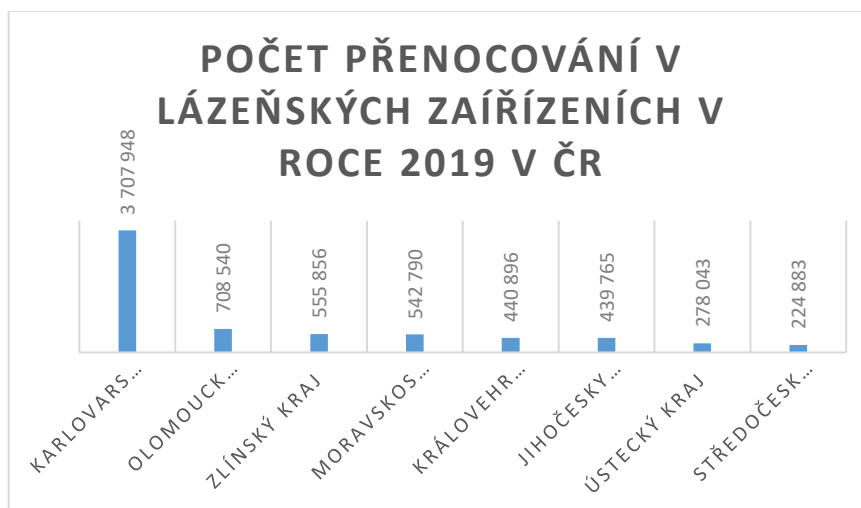
V dalším grafu jsou opět uvedeni hosté v lázeňských zařízeních, tentokrát z roku 2021, který byl z části ovlivněn restrikcemi, na druhé straně lidé, kteří pracovali převážně ve zdravotnictví začali využívat pobyty, které dostali jako odměnu za práci v pandemii. Počet hostů v lázních sice poklesl, ale ne nějak výrazně. Do budoucna se dá počítat s ještě větším nárůstem lázeňských hostů, a to z důvodu léčby, která byla v období pandemie odložena.

Graf 7 Počet hostů v lázeňských zařízeních v krajích v roce 2021 (Zdroj ČSÚ, zpracování vlastní)



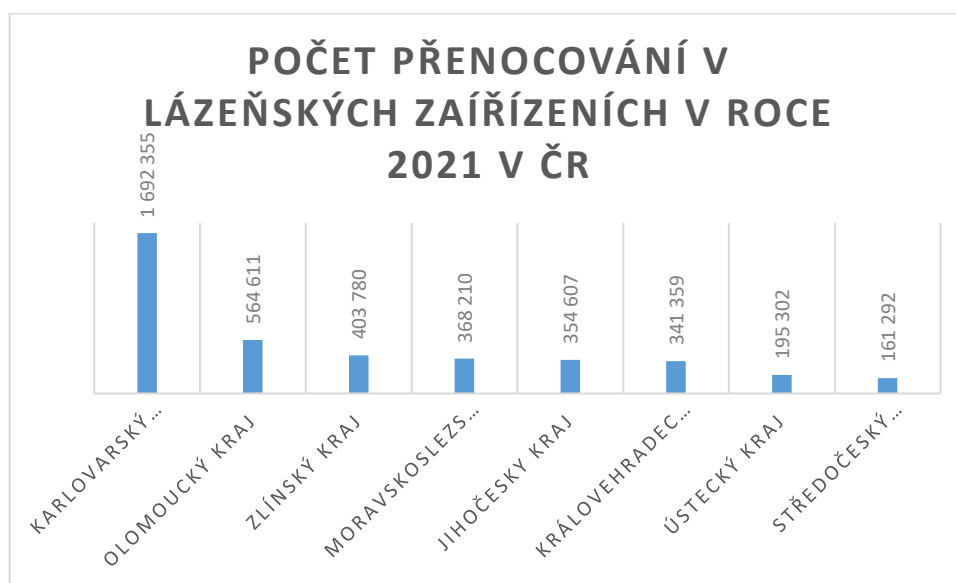
Podobná situace jako u počtu hostů je také u přenocování za rok 2019, kde se na prvním místě nachází Karlovarský kraj, na druhém místě místo Zlínského kraje je kraj Olomoucký, z toho plyne, že do Zlínského kraje přijede sice více hostů, ti zde ale tráví méně času než v Olomouckém kraji. Velké množství přenocování k počtu hostů je v Moravskoslezském kraji, nejmenší množství přenocování k počtu hostů je ve Středočeském kraji.

Graf 8 Počet přenocování v lázeňských zařízeních v krajích v roce 2019 v ČR (Zdroj ČSÚ, zpracování vlastní)



K velkému poklesu oproti roku 2019 došlo v roce 2021 v Karlovarském kraji, kam přijelo v tomto roce o polovinu méně lidí než v roce 2019. K zanedbatelnému poklesu došlo v ostatních krajích. Tento údaj je ovlivněn zahraničními hosty, kteří přijíždějí do Karlovarského kraje, ti zde tráví více času než hosté z České republiky.

Graf 9 Počet přenocování v lázeňských zařízeních v krajích v roce 2021 v ČR (Zdroj ČSÚ, zpracování vlastní)



4.4 Informační toky a jejich analýza

Velmi důležitou součástí cestovního ruchu je propagace informovanost k tomu v Luhačovicích slouží tyto informační kanály:

4.4.1 Webové stránky

Informace o Luhačovicích se dají v současné době najít na velkém množství webových stránek, do budoucna by je bylo dobré zredukovat nebo mezi nimi nastavit provázanost

- **Oficiální stránky města Luhačovice (<https://www.luhacovice.eu/>)**

Tyto webové stránky slouží primárně pro obyvatele města Luhačovice, kteří se zde mohou dozvědět informace o chodu jejich města. Ve spodní části se nachází rozcestník, který nabízí informace také pro turisty, kteří se zde mohou dozvědět informace o kultuře, sportu, architektuře, volném času a okolí města

- **Tady pramení Luhačovice (<https://tadyprameniluhacovice.cz/>)**

Tato stránka je již více zaměřena na turisty, v sekci Co zažít v Luhačovicích je možné se dozvědět informace o architektuře, lázeňství, wellness, zážitkové gastronomii, sportu,

přírodě, dětské aktivity a o kulturní sezoně. Informace jsou zde také o možnostech ubytování, kde jsou výběry různých typů ubytování

- **Luhačovice.cz (<https://luhacovice.cz/>)**

Webové stránky Luhačovice.cz informují návštěvníky o dění v Luhačovicích, lázních, ubytování, je zde možné se také podívat na webkamery na vybraných místech v Luhačovicích. Ve spodní části je kalendář akcí a odkazy na stránky, které mohou být pro potenciální hosty užitečné. Tyto stránky podobně jako zlin.cz provozuje Avonet.

- **Luhačovice.com (<https://luhacovice.com/>)**

Další webová stránka Luhačovice.com informuje o zpravodajství, médiích a sociálních mediích Luhačovic. Stránka slouží především pro předání aktuálních informací.

- **Lázně Luhačovice (<https://www.lazneluhacovice.cz/>)**

Na webových stránkách Lázní a.s. jsou informace o aktualitách, pobytech, ubytování a léčbě kterou lázně nabízí. Nachází se zde také informace o možnostech trávení volného času, kde si můžou zjistit informace o tom, co lze najít v Luhačovicích – léčivé prameny, a významná místa, která stojí za návštěvu. V dalších sekcích jsou kulturní akce, kavárny, sport, turistika, výlety do okolí a tipy pro děti.

- **Městský dům Elektra Luhačovice (<https://www.mdkelektra.eu/>)**

Stránky Městského domu Elektry nabízejí informace o kultuře, kině, jarmarcích, galerii, kongresech, prostorách turistického informačního centra a E-shopu. Při rozkliknutí stránek TIC si je zde možné koupit vstupenky v předprodeji, průvodcovské služby a také ostatní služby, které centrum nabízí. Novinkou webu domu kultury je E-shop, na které si je možnost koupit oblečení v novém designu, klíčenky a odznaky, různé pochutiny, drobné dárky a publikace.

- **Zlínsko Luhačovicko (<https://www.zlinsko-luhacovicko.cz/>)**

Na webu Zlínsko Luhačovicko jsou informace o výletech v celé oblasti a také informace o jednotlivých částech tohoto regionu. Patří sem Zlín, Otrokovice, Vizovice Luhačovice, Valašské Klobouky a Uherský Brod. U Luhačovic a okolí jsou zde vypsány nejzajímavější místa v Luhačovicích a okolí, kam se mohou návštěvníci vypravit, dále také vybrané hotely, sportovní a relaxační aktivity a také gastronomie.

4.4.2 Sociální sítě

Luhačovice jsou aktivní také na sociálních sítích. Na Facebooku je profil oficiálních webových stránek města, který má k 17.3.2022 3 694 sledujících. Poskytuje informace o dění ve městě a nových projektech. Další Facebookovou stránkou je Luhačovice.cz, která má k 17.3.2022 7 792 sledujících, tato stránka slouží spíše jako informování pro hosty. Najdeme zde informace o akcích a fotografie z různých částech města.

Luhačovice jsou kromě Facebooku aktivní také na Instagramu, kde sdílí fotografie z města a okolí. Instagramový profil luhačovice.cz má k 17.3.2022 1 112 sledujících, oficiální Instagram města má k 17.3.2022 902 sledujících. Na tomto profilu najdou návštěvníci ty nejzajímavější informace o dění ve městě.

Na sociálních sítích se nachází také další aktéři, kteří se podílí na cestovním ruchu v Luhačovicích, nejsledovanějším jsou Lázně Luhačovice s 2 059 sledujícími k 17.3.2022.

Na svých oficiálních sítích (Facebooku a Instagramu) využívají Luhačovice placenou reklamu, to znamená že jejich příspěvky se mohou objevovat také lidem, kteří je nesledují, využívají také funkci tzv. hashtagů, přes které je mohou sledovat lidé, kteří vyhledávají na Instagramu jednotlivá hesla (například #lázně). Oficiální profily na sociálních sítích navazují na označení webové stránky Luhačovice.eu

4.4.3 Venkovní reklama

Pro návštěvníky, kteří nemají přístup k sociálním sítím nebo internetovým stránkám slouží venkovní reklama, které se nachází v Luhačovicích. Jsou zde informace, které slouží jak pro místní obyvatele, tak pro příjíždějící turisty. Informace mohou hosté zjistit v ubytovacích zařízeních, kde jsou vybaveni tištěnými publikacemi o městě a turistických aktivitách nebo v turistickém informačním centru, kde jsou veškeré informace a také personál, který lidem doporučí, co v Luhačovicích navštívit. Dobře funguje také spolupráce lázeňských měst v ČR, které vzájemně o sobě informují a není tudíž problém si zjistit potřebné informace.

4.5 Financování cestovního ruchu

Cestovní ruch byl do roku 2022 financovaný z rozpočtu Městského domu kultury Elektra nebo si muselo město sehnat pro činnost v oblasti cestovního ruchu jiné zdroje. Městský dům kultury Elektra financoval projekty v cestovním ruchu, na kterých se sám podílel. Šlo převážně o projekty spojené s turistickým informačním centrem.

V roce 2021 vzniklo v rámci struktury městského úřadu oddělení cestovního ruchu, které má od letošního roku vyčleněnou částku z rozpočtu města. Tato částka je doplněna o možné prostředky dotačních programů na určité projekty v oblasti cestovního ruchu.

4.5.1 Financování z rozpočtu města

Opatření na rozvoj cestovního ruchu jsou financována z částky, kterou dostává Městský dům Elektra, v tabulce níže jsou částky z rozpočtu, celkové výdaje a podíl, který Elektra dostává z celkových výdajů. Je vidět, že se částka pohybuje přes 3 %. Tato částka v posledních letech narůstá, kdy v roce 2021 přesáhla 4 %.

Tabulka 32 Výdaje z rozpočtu města (Zdroj: město Luhačovice zpracování vlastní)

Výdaje rozpočtu města Luhačovice pro Městský dům Kultury Elektra Luhačovice			
Rok	částka	Celkové výdaje	Podíl na celkových výdajích
2017	4 052 000 Kč	119 778 000 Kč	3,38 %
2018	4 460 000 Kč	128 454 000 Kč	3,47 %
2019	4 809 000 Kč	154 203 000 Kč	3,12 %
2020	5 328 000 Kč	170 189 000 Kč	3,13 %
2021	5 524 000 Kč	131 568 000 Kč	4,20 %

Schválený rozpočet na rok 2022 má položku, která je věnována cestovnímu ruchu, ta je ve výši 145 000 Kč, tato částka se týká pouze činnosti oddělení. Městskému domu Elektra má připadnout částka 5 701 000 Kč, to z celkového součtu výdajů 131 568 000 představuje 4,33 %.

Financování turistického informačního centra je realizováno prostřednictvím alokované částky v příspěvku zřizovatele Městského domu kultury. Tento rozpočet se skládá z nákladů na mzdy, údržbu, nákladů a výnosů z kultury a pronájmu nebytových prostor a TIC.

Plán financování informačního centra se skládá z:

- Mzdových nákladů, které jsou financovány z balíčku mzdy v rámci celkového rozpočtu organizace

- Tržeb z prodeje zboží
- Tržeb z prodeje služeb (prohlídky)

4.5.2 Financování z jiných zdrojů

Na základě zjištění ze schůzky, která se konala se zástupci cestovního ruchu v polovině roku 2021 se v Luhačovicích plánují tyto čtyři hlavní projekty – Luhačovický architektonický manuál, Turistické trasy, cyklotrasy a rekonstrukci a modernizaci Informačního centra. V tabulce níže jsou uvedeny možnosti financování těchto plánovaných projektů, kdy u všech z nich byly uvedeny operační programy z evropských fondů, v tomto případě Integrovaný regionální program.

U architektonického manuálu a modernizace informačního centra by se mohl využít specifický cíl orientovaný na posilování úlohy kultury. Turistické trasy by mohly být financovány ze specifického cíle s důrazem na environmentální rozvoj kultury. K poslednímu projektu, cyklotrasy, se může využít specifický cíl 6.1, který podporuje městskou mobilitu v rámci přechodu na uhlíkově neutrální hospodářství.

Tabulka 33 Tabulka plánovaných projektů v Luhačovicích (Zdroj rozhovory, zpracování vlastní)

Plánované projekty	Operační program	Specifický cíl
Architektonický manuál	IROP	4.4 Posilování úlohy kultury a udržitelného cestovního ruchu v hospodářském rozvoji, sociálním začleňování a sociálních inovací
Turistické trasy	IROP	5.1 Podpora integrovaného a inkluzivního sociálního, hospodářského a environmentálního místního rozvoje kultury, přírodní dědictví, udržitelného cestovního ruchu a bezpečností v jiných než městských oblastech
Cyklotrasy	IROP	6.1 Podpora udržitelné multimodální městské mobility v rámci přechodu na uhlíkově neutrální hospodářství
Modernizace Informačního centra	IROP	4.4 Posilování úlohy kultury a udržitelného cestovního ruchu v hospodářském rozvoji, sociálním začleňování a sociálních inovací

4.6 Rozhovory s vybranými aktéry cestovního ruchu v Luhačovicích

Důležitou část této práce představují rozhovory s vybranými aktéry cestovního ruchu v Luhačovicích a okolí, kteří participují na rozvoji cestovního ruchu. Tato metoda byla vybrána z důvodu zjištění konkrétních informací a získání komplexního pohledu na řešenou problematiku v diplomové práci. Výhodou osobních rozhovorů je prostor pro doplňující otázky a možnost vyjádřit subjektivní názor ze strany respondentů, bezesporu další výhodou je také možnost konzultace jiných částí práce pro jejich lepší pochopení.

Prvním úkolem bylo vytvoření otázek, snaha byla vymyslet menší množství otázek, které ale budou obecnější a dají možnost k doplňujícím otázkám. Respondenti byli o možnosti podílet se na rozhovorech požádáni e-mailem, kdy jim byl poslán návrh otázek a možnost odpovědět buď písemnou formou s případným doplněním přes telefon, nebo se setkat osobně. Většina oslovených respondentů volila první možnost, kdy na otázky odpověděla a poté se se mnou spojili telefonicky a probrali jsme výklad jejich některých odpovědí.

Rozhovor poskytli zástupci těchto institucí působících v cestovním ruchu:

- Lázně Luhačovice a.s.
- Městský dům kultury Elektra Luhačovice
- Turistické informační centrum Luhačovice
- Městské informační centrum Uherský Brod
- Destinační management Zlínsko-Luhačovicko
- Centrála cestovního ruchu Východní Moravy
- Městský úřad Luhačovice

Respondenti byli vybráni na základě jejich přímého zapojení do cestovního ruchu v Luhačovicích. Jako první byly osloveny Lázně a.s., které jsou největší společností působící v Luhačovicích nejen o oblasti cestovního ruchu. Na cestovním ruchu v Luhačovicích také podílí Městský dům kultury Elektra, pod který spadá Turistické informační centrum, které je rovněž aktérem cestovního ruchu. Z tohoto důvodu byli osloveni zástupci obou těchto institucí. Pro zjištění toho, jak jsou vnímány Luhačovice v okolí bylo osloveno Městské informační centrum Uherský Brod. Vliv na cestovní ruch v Luhačovicích mají také Destinační management Zlínsko-Luhačovicko a Centrála cestovního ruchu Východní Moravy.

Pro respondenty bylo připraveno pět otázek. První otázka se týkala silných stránek a předností cestovního ruchu v Luhačovicích. Druhá zase naopak nedostatků, které se v této oblasti vyskytují. Ve třetí otázce měli respondenti odpovědět na jaké cílové skupiny se má cestovní ruch v Luhačovicích zaměřit. Další otázka se týkala spolupráce v rámci cestovního ruchu a to, jak by se měla vyvíjet do budoucna. V poslední otázce se respondenti měli zamyslet na cíli, které by si Luhačovice měli dát do budoucna v oblasti cestovního ruchu

Vyhodnocení rozhovorů

1. V čem jsou podle Vás Luhačovice jedinečné a jaké jsou jejich přednosti v cestovním ruchu?

Odpovědi na první otázku se všichni dotázaní aktéři shodují, největší přednost Luhačovic vidí v lázeňství, lázeňském areálu, léčivými prameny propojením přírody a architektury, pestrostí a množstvím ubytovacích, restauračních, sportovních, wellness zařízení, pobyty pro zdravé lidi, zajímavým kulturním programem.

2. Jaké jsou nedostatky Luhačovic v cestovním ruchu?

Nedostatky respondenti vidí v nedostatečné dopravní dostupnosti a zároveň vysoké frekvenci dopravy přes město. Z hlediska dopravy rovněž chybí parkovací místa, a to v okolí významných objektů. Po pandemii se převážně ubytovací a stravovací zařízení potýkají s nedostatečným počtem pracovníků, kteří v nejisté době změnili zaměstnání a rozhodli se už do tohoto odvětví nevracet. Problém v Luhačovicích je také chybějící značení k významným objektům a množství zařízení, kde nelze provádět bezhotovostní platby. Luhačovice mají rovněž malou nabídku specializovaných restaurací na dietní předpoklady návštěvníků. Problém je i v nabídce cestovního ruchu v případě nepříznivého počasí a s tím související investice do doprovodné infrastruktury. Nedostatek je i malé množství autobusových a železničních spojů.

3. Na jaké cílové skupiny by se měly Luhačovice zaměřit a z jakého důvodu?

Při odpovědích na tuto otázku se respondenti rozcházejí. Část z nich by se ráda soustředila na mladou generaci, druhá zase na rodiny s dětmi a tzv. skupinu prázdných míst, která představuje lidi, kterým už děti vyrostly a žijí samy. U mladé generace naráží na problém, že tato skupina v Luhačovicích bude ochotna trávit pouze jeden den a nedokáže ocenit služby, převážně v oblasti wellness, které Luhačovice nabízí. Zastánci mladé

skupiny se zase snaží jejich oslovením zbavit nálepky ‚město pro důchodce‘. Shrnutím lze říct, že by se Luhačovice měly zaměřit na klienty, kteří hledají odpočinek a preventivní péči o své zdraví. Podle některých názorů by se Luhačovice měly zaměřit na náročnější klientelu, která zde bude více utrácet. Toto však musí souviset s vysoce kvalitní péčí, kterou musí Luhačovice nabízet.

4. Jak a s kým probíhá spolupráce při rozvoji cestovního ruchu mezi jednotlivými aktéry a jak by se měla vyvíjet do budoucna?

Respondenti se shodují i u odpovědi na otázku ohledně spolupráce. V rámci cestovního ruchu funguje v Luhačovicích spolupráce mezi městem, lázněmi a destinačním managementem. Dále je zde spolupráce mezi lázněmi a lázeňskými městy v České republice. Všichni respondenti si do budoucna představují ještě větší spolupráci mezi jednotlivými aktéry. Jako příklad uvádějí kulturní akce, kdy dochází k průniku akcím, které se v Luhačovicích konají, to znamená, že si jednotliví aktéři vzájemně berou návštěvníky. Řešením by bylo vytvoření online kalendáře, který by eliminoval riziko souběžného pořádání akcí, do budoucna by bylo vhodné vytvořit v rámci kultury kartu hosta, ze které by se dozvěděl o pořádání akcí ve městě. Zlepšit by se mohla rovněž komunikace restaurátérů a ubytovatelů, kteří nepodávají informace o svých akcích a ubytovacích kapacitách. Podle některých respondentů by se mohlo jednou ročně konat setkání zástupců městského úřadu a podnikatelů, kde by se mohla naplánovat spolupráce mezi sebou. Pro větší prohloubení spolupráce všech zmíněných aktérů chybí finance a větší investice do rozvoje cestovního ruchu, především do rozvoje primární a sekundární infrastruktury.

5. Jaký cíl v oblasti cestovního ruchu by si měly dát Luhačovice do blízké budoucnost?

Respondenti se shodují, že cílem by měla být eliminace slabých stránek, které jsou uvedeny v otázce číslo dvě, především se jedná o problém s dopravou. Ať už vytvoření nových parkovacích míst nebo odklonění dopravy z města, k tomu by měl přispět obchvat města, který se plánuje postavit. Dalším cílem, na kterém se shodují je oslovení nové skupiny lidí, nicméně zde dochází ke střetu názoru na to, jaká ta skupina by to měla být. Pro oslovení mladé skupiny v současné době nenabízí Luhačovice dostatečně uspokojitelné aktivity a lidé v této věkové kategorii by zde trávili spíše kratší čas. Většina oslovených vidí potenciál v rozšíření služeb a aktivit pro současnou skupinu lidí a přilákání skupin vyjmenovaných v otázce číslo tři. I tak bude potřeba reflektovat aktuální trendy, klíčové bude, aby se turistická nabídka Luhačovic rozvíjela moderním směrem,

akcentovala jak lázeňství, tak koncepty well-being a zdravý životní styl. S tím souvisí také modernizace procesů jako je parkování, provázání služeb, pro který by mohl sloužit nástroj karta hosta. Důležité je podle respondentů také provázání Luhačovic s okolím formou pendlbusu mezi Zlínem a Luhačovicemi. Důraz klást také na možnost pro jízdu na horském kole. Právě těmito aktivitami by Luhačovice mohli pokrýt klientelu napříč věkovými kategoriemi.

4.7 Shrnutí analytické části

Na činnosti cestovního ruchu v Luhačovicích se nejvíce podílí Turistické informační centrum, který poskytuje řadu služeb pro turisty a také místní obyvatele. Na návštěvnosti a tržbách je vidět, kolik turistů navštíví Luhačovice na rozdíl od jiných center v okolí. Dalším důležitým subjektem cestovního ruchu jsou Lázně Luhačovice. Ty se kromě léčby soustředí také na turisty prostřednictvím cestovní agentury Luhanky, která pořádá mnoho zájezdů do okolí Luhačovic nejenom pro návštěvníky lázní. V Luhačovicích se nachází celá řada sportovišť a míst pro relaxaci. Na své si zde přijdou vášniví turisté a ti, kteří tráví svůj volný čas odpočinkem u vody. Pro turismus by se mohlo do budoucna více využít architektury v Luhačovicích, která je díky své jedinečnosti a rozmístěním na malém prostoru ideální pro nové zájemce o město.

V Luhačovicích je také k dispozici celá řada různých ubytovacích možností. Pro návštěvníky lázní jsou zde lázeňské hotely, ve kterých se uskutečňují různé procedury. Dalším typem jsou wellness hotely, penziony a také ubytování v soukromí, těchto ubytovacích zařízení je v Luhačovicích velké množství, naopak relativně málo je zde apartmánů a kempů, který je v Luhačovicích pouze jeden. Z ubytovacích kapacit lze vyčíst, že dochází k mírnému poklesu pokojů a lůžek v Luhačovicích. Lehký nárůst sledujeme u počtu ubytovacích zařízení.

Luhačovice nabízí pestrou gastronomii, je zde velké množství restaurací, cukráren, kaváren, barů, hospůdek. Jsou zde rovněž pizzerie a rychlé občerstvení. Z tohoto pohledu Luhačovice nabízí dostatečné množství stravovacích zařízení.

V Luhačovicích nabízí také různé prohlídky města, ty by mohly být do budoucna nabízeny ve více časových intervalech, než je tomu do teď.

Z pohledu návštěvnosti počtu hostů patří Luhačovice mezi nejnavštěvovanější ORP ve Zlínském kraji v obou z těchto sledovaných údajů. Návštěvnost Luhačovic výrazněji neovlivnila ani epidemie koronaviru. Naopak řada lidí po ukončení restrikcí léčbu v lázních vyhledávala, tudíž se celková návštěvnost víceméně vyrovnala s měsíci, kdy platily nejtvrdší restrikce. Luhačovice rovněž obstály v krajském srovnání lázní. Luhačovice tvoří většinou počtu hostů, kteří navštíví lázně ve Zlínském kraji. V mezikrajském srovnání dopadly lépe pouze lázně v Karlovarském kraji, kde se nachází Mariánské Lázně, Františkovy Lázně a lázně přímo v Karlových Varech.

Luhačovice pro svou propagaci využívají také různé informační kanály. Pro místní slouží venkovní reklama, kde si přečtou informace o konaných akcích. Luhačovice mají velké množství webových stránek, které mohou působit nepřehledně, v této oblasti by bylo vhodné, aby došlo k vytvoření jednotných stránek s vzájemnou provázaností na ostatní. Pro mladší generaci slouží k informování o dění ve městě především sociální sítě. V této oblasti mají Luhačovice profil na Facebooku a Instagramu. Tyto profily využívají velmi často, především k představení akcí konaných ve městě a také ukázkou fotek z města.

Podstatnou část pro cestovní ruch je financování. Do roku 2021 byl cestovní ruch Luhačovic financován z rozpočtu Mdk Elektra, který dostával částku z rozpočtu města, ta se pohybovala mezi čtyřmi a pěti miliony. Z této částky dostávalo peníze turistické informační centrum. Mdk Elektra rovněž přispívala na akce v oblasti cestovním ruchu, u kterých měla spoluúčast. Zbylé akce v cestovním ruchu musely být financovány z jiných zdrojů. Buď se využily příspěvky od aktérů cestovního ruchu (především Lázní a.s.) nebo se využívalo financování z dotací. Od letošního roku existuje oddělení cestovního ruchu, které má už svoji částku z rozpočtu danou.

Poslední části analytické části představovali rozhovory, kdy bylo osloveno sedm aktérů, kterí se podílí na cestovním ruchu v Luhačovicích a okolí. Tázání byli na otázky, které se týkaly silných a slabých stránek luhačovického cestovního ruchu, určení cílové skupiny, spolupráci mezi aktéry a cíl do budoucna v oblasti cestovního ruchu. Osloveni byli zástupci Lázní a.s., Městského domy kultury Elektra Luhačovice, Turistického informačního centra v Luhačovicích, Městského informačního centra v Uherském Brodě, Destinačního managementu Zlínsko-Luhačovicko, Centrála cestovního ruchu Východní Moravy a Městského úřadu v Luhačovicích. Všichni oslovení respondenti se shodují v cílech, které by si Luhačovice měli určit, mírná neshoda panuje v tom, na jakou věkovou skupinu by se měli soustředit a z toho plynoucí aktivity, které by tyto skupiny uspokojili. Část z nich vidí velký potenciál převážně v mladší generaci, a tudíž změnění konceptu a chápání Luhačovic. Druhá část zase v rozšíření aktivit pro současnou věkovou kategorii a rozšíření služeb pro ty, kteří vyhledávají prevenci v léčení, nejčastěji formou wellness.

4.8 SWOT analýza

Přechodem mezi analytickou a projektovou částí je SWOT analýza, ta má za úkol definovat silné stránky, slabé stránky, příležitosti a hrozby.

Silné stránky
<ul style="list-style-type: none">• Lázeňství v Luhačovicích• Pestrost a množství ubytovacích kapacit• Dobrá lokace pro dojezd do dalších turisticky významných míst v kraji• Jednotná vizuální identita města• Velké množství sportovních a kulturních aktivit převážně v letních měsících
Slabé stránky
<ul style="list-style-type: none">• Chybějící turistická nabídka pro mladé lidi• Vysoká frekvence dopravy• Nedostatečná vybavenost pro cyklistiku• Velké množství webových stránek• Parkovací kapacity

Silná pozice v oblasti cestovního ruchu Luhačovic spočívá především díky lázeňství. Tento fakt činí z Luhačovic nejnavštěvovanější místo Zlínského kraje. Na základě analýzy bylo zjištěno, že Luhačovice mají dostatečně množství různých ubytovacích zařízení, které jsou k dispozici v různých cenových kategoriích. Luhačovice mají také výhodnou lokaci v kraji. V dojezdové vzdálenosti od města jsou další významná místa Zlínského kraje jako je například ZOO Lešná. Mezi další výhody patří jednotná vizuální identita města, ta slouží jako marketingový nástroj pro turisty a velké množství sportovních a kulturních aktivit, které se konají převážně v turistické sezoně mezi měsíci březnem a zářím.

Slabinou cestovního ruchu Luhačovic je nedostatečná turistická nabídka v Luhačovicích, kdy se v okolí Luhačovic nachází spíše kratší turistické trasy, které neuspokojí náročnější turisty. Dalším problémem je vysoká frekvence dopravy, kdy městem projíždí mnoho osobních i nákladních automobilů, řešením tohoto problému je vybudování obchvatu města,

který by odklonil dopravu mimo město. Slabou stránkou Luhačovic je nedostatečná vybavenost pro cyklistiku, jako je chybějící infrastruktura a nepropojení okolních cyklostezek. Problémem pro turisty mohou být nepřehledné webové stránky, kterých je velké množství. Kromě oficiálního webu města provozuje webové stránky také firma Avonet. Stejný problém je i na sociálních sítích, kde působí více profilů Luhačovic. Další slabou stránkou jsou parkovací kapacity, kdy se v Luhačovicích nachází málo parkovacích míst, která bývají, převážně v letních měsících obsazena.

Příležitosti

- Vytvoření obchvatu města
- Propojení cyklistických tras v okolí
- Příliv nových návštěvníků lázní na základě programů pojišťoven a dalších institucí
- Užší spolupráce s okolními městy (Uherský Brod, Bojkovice, Slavičín)
- Vytvoření nových dotačních titulů, které pomohou rozvoji cestovního ruchu

Hrozby

- Omezení finančních prostředků pro rozvoj CR
- Nezájem místních podnikatelů o spolupráci na CR
- Snižující se zájem o lázeňství a wellness
- Nedostatečná péče o lázeňské prameny
- Restriktivní opatření (uzavírání ubytovacích a stravovacích zařízení)

Hlavní prioritou Luhačovic by mělo být vytvoření obchvatu města, jeho stavba by ulevila dopravě ve městě a Luhačovice by se staly klidnějším městem. V okolí v současné době existuje několik cyklostezek, které by se mohly propojit a vytvořit dlouhou cyklistickou trasu. V návaznosti na situaci s pandemií v ČR nabízí pojišťovny ozdravné pobyty svým klientům. Tyto pobyty by měly nalákat do Luhačovic další návštěvníky, kteří by zde strávili delší čas. Luhačovice by měli více spolupracovat s okolními městy, kdy by spolupráce mohla fungovat na bázi propagace nejen Luhačovic ale také blízkého okolí. S cestovním ruchem

souvisí především financování. Luhačovicím by v oblasti CR pomohlo vytvoření nových dotačních titulů, které by mohly čerpat pro další rozvoj.

Hrozbou pro fungování cestovního ruchu v Luhačovicích by mohlo omezení finančních prostředků ať už z rozpočtu města nebo z jiných zdrojů jako jsou například dotace. Problém pro Luhačovice by mohl nastat nezájmem místních podnikatelů o spolupráci v oblasti cestovního ruchu, a to převážně lázeňských společností a dalších ubytovacích a restauračních zařízení. Hrozbou by mohl být klesající zájem o lázně a wellness, nedostatečná péče o lázeňské prameny a další restriktivní opatření způsobena pandemií COVID-19, který by mohla na podzim opět udeřit

5 PROJEKTOVÁ ČÁST – TADY PRAMENÍ ARCHITEKTURA

Poslední kapitola diplomové práce představuje návrh, jehož cílem je pozvednutí úrovně cestovního ruchu ve městě Luhačovicích. V rámci projektové části bude představen původní stav, popis a cíl projektu, aktivity projektu, cílová skupina, potřebnost a návaznost na strategické dokumenty, propagace zdroje financování, harmonogram projektu a riziková analýza.

Hlavní vizí jsou moderní, turisticky atraktivní Luhačovice pro všechny věkové kategorie, v nichž o dění ve městě budou návštěvníci dobře a jasně informováni na webových stránkách a sociálních sítích. Představitelé města se budou snažit zjišťovat zpětnou vazbu a na případnou negativní zpětnou vazbu budou včas a dostatečně reagovat.

Projekt, který by měl zlepšit situaci v Luhačovicích bude kombinací turistiky a pestré architektury. Cílem projektu je do města nalákat návštěvníky, kteří by sem za jiných okolností nepřišli. Stávající lázeňské návštěvníky by měla doplnit zejména mladá generace.

Projekt Tady pramení architektura probíhá od poloviny roku 2021, kdy došlo k první schůzce mezi mnou a zástupci cestovního ruchu, Na této schůzce byl představen návrh projektu a zapojení jednotlivých aktérů. Pro projekt bude důležitá zpětná vazba, která bude následovat po hlavní turistické sezoně mezi měsíci březnem a září roku 2022. Na případné nedostatky se bude moci do jara dalšího roku opět zapracovat a projekt vylepšit.



Obrázek 5 Logo projektu Tady pramení architektura (Zdroj: Tady pramení Luhačovice)

5.1 Původní stav

Luhačovice jsou jednou z nejoblíbenějších destinací nejen ve Zlínském kraji ale také v rámci České republiky. Každým rokem sem přijíždí desetitisíce návštěvníků. Ti sem přijíždí hlavně z důvodu návštěvy lázní, kde se léčí s různými zdravotními problémy, konkrétně se jedná o léčbu dýchacích ústrojí, oběhového ústrojí, poruch pohybového aparátu, onkologické nemoci a nemoci z poruch látkové výměny. Do Luhačovic přijíždí také rodiny s dětmi převážně za účelem odpočinku a množství zajímavostí pro děti, jako je koupání v přehradě a další. Cílem do budoucna je vytvoření nových atrakcí jak pro stálé turisty, tak pro nové, kteří vyhledávají jiné aktivity, než Luhačovice v současné době nabízejí.

V poslední době se těší velké popularitě turistika, která je doplněna poznáním místní kultury. Ta je vhodná pro všechny věkové kategorie. Proto je potřeba vytvořit různě náročné turistické stezky, aby je mohli využívat zkušenější turisté, ale zároveň by měla fungovat jako krátká procházka pro lázeňské hosty.

V Luhačovicích se na relativně malém prostoru nachází velké množství kulturních památek, konkrétně 60 různých historických budov. Tyto budovy pochází většinou z počátku 20. století. Architektura zde má široké spektrum zastoupení, nacházejí se zde budovy ve stylu secese, lidového období, funkcionalismu a také historizující vily.

Architekturou se v Luhačovicích již dlouhodobě zabývají a vyšlo také několik publikací, ve kterých je architektura detailně popsána. Jedná se o knihu Příběhy domů a vil, jejíž autorkou je Blanka Petráková a Ladislava Horňáková, dále Nová doba nový život (Meziválečná architektura v lázních) jejíž autorkou je Ladislava Horňáková. Tyto rozsáhlé publikace by bylo dobré sjednotit do stručné, přehledné brožury, která by poskytovala základní informace pro návštěvníky, kteří se o architekturu zase tolik nezajímají.

Na základě zjištěných poznatků z analytické části bude navržen projekt, který si dává za cíl zlepšit současnou situaci cestovního ruchu v Luhačovicích.

5.2 Popis a cíl projektu

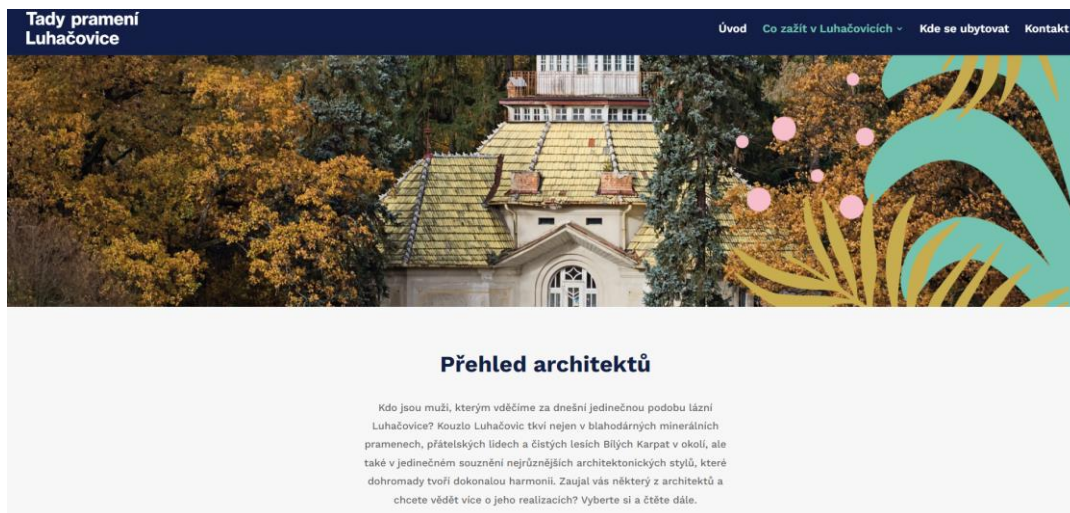
Projekt Tady pramení architektura má za úkol rozšířit nabídku pro současné návštěvníky města a zároveň přilákat návštěvníky nové. Jak již bylo zmíněno, do Luhačovic v současné době jezdí spíše návštěvníci lázní, kteří se zde léčí s různými zdravotními problémy. Cílovou skupinou jsou zejména mladí lidé, zájemci o architekturu, ale také současní návštěvníci Luhačovic, pro které by mohla být turistická trasa zpestřením jejich pobytu.

Projekt Tady pramení architektura propojuje budovy významných architektů, kteří působili v Luhačovicích a vytvořili jedinečnou architekturu na malém prostoru. Propojením šedesáti objektů vzniknou tři turistické trasy, které jsou rozděleny podle náročnosti. Nejkratší, pěti kilometrovou trasou je Lázeňský švihák, druhá trasa, Lázeňský turista je v délce sedmi kilometrů a nejnáročnější je trasa s názvem Lázeňský hrdina. Všechny trasy mají svůj začátek u hotelu Alexandria, který se nachází v centru města, nedaleko turistického informačního centra. V informačním centru je možnost si vzít brožuru s mapou a vydat se na jednu z těchto tras. Mapu si můžete stáhnout na webových stránkách projektu tadyprameniluhacovice.cz. Na obrázku níže je představena mapa z brožury.



Obrázek 6 Mapa projektu Tady pramení architektura

V brožurě jsou popsány budovy, které po cestě uvidíte, před většinou budov je umístěna mramorová deska, na níž je napsán název budovy, jméno architekta a QR kód. Tím se po načtení dostane na webovou stránku tadyprameniluhacovice.cz. Ukázka webu je obrázku níže.



Obrázek 7 webová stránka projektu Tady pramení architektura (zdroj: Tady pramení Luhačovice)

Webové stránky projektu jsou tvořeny úvodním popisem projektu, pod kterým se nachází medailonky jednotlivých architektů. Po rozkliknutí je objeví informace o životě architekta, seznam budov a jejich následný popis. Ukázka z webu je na obrázku níže.



Chaloupka

Adresa: Lázeňské náměstí 126

Stavebník: Akciová společnost lázní Luhačovic

Architekt: Dušan Jurkovič

Rok výstavby: 1902

Nemovitá kulturní památka

Kuchyňský dům z roku 1850 přestavěl architekt Dušan Jurkovič na obytnou vilku s názvem Chaloupka. Přízemní domek doplnil novým roubeným polopatrem, přistavěl schodiště toalety a komíny a získal v přízemí byt o třech pokojích s kuchyní a v prvním patře čtyři pokoje pro lázeňské hosty. Malebné siluety docílil připojením pavláček, štítů a věžičky nad schodištěm. Vstupní část je ozdobena zděným vstupním žudrem a plastickými motivy na fasádě.

[← ZPĚT NA REALIZACE](#)

Obrázek 8 Chaloupka Dušana Jurkoviče z webových stránek projektu Tady pramení architektura (Zdroj: Tady pramení Luhačovice)

Pro větší propagaci webových stránek projektu probíhala od listopadu roku 2021 propagace projektu také na sociálních sítích, kdy každý týden byli představeni jednotliví architekti a jejich budovy. Ve čtvrtek se přidávaly příspěvky na Instagram luhačovice.eu a v neděli na Facebook města Luhačovic.

Zájemci si budou moci projít trasy sami nebo ve vybrané časy s průvodcem, který komentovanou prohlídku doplní o zajímavé informace, zážitky a autenticitu.

Aby se mohli z projektu těšit také lázeňství hosté, kteří nejsou ze zdravotních důvodu schopní projít alespoň část trasy, mělo by město ve spolupráci s vlastníky ubytovacích zařízení natočit komentovanou prohlídku, která by byla k dispozici vybraným hotelům, kde by jim hotelový personál pouštěl videozáznam projektu. Nicméně bych nedoporučoval nahrávku sdílet široké veřejnosti, projekt by tím ztratil svou autentičnost a lidé by mohli dát přednost online návštěvě před návštěvou fyzickou.

5.3 Cílová skupina

Cílem projektu je uspokojit potřebu všech lidí, specializuje se však převážně na stálé návštěvníky, kterým nabízí další možnou atrakci ve městě, dále to jsou noví návštěvníci v podobě zájemců o architekturu a poslední skupinou jsou mladší lidé, kteří do Luhačovic tak často nejezdí.

Stálí návštěvníci Luhačovic

Do této skupiny patří lidé, kteří navštěvují Luhačovice z důvodu lázeňských pobytů, jedná se většinou o starší lidi. Dále se sem řadí rodiny s dětmi, lidé z okolí a místní obyvatelé. Tito lidé Luhačovice dobře znají a projekt by byl pro ně zpestření.

Složení skupiny: starší lidé, lidé preventivně pečující o své zdraví, rodiny s dětmi

Potřeby:

- Aktivní trávení volného času
- Posilování zdravého životního stylu
- Zjištění nových informací a poznání svého okolí

Zájemci o architekturu

Do této skupiny patří lidé, kteří vyhledávají architekturu a zajímají se o ni. Jsou znalci jednotlivých stylů a dokážou ocenit pestrost staveb na území Luhačovic.

Složení skupiny: lidé různého věku, kteří se vyznají v architektuře

Potřeby:

- Dozvědět se co nejvíce informací o místní architektuře
- Poznat nová místa
- Aktivní trávení volného času

Mladší věková kategorie

Projekt si dává za cíl oslovit nové turisty, a to převážně mladé lidi, kteří by Luhačovice nenavštívili za účelem lázeňského pobytu

Složení skupiny: mladí lidé, vysokoškoláci

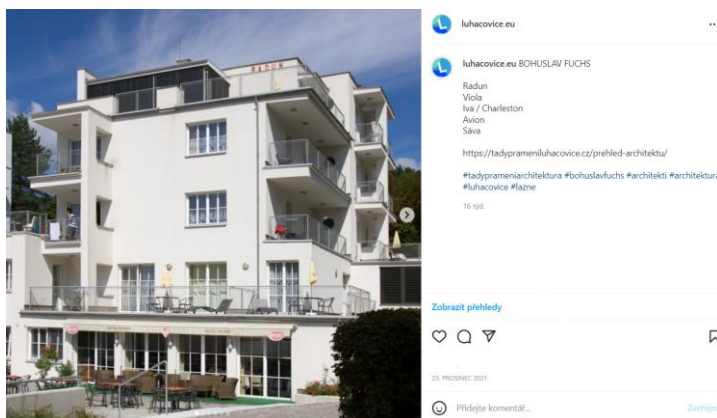
Potřeby:

- Aktivní trávení volného času
- Získání nových informací o architektuře
- Poznání nových míst

5.4 Propagace

Důležitou částí projektu je jeho propagace, aby se dostal do povědomí široké veřejnosti nejenom v okolí Luhačovic, ale po celé republice, případně i na Slovensku. K propagaci se využívá několik možností. Příkladem může být placená reklama na sociálních sítích, mediální propagace nebo propagace v rámci spolupracujících subjektů. Město Luhačovice využije pro svůj projekt všechny tyto možnosti.

Jelikož má projekt oslovit převážně mladé lidi je potřeba dobře využít sociální sítě. Luhačovice mají svůj oficiální Facebook i Instagram, kde využívají placenou reklamu. To znamená, že se příspěvky ukazují i lidem, kteří jednotlivé profily nesledují. Na Instagramu využívají také hashtag, kdy přes hesla mohou oslovit lidi, které zajímá na sociálních sítích pouze vybraná témata. Od listopadu minulého roku dochází ke každotýdenní propagaci jak na Facebooku, tak na Instagramu. Na Facebooku se každou neděli objevuje příspěvek, s vybranými budovami a popisem. Součástí tohoto popisu jsou také odkazy, který mají čtenáře odkázat na webové stránky projektu.



Obrázek 9 Ukázka příspěvku na Instagramu (Zdroj: Instagram)

Popis na Facebooku byl obsáhlejší, tudíž sloužil spíše pro ty, kteří rozumí architektuře a chtějí se o ní něco dozvědět více. Ve čtvrtek dochází k propagaci na Instagramu, kde je pouze heslovité představení jednotlivých budov a architektů s odkazem na webové stránky. Příspěvky na obou sociálních sítích byly doplněny o fotky. Do budoucna by bylo vhodné, aby proběhla soutěž, která by na oba profily nalákala více sledujících. Zájemci by mohli soutěžit například o knihu věnovanou architektuře nebo oblečení a další produkty, které jsou v nabídce na e-shopu. Na obrázku níže je ukázka příspěvku na Instagramu a Facebooku.



Obrázek 10 Ukázka příspěvku na Facebooku (Zdroj Facebook)

Pro zájemce o projekt, kteří nemají přístup k internetu či dávají přednost papírové formě bude sloužit brožura *Tady pramení architektura*. Tu v současné době nabízí Turistické informační centrum a vybrané hotely v Luhačovicích. Do budoucna by se měla rozšířit také do restaurací, sportovních zařízení a na jakákoliv jiná místa ve městě. Pro účely publikace by Luhačovice mohly oslovit také okolní obce a jejich informační centra, které by ji rovněž nabízely.

Luhačovicemi by s propagací mohl pomoci Destinační Management Zlínsko Luhačovicko a Centrála cestovního ruchu Východní Moravy, které mají větší dosah pro propagaci.

Informace o projektu *Tady pramení architektura* se již objevily na Archiweb.cz, Zlínském deníku a Českém rozhlasu. V průběhu sezony by Luhačovice mohly rovněž oslovit regionální televizi TV Slovácko.

5.5 Financování projektu

V tabulce níže je popsán rozpočet projektu, který byl v současné chvíli využit. Prospekt k projektu, správu webu a desky pro QR kódy byly objednány v luhačovické firmě AB Manufaktura, celková částka za poskytnutí těchto služeb byla ve výši 38 884 Kč. Tisk prospektu a dalších propagačních materiálů zajistila firma Matchball. Celková částka za tisk byla 18 390 Kč. Obě částky jsou uvedeny včetně DPH. Do budoucna bude potřeba financovat průvodce, kteří jsou v současné době oslovováni. Důležité pro projekt bude zpětná vazba, tu by mělo zajistit informační centrum, formou dotazníků, které budou buď fyzicky na vybraných místech. Tato místa by mohla být TIC Luhačovice, vybrané ubytovací zařízení, webové stránky projektu. Online dotazník by se mohl vyskytnout na oficiálních stránkách města, sociálních sítích města, webu Zlínsko Luhačovicko a dalších.

Tabulka 34 Rozpočet projektu (Zpracování vlastní)

Rozpočet projektu	
Položka	Částka
Prospekt + web + desky	38 884 Kč
Tisk	18 390 Kč
Celková náklady	57 274 Kč

Na financování projektu se v Luhačovicích podílí několik organizací. Největší částku poskytly Lázně Luhačovice, 20 000 Kč. Po 5 tisících přispěly na projekt DS Zlínsko Luhačovicko, Divadelní kavárna, Radun a Augustiánský dům. Částku 7 000 Kč dalo na projekt Zálesí Luhačovice. Celková částka, kterou poskytli sponzoři činila 47 000 Kč. Zbytek do 57 274 Kč poskytl Městský úřad Luhačovice.

Tabulka 35 Zdroje financování (Zdroj: rozhovory, zpracování vlastní)

Zdroje financování	
Organizace	Částka
Lázně Luhačovice a.s.	20 000 Kč
DS Zlínsko Luhačovicko	5 000 Kč
Divadelní kavárna	5 000 Kč
Radun	5 000 Kč
Augustiniánský dům	5 000 Kč
Zálesí	7 000 Kč
Sponzoři celkem	47 000 Kč
Doplatek městského úřadu	10 274 Kč
Zdroje celkem	57 274 Kč

5.6 Aktivity projektu

- **Vytvoření turistických tras**

Prvním úkolem projektu bylo vytvoření tří různě náročných tras. Začátek všech je u hotelu Alexandria a cesta končí u turistického informačního centra. Je tvořena 60 místy, všechna tato místa se dají projít na nejnáročnější trase, která se jmenuje Lázeňský hrdina a je dlouhá 12 km. Středně náročná stezka o délce 7 km se jmenuje Lázeňský turista. Nejméně náročná trasa, Lázeňský švihák, má 5 km a slouží především pro rodiny s dětmi a starší lidi. Jednotlivé trasy jsou rozděleny podle barev, nejkratší je označena barvou žlutou, Lázeňský turista barvou červenou a nejnáročnější trasa barvou zelenou.

- **Oslovení vlastníků budov**

Důležitým úkolem byla komunikace s vlastníky budov, těm bylo potřeba představit projekt a požádat je, zda by před budovami mohla být deska s QR kódem a taky je připravit na větší nápor turistů, v okolí jejich budov. Velkou část budov mají ve vlastnictví Lázně a.s., tudíž zde nebyla komunikace problém a Lázně vyšly tomuto projektu vstříc. U ostatních budov byl častým problémem dohledání všech majitelů. Někteří majitelé s projektem nesouhlasili, a to z důvodu velkého množství návštěvníků před jejich budovy, které slouží jako ubytovací zařízení pro turisty.

- **Vytvoření brožury a webu tady pramení architektura**

Základem pro web je brožura, ve které jsou představeni architekti, kteří působili v Luhačovicích včetně jejich významných budov. Součástí brožury je rovněž mapa projektu. Tato brožura se převedla také do online prostředí na web tadyprameniluhacovice.cz. U budov na trase se nachází QR kódy, které přesunou uživatele s QR čtečkou na web projektu, kde si přečtou všechny informace.

- **Představení projektu a jeho propagace**

K představení projektu veřejnosti došlo 14.11.2021 u luhačovického informačního centra. Zde byla pokřtěna brožura a projekt se začal propagovat, aby se dostal do začátku turistické sezony do povědomí co nejvíce lidem. Propagace probíhala na sociálních sítích (Facebooku a Instagramu) města. Každý den zde byli představeni architekti a jejich významné budovy na území Luhačovic. V průběhu sezony by mělo dojít k soutěži, kde by výhrou mohla být publikace orientovaná na luhačovickou architekturu. Tyto soutěže se na sociálních sítích

využívají pro větší dosah profilů, což by mohlo rovněž ovlivnit návštěvnost města, především mladými lidmi

- **Vyhodnocení projektu, zpětná vazba**

Po ukončení turistické sezony 2022 bude důležitá zpětná vazba. V turistickém informačním centru by měly být dotazníky spokojenosti s projektem, aby město vědělo, jak do budoucna projekt vylepšit. Dotazníky by se mohly nacházet také v online prostoru, na sociálních sítích, webu města a dalších subjektech (Destinační management Zlínsko Luhačovicko, Centrála cestovního ruchu východní Moravy).

5.7 Harmonogram projektu

Začátek projektu Tady pramení architektura nastal v dubnu roku 2021, kdy se konala první schůzka se zástupci cestovního ruchu Luhačovic, na které byl představený návrh projektu a jeho postupné provedení. V květnu tohoto roku došlo k vytvoření tří různě náročných tras – Lázeňský hrdina, Lázeňský turista a Lázeňský švihák.

V návaznosti na trasy bylo potřeba oslovit vlastníky budov, představit jim projekt a požádat je o možnost umístění informační tabule před jejich budovy.

Následovalo vytvoření webu a brožury, které se staly nositeli informací o projektu. Na webu Tady pramení Luhačovice byly postupně představeni všichni architekti a jejich budovy na území Luhačovic. Brožura obsahovala stejné informace, ještě byla doplněna o mapu s jednotlivými body, které byly očíslovány a označeny do jaké trasy patří. Dodatečně byly mapy všech tří tras doplněny také na web. Následovalo vytvoření tabulek s kódy, ty mají sloužit uživatelům, kteří si budou chtít propojit přes QR kód na web a zde si přečíst informace, namísto nošení brožury.

Dne 14.11. 2021 došlo k představení projektu, které se uskutečnilo před Informačním centrem Města Luhačovic. Svého křtu se zde dočkala také brožura a došlo k návštěvě pěti objektů na mapě, včetně komentované prohlídky. Od tohoto data začala propagace projektu na sociálních sítích, kdy se na Facebooku a Instagramu objevil jednou týdně příspěvek, který se týkal buď životopisu architekta nebo popisu některé z budov. Propagace projektu probíhá dosud, do budoucna by bylo vhodné ji doplnit o různé soutěže, aby se dosah profilů na sociálních sítích ještě zvětšil.

V týdnu od 21.2. 2022, kdy probíhal Mezinárodní den průvodců došlo k zahájení projektu. V tomto týdnu se každý den uskutečnila jedna prohlídka na území města Luhačovic. Prohlídka projektu tady Pramení architektura se uskutečnila v pondělí 21.2.2022.

V průběhu května by mělo dojít k rozšíření současné nabídky projektu, vytvoření nových stezek, které by se mohli propojit s již existujícími trasami. Počítá se také s větším využitím komentovaných prohlídek, tudíž bude potřeba sehnat dostatečně kvalifikované průvodce.

Velmi důležité bude také zjišťovat zpětnou vazbu návštěvníků. K vyhodnocení projektu by mělo dojít ihned po ukončení turistické sezony na konci září. Veškeré nedostatky bude potřeba odstranit, aby na další sezonu byl projekt ještě lákavějším a zajímavějším.

Tabulka 36 Harmonogram projektu (Zpracování vlastní)

Harmonogram projektu	
Datum	Aktivita
Duben 2021	První informační schůzka
Květen 2021	Vytvoření návrhu stezek
Červen 2021	Oslovení vlastníků budov
Srpen 2021	Tvorba webu
Září 2021	Tvorba brožury
Září 2021	Vytvoření tabulí s QR kódem
Listopad 2021	Představení projektu veřejnosti
Od listopadu 2021	Propagace na sociálních sítí
Únor 2022	Zahájení turistické sezony
Květen 2022	Rozšíření nabídky
Září 2022	Zpětná vazba

5.8 Riziková analýza

Následující kapitola se zabývá riziky spojenými s projektem, dále tím, jaké je pravděpodobnost výskytu tohoto rizika, jaký může mít riziko dopad a jak jej eliminovat.

Prvním problémem je neochota spolupráce na projektu ze strany některých majitelů budov. Majitelé nemusí souhlasit s umístěním tabulky s QR kódem před jejich budovu, tento problém se může vyskytnout velmi často, především u budov, které mají více vlastníků, kdy stačí aby jeden z vlastníků s umístěním nesouhlasil nebo se na něj nepodařilo najít kontakt, tak tabule se nemůže před budovou nacházet. Dopad na projekt tato událost může mít zásadní, kdy se zájemci nedozví přímo u budovy informace na trase. Řešením problému je umístění tabule k jiné budově v okolí. To znamená, že u jedné budovy by byly dvě informativní tabule. Jelikož velkou část budov, které se nachází na trase vlastní Lázně a.s., tak tato eliminace by měla být dostačující.

Dalším problémem, který se může objevit je vandalismus. Ten by se mohl týkat jak budov, tak převážně tabulí s kódy, které mohou být poničeny nebo ukradnuty. U tohoto problému je jeho pravděpodobnost výskytu vysoká, a to především u budov které se nachází v okolí Diskotéky Elektra. Tato skutečnost by měla především finanční dopad, kdy by se neustálé pořizování nových tabulí mohlo výrazně prodražit. Problém by to představovalo také pro návštěvníky, kterým by na stezce chyběla tabule s představením budovy. Eliminace rizika spočívá ve vytvoření kamerového systému v okolí budov, tak aby případný pachatel, který tabuli poškodil byl dopaden a potrestán.

Riziko projektu je rovněž malý zájem ze strany návštěvníků Luhačovic, ať už ze strany současných hostů, kteří navštěvují Luhačovice z důvodu odpočinku, tak rovněž potenciálních nových hostů, kteří by navštívili Luhačovice kvůli této turistické atrakci. Pravděpodobnost výskytu tohoto problému je však malá, a to z důvodu prvotních pozitivních reakcí na projekt a jeho nynější návštěvnost. Nicméně toto riziko se zde bude objevovat do budoucna, kdy opadne první vlna návštěvníků stezky. To by mohlo mít fatální následky pro pokračování projektu. V rámci eliminace bude potřeba zpestření projektu, plněním různých úkolů na cestě a následná odměna pro úspěšné hosty, vymyšlení nových možností tras, propojení s jinými stezkami nebo tematicky zaměřených túr.

Závažným problémem pro projekt by mohl být chátrající stav budov na trase. Zchátralé budovy by se mohli stát nejen nevzhledné pro hosty, ale také nebezpečné a musely by být z trasy vynechány. Pravděpodobnost tohoto výskytu je však nízká, její dopad by ale byl

fatální. Řešení spočívá v revitalizaci budov, postupných oprav a dobré péče o budovy. Tento úkol je především pro jejich majitele, zástupci města by jim však měli být nápomocni a na revitalizaci přispívat.

Posledním rizikem projektu je nezájem vlastníků budov a jejich obyvatel o turisty. Tento problém se již vyskytl při oslovení vlastníků a představení tohoto projektu. Většina budov tvoří ubytovací zařízení, do kterých přijíždí hosté. Provozovatelé těchto budov mohou chápat turisty jako hrozbu pro jejich hosty, a to v především v případě komentovaných prohlídek, kdy by se provozovatelům nemuselo líbit shlukování turistů před jejich objekty a komentáře průvodců. Tato skutečnost by nemusela mít zásadní vliv na projekt, jeho eliminace by spočívala ve zjištění, které budovy jsou ty, kde jejich provozovatelům vadí přítomnost turistů a komentář k budově provést ve větší vzdálenosti od ní, následně by turisté kolem budovy pouze prošli a nezdržovali by se.

Tabulka 37 Riziková analýza (Zpracování vlastní)

Riziko	Pravděpodobnost výskytu	Odhadovaný dopad	Eliminace rizika
Nespolupráce majitelů budov	Vysoká	9	Jiný způsob předání informací
Vandalismus	Střední	7	Kamerový systém
Malý zájem	Nízká	10	Zpestření projektu
Chátrající stav budov	Nízká	9	Revitalizace budov
Nezájem obyvatel budov o turisty	Střední	7	Vynechání budovy z trasy

ZÁVĚR

Hlavním cílem diplomové práce bylo provést analýzu současné situace cestovního ruchu ve městě Luhačovice a navrhnout řešení, které povede ke zlepšení stávající situace. Cílem bylo také vytvořit podklady ke strategickému dokumentu, který se stane základem pro strategii rozvoje cestovního ruchu Luhačovic.

V teoretické části byly představeny pojmy, které souvisí s cestovním ruchem, lázeňstvím a strategickým plánováním. Byly zde definovány druhy cestovního ruchu, typy účastníků, systém cestovního ruchu, činitelé rozvoje cestovního ruchu, ekonomika cestovního ruchu. Dále historie lázeňství, předpoklady rozvoje lázeňství, jeho význam a lázeňství v České republice, struktura strategického dokumentu, přístupy ke strategickému plánování a strategické dokumenty.

V analytické části bylo představeno prostředí cestovního ruchu v Luhačovicích. V této části bylo nejprve představeno město Luhačovice, následovala kapitola, která analyzovala nabídku cestovního ruchu. Byl zde charakterizován organizační rámec cestovního ruchu ve městě, Turistické informační centrum, lázeňství, sport a relaxace, významné kulturní akce, ubytování, stravování a průvodcovské služby. V následující části byly porovnány ukazatele cestovního ruchu historicky a v rámci jednotlivých územích celků. Následovaly informační toky a financování cestovního ruchu.

Na tuto část navazovaly rozhovory. V rámci nich bylo osloveno sedm vybraných aktérů cestovního ruchu, kteří odpovídali na pět předem domluvených otázek a na případné doplňující otázky.

Přechodovou část mezi analytickou a projektovou částí byla SWOT analýza, pomocí které byly identifikovány silné a slabé stránky, příležitosti a hrozby.

Na základě předchozích analýz byl vytvořen projekt, který by měl pomoci zlepšení situaci v cestovním ruchu ve městě. Projekt Tady pramení architektura byl vytvořen na základě jednání aktérů cestovního ruchu, při kterých jim byl projekt představen a průběžně byli informováni o jeho stavu. Projekt si dává za cíl vytvořit novou atrakci pro současné návštěvníky města a rovněž přilákat nové. V projektové části byla nejprve popsána výchozí situace, po ní následoval popis projektu a jeho cíle, následovala charakteristika cílových skupin, propagace financování projektu, představení jednotlivých aktivit a harmonogram projektu a na závěr byla vytvořena riziková analýza.

Do budoucna je potřeba neustále sledovat nové trendy v oblasti cestovního ruchu a podle nich aktualizovat strategii rozvoje cestovního ruchu. Projekt bude potřeba do dalších let více zatraktivnit vytvořením nových tras nebo jejich propojení s jinými již existujícími trasami.

SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

- BERÁNEK, Jaromír. *Ekonomika cestovního ruchu*. Praha: Mag Consulting, 2013, 295 s. ISBN 978-80-86724-46-1.
- BLOUET, Brian W. *The EU and neighbors: a geography of Europe in the modern world*. 2nd ed. Hoboken, N.J.: John Wiley, c2012, ix, 566 s. ISBN 978-0-470-943-40-3.
- FLETCHER, John et al. *Tourism: Principles and Practice*. 5th ed. Harlow: Pearson, 2013, 643 s. ISBN 978-0-273-75827-3.
- HRALA, Václav, ŠAFAŘÍK, Viktor, ed. *Geografie cestovního ruchu*. 6., aktualiz. a dopl. vyd. Praha: Idea servis, 2013, 197 s. ISBN 978-80-85970-79-1.
- JAKUBÍKOVÁ, Dagmar, Eliška VILDOVÁ, Petr JANEČEK a Jan TLUČHOŘ. *Lázeňství: management a marketing*. Praha: Grada Publishing, 2019. Expert. ISBN 978-80-271-2461-9.
- KRBOVÁ, Jana. *Strategické plánování ve veřejné správě*. Praha: Wolters Kluwer, 2016, 143 s. ISBN 978-80-7552-587-1.
- MCDONALD, J. Scott, John R. BENNETT JR, Keith A. MERWIN a Gerald A. MERWIN JR. *Cultural tourism in the wake of web innovation: emerging research and opportunities* [online]. Hershey, Pennsylvania, 2019. 139 str. [cit. 2022-02-26]. ISBN 9781522583950. Dostupné z: <https://www-igi-global-com.proxy.k.utb.cz/gateway/book/217374>
- PETRÁKOVÁ, Blanka a Ladislava Horňáková. *Příběhy domů a vil*. Luhačovice: Městský dům kultury Elektra Luhačovice, 2020. 110 s. ISBN 978-80-260--2411-8.
- SARSBY Alan, *SWOT Analysis*. United Kingdom: Spectarsi Ltd. 2016. 85 s. ISBN 978-0-9932504-2-2
- STEJSKALOVÁ, Lucie. *Myslet město: [současné městské strategie]*. Praha: Vysoká škola uměleckoprůmyslová v Praze, c2014, 281 s. ISBN 978-80-86863-47-4.

Internetové zdroje:

Cestovní agentura Luhanka. ©2022 Lázně Luhačovice [online]. [cit. 2022-03-02]. Dostupné z: <https://www.lazneluhacovice.cz/25225-valassko-tipy-nasi-cestovni-agentury-luhanka>

Cestovní ruch, © 2022. Ministerstvo pro místní rozvoj [online]. [cit. 2022-02-26]. Dostupné z: <https://www.mmr.cz/cs/ministerstvo/cestovni-ruch>

Cestovní ruch. ©2022 Český statistický úřad: Veřejná databáze [online]. [cit. 2022-02-28]. Dostupné z: <https://vdb.czso.cz/vdbvo2/faces/cs/index.jsf?page=statistiky&katalog=31743>

Cykloturistika. ©2022 Oficiální stránky města Luhačovice [online]. [cit. 2022-02-28]. Dostupné z: <https://www.luhacovice.eu/1721-cykloturistika>

Estonia among top 3 in the UN e-Government Survey 2020. ©2020. E-Estonia [online]. [cit. 2022-02-26]. Dostupné z: <https://e-estonia.com/estonia-top-3-in-un-e-government-survey-2020/>

Kouzlo Luhačovic. ©2022 Oficiální stránky města Luhačovice [online]. [cit. 2022-02-26]. Dostupné z: <https://www.luhacovice.eu/24824-kouzlo-luhacovic>

Kulturní památky v Luhačovicích. ©2022 Vincent [online]. [cit. 2022-02-28]. Dostupné z: <https://vincentluhacovice.cz/cs/blog/kulturni-pamatky-v-luhacovicich>

Lázeňství. ©2022 Oficiální stránky města Luhačovice [online]. [cit. 2022-02-28]. Dostupné z: <https://www.luhacovice.eu/24834-lazenstvi>

Mezinárodní dokumenty. ©2022. Databáze strategií [online]. [cit. 2022-02-26]. Dostupné z: <https://www.databaze-strategie.cz/cz/mezinarodni-dokumenty>

Minerální prameny. ©2022 Oficiální stránky města Luhačovice [online]. [cit. 2022-02-28]. Dostupné z: <https://www.luhacovice.eu/1687-mineralni-prameny>

Místní dokumenty. ©2022 Databáze strategií [online]. [cit. 2022-02-26]. Dostupné z: <https://www.databaze-strategie.cz/cz/mistni-dokumenty>

Národní dokumenty. ©2022. Databáze strategií [online]. [cit. 2022-02-26]. Dostupné z: <https://www.databaze-strategie.cz/cz/CR>

Oblastní dokumenty. ©2022 Databáze strategií [online]. [cit. 2022-02-26]. Dostupné z: <https://www.databaze-strategie.cz/cz/oblastni-dokumenty>

Pobyty s benefity. ©2022 Lázně Luhačovice [online]. [cit. 2022-03-02]. Dostupné z: <https://www.lazneluhacovice.cz/25993-pobyty-s-benefity>

Pobyty. ©2022 Lázně Luhačovice [online]. [cit. 2022-03-02]. Dostupné z: <https://www.lazneluhacovice.cz/24924-pobyty>

Prohlídky města. ©2022 Oficiální stránky města Luhačovice [online]. [cit. 2022-02-28]. Dostupné z: <https://www.luhacovice.eu/24830-prohlidky-mesta>

Přehled architektů. ©2022 Tady pramení Luhačovice [online]. [cit. 2022-02-28]. Dostupné z: <https://vincentluhacovice.cz/cs/blog/kulturni-pamatky-v-luhacovicich>

Přehrada. ©2022 Oficiální stránky města Luhačovice [online]. [cit. 2022-02-28]. Dostupné z: <https://www.luhacovice.eu/3481-prehrada>

Regionální dokumenty. ©2022. Databáze strategií [online]. [cit. 2022-02-26]. Dostupné z: <https://www.databaze-strategie.cz/cz/regionalni-dokumenty>

Rozpočet města. ©2022 Oficiální stránky města Luhačovice [online]. [cit. 2022-03-17]. Dostupné z: <https://www.mesto.luhacovice.eu/25027-rozpocet-mesta>

Seznam lázeňských míst v ČR, ©2022, Ministerstvo zdravotnictví ČR [cit. 2022-02-26]. Dostupné z: <https://www.mzcr.cz/seznam-lazenskych-mist-v-cr/>

Sportovní aktivity. ©2022 Oficiální stránky města Luhačovice [online]. [cit. 2022-02-28]. Dostupné z: <https://www.luhacovice.eu/24782-sportovni-aktivity>

Stravování. ©2022 Oficiální stránky města Luhačovice [online]. [cit. 2022-02-28]. Dostupné z: <https://www.luhacovice.eu/25018-stravovani>

Turistika. ©2022 Oficiální stránky města Luhačovice [online]. [cit. 2022-02-28]. Dostupné z: <https://www.luhacovice.eu/1336-turistika>

Ubytování. ©2022 Lázně Luhačovice [online]. [cit. 2022-03-02]. Dostupné z: <https://www.lazneluhacovice.cz/24941-ubytovani>

Ubytování. ©2022 Oficiální stránky města Luhačovice [online]. [cit. 2022-02-28]. Dostupné z: <https://www.luhacovice.eu/25017-ubytovani>

Venkovský cestovní ruch, jeho specifika a podmínky pro rozvoj. ©2007 Ministerstvo pro místní rozvoj [online]. Praha, [cit.2022-02-26]. Dostupné z: <https://www.mmr.cz/getmedia/e117ea61-1783-4982-a4fa-bf6e1220f318/GetFile4.pdf>

Wellness a relaxace. ©2022 Oficiální stránky města Luhačovice [online]. [cit. 2022-02-28]. Dostupné z: <https://www.luhacovice.eu/24835-wellness-a-relaxace>

Zákony pro lidi [online]. ©2022 [cit. 2022-03-31]. Dostupné z:
<https://www.zakonyprolidi.cz/>

SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK

CR	Cestovní ruch
ČR	Česká republika
ČSÚ	Český statistický úřad
EU	Evropská unie
HDP	Hrubý domácí produkt
CHKO	Chráněná krajinná oblast
MdK	Městský dům Elektra
MZČR	Ministerstvo Zdravotnictví ČR
NATO	Severoatlantická aliance
ORP	Obec s rozšířenou působností
OSN	Organizace Spojených Národů
TIC	Turistické informační centrum
UNECE	Evropská hospodářská komise OSN
UNESCO	Organizace spojených národů pro výchovu, vědu a kulturu
USA	Spojené státy americké
V4	Visegrádská skupina

SEZNAM OBRÁZKŮ

Obrázek 1 Struktura celkového počtu příjezdů zahraničních a tuzemských turistů do krajů ČR za období 2017-2019 (Zdroj: Ministerstvo pro místní rozvoj).....	17
Obrázek 2 Zahraniční turisté v ČR dle zemí za období 2017-2019 (Zdroj: Ministerstvo pro místní rozvoj).....	18
Obrázek 3 Vybrané evropské země: celkový počet přenocování v hromadném ubytování zařízeních na 100 obyvatel (Zdroj: Ministerstvo pro místní rozvoj).....	18
Obrázek 4 Organizační struktura města Luhačovice (zdroj: město Luhačovice).....	45
Obrázek 5 Logo projektu Tady pramení architektura (Zdroj: Tady pramení Luhačovice) .	86
Obrázek 6 Mapa projektu Tady pramení architektura	88
Obrázek 7 webová stránka projektu Tady pramení architektura (zdroj: Tady pramení Luhačovice)	89
Obrázek 8 Chaloupka Dušana Jurkoviče z webových stránek projektu Tady pramení architektura (Zdroj: Tady pramení Luhačovice).....	89
Obrázek 9 Ukázka příspěvku na Instagramu (Zdroj: Instagram)	93
Obrázek 10 Ukázka příspěvku na Facebooku (Zdroj Facebook)	94

SEZNAM TABULEK

Tabulka 1 Seznam lázeňských měst v ČR (zdroj: Ministerstvo zdravotnictví ČR, zpracování vlastní)	36
Tabulka 2 Služby poskytované TIC (Zdroj: rozhovor s vedoucím TIC v Luhačovicích, zpracování vlastní).....	46
Tabulka 3 Propagační materiál (Zdroj: rozhovor s vedoucím TIC v Luhačovicích, zpracování vlastní)	47
Tabulka 4 Porovnání tržeb a návštěvnosti TIC v Luhačovicích a Uherském Brodě (Zdroj rozhovory, zpracování vlastní)	48
Tabulka 5 Porovnání návštěvnosti TIC v jednotlivých měsících v roce 2019 v Luhačovicích a Uherském Brodě (Zdroj rozhovory, zpracování vlastní)	48
Tabulka 6 Porovnání návštěvnosti TIC v jednotlivých měsících v roce 2020 v Luhačovicích a Uherském Brodě (Zdroj rozhovory, zpracování vlastní)	49
Tabulka 7 Srovnání turistických center v Luhačovicích, Uherském Brodě a Valašských Kloboukách, část první (Zdroj rozhovory, zpracování vlastní).....	50
Tabulka 8 Srovnání turistických center v Luhačovicích, Uherském Brodě a Valašských Kloboukách, část druhá (Zdroj rozhovory, zpracování vlastní)	51
Tabulka 9 Seznam minerálních pramenů v Luhačovicích (Zdroj: Oficiální stránky města, Luhačovice, zpracování vlastní)	52
Tabulka 10 Seznam okruhů a turistických tras v Luhačovicích (Zdroj: Oficiální stránky města Luhačovice, zpracování vlastní).....	55
Tabulka 11 Vyžití přehrady v Luhačovicích (Zdroj: Oficiální stránky města Luhačovice, zpracování vlastní).....	55
Tabulka 12 Lázeňské budovy (Zdroj: Vincent, zpracování vlastní).....	56
Tabulka 13 Vily (Zdroj: Vincent, zpracování vlastní).....	56
Tabulka 14 Ostatní stavby a skulptury (Zdroj: Vincent, zpracování vlastní).....	57
Tabulka 15 Významné kulturní akce v Luhačovicích (Zdroj Lázně Luhačovice, zpracování vlastní)	58
Tabulka 16 Lázeňské hotely (Zdroj: Oficiální stránky města Luhačovice, zpracování vlastní)	58
Tabulka 17 Wellness hotely (Zdroj: Oficiální stránky města Luhačovice, zpracování vlastní)	59
Tabulka 18 Hotely (Zdroj: Oficiální stránky města Luhačovice, zpracování vlastní).....	59
Tabulka 19 Penziony (Zdroj: Oficiální stránky města Luhačovice, zpracování vlastní).....	60
Tabulka 20 Ubytování v soukromí (Zdroj: Oficiální stránky města Luhačovice, zpracování vlastní)	60
Tabulka 21 Apartmány (Zdroj: Oficiální stránky města Luhačovice, zpracování vlastní) .	61
Tabulka 22 Vývoj ubytovacích kapacit v Luhačovicích v období 2012-2020 (Zdroj ČSÚ, zpracování vlastní).....	61

Tabulka 23 Restaurace (Zdroj: Oficiální stránky města Luhačovice, zpracování vlastní) ..	62
Tabulka 24 Cukrárny a kavárny (Zdroj: Oficiální stránky města Luhačovice, zpracování vlastní)	62
Tabulka 25 Bary a hospůdky (Zdroj Oficiální stránky města Luhačovice, zpracování vlastní)	63
Tabulka 26 Pizzerie a rychlé občerstvení (Zdroj Oficiální stránky města Luhačovice, zpracování vlastní).....	63
Tabulka 27 Prohlídky města (Zdroj: rozhovor s vedoucím TIC v Luhačovicích, zpracování vlastní)	64
Tabulka 28 Hosté a přenocování v hromadných ubytovacích zařízeních v Luhačovicích (Zdroj: ČSÚ, zpracování vlastní).....	66
Tabulka 29 Hosté a přenocování v hromadných ubytovacích zařízeních v ORP Luhačovice (Zdroj ČSÚ, zpracování vlastní).....	66
Tabulka 30 Hosté a přenocování v hromadných ubytovacích zařízeních ve Zlínském kraji (Zdroj: ČSÚ, zpracování vlastní).....	67
Tabulka 31 Počet lázní v jednotlivých krajích ČR (Zdroj: MZČR, zpracování vlastní)	70
Tabulka 32 Výdaje z rozpočtu města (Zdroj: město Luhačovice zpracování vlastní).....	75
Tabulka 33 Tabulka plánovaných projektů v Luhačovicích (Zdroj rozhovory, zpracování vlastní)	76
Tabulka 34 Rozpočet projektu (Zpracování vlastní)	95
Tabulka 35 Zdroje financování (Zdroj: rozhovory, zpracování vlastní)	95
Tabulka 36 Harmonogram projektu (Zpracování vlastní)	99
Tabulka 37 Riziková analýza (Zpracování vlastní)	101

SEZNAM GRAFŮ

Graf 1 Průměrný počet přenocování (Zdroj ČSÚ, zpracování vlastní)	67
Graf 2 Porovnání počtu hostů v roce 2019 v rámci ORP ve Zlínském kraji (Zdroj ČSÚ, zpracování vlastní).....	68
Graf 3 Počet přenocování v roce 2019 v ORP ve Zlínském kraji (Zdroj: ČSÚ zpracování vlastní)	68
Graf 4 Počet hostů v roce 2020 v ORP ve Zlínském kraji, (Zdroj ČSÚ, zpracování vlastní)	69
Graf 5 Počet přenocování v roce 2020 v ORP ve Zlínském kraji, (Zdroj: ČSÚ, zpracování vlastní)	69
Graf 6 Počet hostů v lázeňských zařízeních v krajích v roce 2019 v ČR (Zdroj ČSÚ, zpracování vlastní).....	70
Graf 7 Počet hostů v lázeňských zařízeních v krajích v roce 2021 (Zdroj ČSÚ, zpracování vlastní)	71
Graf 8 Počet přenocování v lázeňských zařízeních v krajích v roce 2019 v ČR (Zdroj ČSÚ, zpracování vlastní).....	71
Graf 9 Počet přenocování v lázeňských zařízeních v krajích v roce 2021 v ČR (Zdroj ČSÚ, zpracování vlastní).....	72