

Analýza cestovního ruchu ve městě Uherský Brod

Eliška Juřenová

Bakalářská práce
2008



Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta managementu a ekonomiky

Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta managementu a ekonomiky
Ústav veřejné správy a regionálního rozvoje
akademický rok: 2007/2008

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Eliška JUŘENOVÁ**
Studijní program: **B 6202 Hospodářská politika a správa**
Studijní obor: **Veřejná správa a regionální rozvoj**

Téma práce: **Analýza cestovního ruchu ve městě Uherský Brod**

Zásady pro vypracování:

Úvod

I. Teoretická část

- Charakterizujte pojem cestovní ruch jako specifickou oblast služeb.

II. Praktická část

- Charakterizujte město Uherský Brod s ohledem na současný stav cestovního ruchu.
- Prozkoumejte spokojenost návštěvníků s úrovní ubytovacích zařízení, služeb, informačního centra a možností návštěvnosti historických památek.
- Navrhněte opatření směřující do oblasti cestovního ruchu ve městě Uherský Brod.

Závěr

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

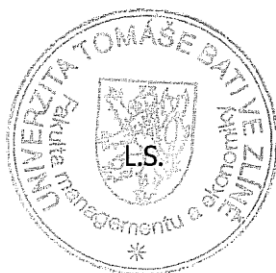
Seznam odborné literatury:


- [1] FORET, M., FORETOVÁ, V. Jak rozvíjet místní cestovní ruch. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2001. 180 s. ISBN 80-247-0207-X.
[2] PAYNE, A. Marketing služeb. Přeložila Veronika Dobešová. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 1996. 247 s. ISBN 80-7169-276-X.
[3] FORET, M., STÁVKOVÁ, J. Marketingový výzkum: jak poznávat své zákazníky. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2003. 159 s. ISBN 80-247-0385-8.
[4] MAREK, J. Dramata města – Dějinami Uherského Brodu a jeho obyvatel. 1. vyd. Městský úřad v Uherském Brodě: Vars, 1990. ISBN 80-900726-4-X.
[5] PAVLŮ, D., et al. Marketingové komunikace a výzkum: Professional publishing, 2006. ISBN 80-7318-383-8.

Vedoucí bakalářské práce: doc. Ing. Josef Kubík, CSc.
Ústav managementu
Datum zadání bakalářské práce: 17. března 2008
Termín odevzdání bakalářské práce: 23. května 2008

Ve Zlíně dne 17. března 2008


doc. Dr. Ing. Drahomíra Pavelková
děkan




doc. RNDr. René Wokoun, CSc.
ředitel ústavu

ABSTRAKT

Důvodem zpracování bakalářské práce je navrhnout opatření za účelem rozvoje cestovního ruchu ve městě Uherský Brod. Po úvodu následuje obecný výklad a charakteristika cestovního ruchu z odborné literatury, která se vztahuje k danému tématu.

Následující část mé bakalářské práce představuje město Uherský Brod a popisuje jeho současný stav v oblasti cestovního ruchu. V praktické části je provedena situační analýza popisující současný stav cestovního ruchu v Uherském Brodě.

V poslední části bakalářské práce je vytvořen návrh ke zlepšení situace v oblasti cestovního ruchu města Uherského Brodu jako ucelený dokument.

Klíčová slova:

Cestovní ruch, Braillovo písmo, analýza, turismus, strategická vize, infrastruktura, konkurenceschopnost, marketing.

ABSTRACT

As a reason to make this bachelor's work is propose acquisition with the view of development tourist trade in city Uherský Brod. After introduction following general interpretation and characteristics tourist trade from technical literature, witch is refer this work.

Following part my bachelor's work introduce city Uherský Brod and describe its the present state of tourist trade area. In practical part is design situation analyse describe the present condition tourist trade in Uhersky Brod.

In last part bachelor's work is created proposal to improvement situation in turist trade area city Uhersky Brod as a whole document.

Keywords:

Tourist trade, Braille, analyse, turism, strategic scheme, infrastructure, competitive advantage and marketing.

PODĚKOVÁNÍ

Děkuji vedoucímu bakalářské práce panu doc. Ing. Josefu Kubíkovi, CSc. za velmi užitečnou metodickou pomoc, spolupráci, odborné vedení a konzultace při vytváření bakalářské práce.

Motto:

"Pokrok nespočívá v tom, že poběžíme donekonečna stále stejným směrem, ale že najdeme místo, na němž se budeme moci opět na čas zastavit."

Gilbert K. Chesterton

Obsah

ÚVOD.....	9
I TEORETICKÁ ČÁST	
1 CHARAKTERISTIKA POJMU CESTOVNÍ RUCH JAKO SPECIFICKÁ OBLAST SLUŽEB	12
1.1 Vymezení cestovního ruchu	13
1.2 Obecné trendy vývoje cestovního ruchu	13
1.3 Vývojové trendy ovlivňující cestovní ruch v Evropě	15
1.4 Rozvoj cestovního ruchu v České republice.....	18
1.5 Charakteristika současné situace.....	23
1.6 Typologie cestovního ruchu	24
1.7 Nabídka a poptávka v cestovním ruchu	27
1.8 Turistické informační centrum	28
1.9 Cestovní kanceláře a agentury	29
1.10 Agroturistika a venkovská turistika	29
1.11 Shrnutí poznatků z teoretické části	30
II PRAKTICKÁ ČÁST	
2 CHARAKTERISTIKA MĚSTA UHERSKÝ BROD S OHLEDEM NA SOUČASNÝ STAV CESTOVNÍHO RUCHU	31
2.1 Základní informace o místě realizace projektu	32
2.2 Analýza výchozího stavu.....	33
2.3 Aktivní využití volného času.....	37
2.4 Přírodní atraktivity pro rekreaci a cestovní ruch	38
3 PRŮZKUM SPOKOJENOSTI NÁVŠTĚVNÍKŮ S ÚROVNÍ UBYTOVACÍCH ZAŘÍZENÍ, SLUŽEB, INFORMAČNÍHO CENTRA A MOŽNOSTÍ NÁVŠTĚVNOSTI HISTORICKÝCH MÍST.....	39

4 NÁVRH OPATŘENÍ SMĚŘUJÍCÍ DO OBLASTI CESTOVNÍHO RUCHU VE MĚSTĚ UHERSKÝ BROD	45
4.1 Hlavní výsledky analýzy projektu.	45
4.2 Popis podstaty projektu	46
4.3 Podrobný popis aktivit projektu	46
4.4 Podpora kultury	52
4.5 Podpora sportu	53
4.6 Koncepce ploch pro rekreaci a cestovní ruch	53
4.7 Strategická vize rozvoje cestovního ruchu ve městě Uherský Brod	55
ZÁVĚR	69
SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY	71
SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK	73
SEZNAM PŘÍLOH.....	74

ÚVOD

Cestovní ruch představuje u nás i ve světě velmi dynamicky se rozvíjející segment ekonomiky. Svým objemem tržeb se řadí ve světě na třetí místo za petrochemický a automobilový průmysl a rovněž rozsahem zaměstnanosti a tvorbou kvalitních pracovních příležitostí patří mezi nejvýznamnější ekonomická odvětví.

Cestovní ruch je tedy významným faktorem regionálního rozvoje, neboť zajišťuje finanční zdroje pro rozvoj daného regionu. Současně zprostředkovává pro návštěvníky a turisty vztah ke kulturnímu zázemí a posiluje místní identitu s ohledem na tradice a místní specifikace.

Česká republika zaznamenala v roce 2007 překvapivě velmi optimistický výsledek v nárůstu příjezdů zahraničních turistů. V růstovém tempu jsme se přiblížili dlouhodobým prognózám WTO, kdy je předpokládán pro mezinárodní cestovní ruch meziroční růst o 4,1 %. V roce 2008 se předpokládá určité zmírnění těchto růstových tendencí. Pokud ovšem zůstane zachována důvěra spotřebitelů a jejich dosavadní preference, můžeme i v tomto roce předpokládat uspokojivé výsledky na poli příjezdového cestovního ruchu.

Ve své bakalářské práci se budu zabývat problematikou rozvoje cestovního ruchu a možností rozvoje turismu ve městě Uherský Brod.

Město Uherský Brod se svými téměř 18 000 obyvateli tvoří přirozené centrum regionu. Tato role je mu dána jak geografickou polohou, tak historickým vývojem.

Město leží na řece Olšavě v Uherskobrodské kotlině. Vzhledem ke své poloze se stalo křižovatkou dopravních cest. Jejich formování bylo ovlivněno především geomorfologickými podmínkami v okolních oblastech s mírně zvlněným reliéfem. V údolích vznikaly první dopravní cesty a vznikaly zde první sídelní jednotky.

Společenské a ekonomické změny ve 20. století, především pak v 90. letech, vedly ke zvýšení relevance sektoru služeb na místní ekonomice. Rozvoj cestovního ruchu v posledních 10 letech vedl k posílení jeho vlivu na místní ekonomiku. Město se svými významnými atraktivitami tak má všechny předpoklady stát se metropolí cestovního ruchu v rámci regionu jihovýchodní Moravy.

Cílem mé práce je zvýšení atraktivnosti území prostřednictvím zkvalitnění infrastruktury pro rozvoj cestovního ruchu ve městě Uherském Brodě. Poskytnutí možnosti po-

znání historie města, zvýšení informovanosti veřejnosti o jednotlivých historických objektech. Umožnění přístupu k těmto informacím také handicapovaným občanům a z globálního hlediska především zvýšit návštěvnost destinace.

I. TEORETICKÁ ČÁST

1 CHARAKTERISTIKA POJMU CESTOVNÍ RUCH JAKO SPECIFICKÁ OBLAST SLUŽEB

Cestovní ruch je významný společensko-ekonomický fenomén jak z pohledu jednotlivce, tak společnosti. Každoročně představuje největší pohyb lidské populace za rekreací, poznáváním a naplněním vlastních snů z příjemné dovolené. Je součástí spotřeby a způsobu života obyvatel zejména ekonomiky vyspělých zemí. Ve světovém měřítku patří vedle obchodu s ropou a automobilovým průmyslem ke třem největším exportním odvětvím.

Začátek rozvoje moderního cestovního ruchu se obvykle datuje do období přelomu 19. a 20. století, kdy cestovní ruch začal formovat ve vyspělých krajinách jako odvětví společenské činnosti. Mnozí odborníci však jeho prvopočátky spojují s obdobím průmyslové revoluce jako důsledku tehdejších technických, ekonomických a sociálních podmínek. Kromě primární nabídky, tj. přírodních a kulturně-historických podmínek, cestovní ruch totiž vyžaduje i možnost svobodného pohybu obyvatelstva, přiměřený disponibilní fond volného času, volnou kupní sílu na uspokojování méně zbytných potřeb. Do této skupiny zahrnujeme i potřeby spojené s uspokojováním účasti na cestovním ruchu. Nezbytná je i výstavba a provoz dopravních, ubytovacích, stravovacích, sportovně-rekreačních, zábavních a dalších zařízení cestovního ruchu.

Cestovní ruch je v současnosti předmětem zkoumání několika vědních disciplín, např. ekonomie, geografie, sociologie, psychologie, pedagogiky, případně dalších. Všechny mají společný předmět zkoumání – cestovní ruch, ale každá disciplína ho zkoumá ze svého pohledu a s vlastním metodologickým aparátem. Předmětem ekonomie cestovního ruchu je zkoumání ekonomických aspektů cestovního ruchu spojených s produkcí a realizací služeb a zboží specifického charakteru, souvisejícího s účastí na cestovním ruchu. Geografie cestovního ruchu zkoumá teritoriální aspekty interakcí mezi cestovním ruchem a krajinou s cílem určit zákonitosti jejich vývoje. Předmětem sociologie cestovního ruchu je zkoumání společnosti s důrazem na sociální chování, konání a sociální interakci sociálních skupin jako návštěvníků cestovního ruchu. Psychologie cestovního ruchu se zabývá studiem psychiky návštěvníků v cestovním ruchu s důrazem na motivaci účasti na cestovním ruchu, spokojenosti s dovolenou, poradenstvím v cestovním ruchu apod. Cestovní ruch má tak interdisciplinární charakter, kde výsledky jedné vědní disciplíny využívají i jiné vědní dis-

ciplíny, čímž obohacuje poznání. V současnosti se často používá i účelově funkční vymezení cestovního ruchu jako „soubor činností zaměřených na uspokojování potřeb souvisejících s cestováním a pobytem osob mimo místo trvalého bydliště a obvykle ve volném čase za účelem odpočinku, poznání, zdraví, rozptýlení a zábavy, kulturního a sportovního využití, služebních cest a získání komplexního zážitku. Jde o racionální vymezení cestovního ruchu, ze kterého vyplývá, že podmínkou cestovního ruchu je cestování a dočasný pobyt osob mimo místo jejich trvalého bydliště s cílem uspokojit specifické služby obyčejně ve volném čase za účelem získání komplexního zážitku. [4]

U lidí se projevuje jejich přirozená tendence obnovovat mezi sebou dřívější (rodinná) spojení a tendence poznávat dosud neznámé a nepoznané, což vedlo k nutnosti dočasně opouštět místo trvalého bydliště a cestovat. Vznik a rozvoj cestovního ruchu je tedy projevem dvou lidských potřeb, a to potřeby rekreace, tj. oddychu a odpočinku, a potřeby bezprostředního chování.

1.1 Vymezení cestovního ruchu

Za cestovní ruch se považuje činnost osoby, cestující na přechodnou dobu (u mezinárodního cestovního ruchu maximálně jeden rok, u domácího šest měsíců) do místa mimo své trvalé bydliště, přičemž hlavní účel její cesty je jiný než vykonávat výdělečnou činnost v navštíveném místě. Může se však jednat o služební, obchodní či jinak pracovní motivovanou cestu, jejíž zdroj úhrady vyplývá z pracovního poměru u zaměstnavatele v místě bydliště nebo v místě sídla firmy.

Poptávkově orientovaná definice, ze které vychází jednotlivé formy cestovního ruchu, cestovní ruch vymezuje jako dočasnou změnu místa pobytu, tj. cestování a přebývání mimo místo trvalého bydliště, zpravidla ve volném čase, a to za účelem rekreace, rozvoje poznání a spojení mezi lidmi. [6]

1.2 Obecné trendy vývoje cestovního ruchu

Při interpretaci analýzy a k pochopení rozvojové strategie cestovního ruchu je vhodné přihlídnout k tomu, jaké jsou nastoupené celosvětové trendy a jak se mohou promítnout do prognóz rozvoje cestovního ruchu v České republice a turistickém regionu Severní Moravy a Slezska.

Podle studie Světové organizace cestovního ruchu (WTO) „Vize cestovního ruchu pro rok 2020“ bude dlouhodobé cestování zabírat místo nyníjších 24 % celých 32 % v zahraničním cestovním ruchu a každá třetí cesta bude dlouhodobým pobytem v jiném regionu světa. Podle informací WTO předpokládá Rada pro cestovní ruch, že turistický průmysl v roce 2020 dosáhne počtu 1,6 mld. příjezdů zahraničních turistů. To vyžaduje roční přírůstek ve výši 4 – 5 % mezinárodních příjezdů. V porovnání s roky 1996 a 1997 je to trojnásobek, přičemž odhady hovoří o dalším velkém rozvoji po roce 2010. Příjmy z mezinárodní turistiky vzrostou více než pětkrát, aby dosáhly 2 triliony USD. Do roku 2020 bude každý den utraceno za zahraniční turistiku více než 5 mil. USD, včetně nákladů na mezinárodní přepravu.

Podle populačních projekcí OSN pro WTO po vyřazení lidí, kteří nemohou být považováni za reálné potencionální cestovatele (osoby velmi staré a velmi mladé, osoby nemocné a osoby s neadekvátními finančními možnostmi) je zřejmé, že největší podíl na mezinárodním cestovním ruchu budou představovat Evropané, a to 14 % (tedy jeden ze sedmi), zatímco kupř. v jižní Asii to bude pouze jeden ze sta. Celosvětově se bude v roce 2020 účastnit mezinárodní turistiky 7 % lidí (tedy jeden ze čtrnácti).

Předpokládá se, že Evropa bude nadále nejnavštěvovanější destinací na světě. Pravděpodobný přísun turistů v roce 2020 se předpokládá 717 mil., což je o 381 mil. více než v roce 1995. V roce 2020 bude mít Evropa podíl na mezinárodních příjezdech 46 %. Největší přísun turistů bude především do oblastí střední a východní Evropy (223 mil.) a do jižního a východního Středomoří (212 mil.). Před rokem 2020 předstihnou země východní Asie a Pacifiku Ameriku a stanou se druhou nejnavštěvovanější destinací na světě. Do r. 2020 bude jejich podíl na mezinárodních příjezdech činit 25 %. Amerika se na celkovém počtu příjezdů bude podílet 18 %.

Podle WTO je současný stav dopravy pod úrovní tržní a průmyslové kapacity. Odhaduje se, že mezinárodního cestovního ruchu se účastní méně než 3,5 % světové populace, tento počet by mohl narůst v příští dekádě až na 7 %. Cestovní ruch se stává zranitelnějším a více podléhá reakcím na ekonomické problémy, na nedostatek bezpečnosti a jistoty, stejně jako na ohrožení životního prostředí a zdraví. Tyto potíže mají dopad na konkrétní destinace a regiony. Chování spotřebitelů bude ovlivněno narůstajícím znečištěním přírodního prostředí a náklady spojenými s neúměrnou frekvencí dopravy.

Pokud jde o mezinárodní trendy v marketingu cestovního ruchu, bude podle průzkumů NTA (Národních turistických centrál) jedním ze základních požadavků na budoucí marketing odklon od masového marketingu k strukturovaněji zaměřenému přístupu. Řádné propojení mezi produktem a poptávkou bude determinovat stupeň konkurenceschopnosti destinace společně s vyvážeností vztahu mezi kvalitou a cenou.

Národní turistické centrály jednotlivých států neustále zvyšují své propagační aktivity a jejich kampaně jsou neustále agresivnější. Stále větší počet těchto centrál vstupuje do společných podniků se soukromým sektorem a snaží se obohatit svou nabídku o nové produkty cestovního ruchu, aby zasáhly nové trhy a poptávku přesunuly mimo tradiční centra a oblasti. Tato skutečnost představuje výzvu k založení regionálně marketingových iniciativ po celém světě.

Technologický pokrok, hlavně v informačních a rezervačních systémech, zrychluje změny a přispívá k větší flexibilitě. Cestovatelé jsou v narůstající míře schopni organizovat si své cesty sami a přáli by si cestovat více, pokud by byl nákup a výběr větší a jednodušší. Jelikož jsou technologie stále přístupnější jak na pracovištích tak v domácnostech, vzroste počet přímých rezervací. S rozvojem cestovního ruchu ve vyspělých státech se předpokládá pokles potřeby státní kontroly a vzroste partnerství veřejného a soukromého sektoru, především v oblasti marketingu. Je kladen stále větší důraz na potřeby rozvoje cestovního ruchu, který by byl v rámci zachování přírodního prostředí společensky přijatelný a garantoval maximální spokojenost ze strany návštěvníků. To si vyžaduje dlouhodobý strategický přístup.

1.3 Vývojové trendy ovlivňující cestovní ruch v Evropě

V roce 1998 Evropa dosáhla 370 mil. příjezdů a cestovní ruch se stal nejvýznamnější součástí obchodu a zaměstnanosti na kontinentu. Na základě doporučení ETAG (European Travel and Tourism Action Group) vydala Evropská komise cestovního ruchu (ETC) zprávu o trendech v evropské turistice:

Výdaje

Celkové výdaje na cestování (především na dopravu) rostou rychleji než ostatní rozpočtové položky, a to především díky kratším, ale častějším výjezdům. Denní výdaje se udržují na stejné úrovni díky očekávané kvalitě. Konkurence v oblasti služeb a trávení vol-

ného času (tématické parky, zábava, kulturní akce, sport) bude ovlivňovat růst výdajů na cestovní ruch a cestování hlavně v období recese.

Většina statistik předpovídá pro další desetiletí snižování tempa růstu a pokračující zmenšování podílu Evropy na světovém trhu. Vnější faktory, zejména nerovnoměrný ekonomický vývoj, sníží roční tempa růstu pod 3 %. Tato tempa se budou lišit podle segmentu, destinace a typu služby.

Doprava

Pro leteckou dopravu se počítá s větším než 5 % růstem. Osobní automobilová doprava bude omezena vzrůstajícími náklady a přetížeností na silnicích. Z této situace může profitovat veřejná doprava ve všech jejích formách, ovšem za podmínek dalších investic do její infrastruktury. Slevy na přepravném a pobídkové jízdné nebudou dosahovat tak lákavé úrovně jako v minulosti, což může snížit poptávku u cenově citlivých klientů, především v určitých regionech v období recese.

Růstové segmenty

Senioři budou tvořit výrazný potenciál trhu. U tohoto segmentu je předpokládán růst počtu účastníků, ale i vzrůst cestovních výdajů. Míra výdajů u tohoto segmentu není ovlivněna poklesem čistých příjmů z důvodů recese, ale reaguje na pokles příjmů způsobený snížením úrokových sazeb.

V kontrastu se segmentem seniorů stojí segment mládeže, u kterého není růst v příštích letech příliš jistý. Je ohrožen zejména nedostatkem vhodných služeb od dopravy až po různé dodavatele a také snížením podpor v oblasti vzdělávání.

Roste zájem o venkovskou turistiku, návrat k přírodě a v menší míře také již rozšířené využívání kempů a karavanů.

Narůstání obchodního cestovního ruchu bude záviset na marketingovém úsilí, na nabídce specifických produktů: skupinové (podnikové) package pro různé události, incentívni turistika, kongresová turistika, obchodní prezentace a kombinace služebních cest a rekreace.

Návštěva městských center, hlavně kvůli sportovním a kulturním akcím, bude růst především ve formě kratších výletů.

U široké škály nových specializovaných produktů je třeba zjednodušit nákup, stejně jako u výletů kombinujících obchod a rekreaci, často spojených se sportem a zálibami. Dobrodružné cesty a prázdniny do vzdálených míst, nyní odhadované na 19 %, budou přitahovat stále více klientů, a to i mezi seniory.

Jednodenní výlety za různým účelem budou stále více populární.

Skupinové návštěvy organizované pro různé společnosti, profese, podniky či instituce potřebují specializované organizátory. Většina cest tohoto typu je v současnosti organizována samostatně nebo nepodnikatelskými subjekty. Jedná se o rozsáhlý potencionální trh, který by mohl prosperovat, pokud by se mu dodalo více profesionálního zájmu.

Sezónnost

Na sezónnost se bude pohlížet spíše jako na marketingovou příležitost než jako na problém. Bude nezbytná spolupráce soukromého a veřejného sektoru, aby bylo možné regulovat přílivy návštěvnosti a aby nedocházelo k neúnosné koncentraci návštěvníků v daném místě a čase.

Turistické toky

Předpokládá se, že cestování po Evropě poroste rychleji než domácí cestovní ruch, který už v některých evropských oblastech dosáhl svého vrcholu.

Ubytování, stravování

Ubytování a stravování představují oblasti vysokého růstu, který bude s určitými změnami pokračovat. Zatímco luxusní hotely se nacházejí v blízkosti svého vrcholu, roste zájem o tříhvězdičkové a ekonomické hotely. Hotelové ubytování bude ve větší míře zahrnováno do paketů, hlavně u kratších cest. Specializovaná střediska (prázdninové parky, dětské vesničky), sportovní a léčebná centra, Bed&Breakfast a další doplňkové služby se budou těšit růstu, stejně jako využívání různých institucí, např. univerzit v hlavní sezóně.

Nabídka pokojů a různých služeb bude přizpůsobována měnící se poptávce, např. při obsazování pokojů, při výběru jídel a dalších služeb z více možností. Ve větší míře se bude využívat hotelem vytvořených balíků určených pro přímý prodej.

Stravování se bude rozvíjet prostřednictvím řetězců a tématických restaurací. Poptávka po kvalitních malých hostincích a restauracích bude pokračovat. Přetrvávajícím trendem je zájem o kvalitu a novinky ve stravování, výrazný vliv bude mít móda.

Předpokládá se rozvoj ubytování a stravování in-house u široké škály atraktivit, jako jsou tématické parky, sportovní, kulturní a regenerační střediska, prázdninové vesničky. Populární budou také tzv. druhé domovy, poroste nabídka objektů k prázdninovému pronájmu.

Organizace a marketing

Nejvýraznější změny nastanou v organizaci a marketingu. Pokračuje rychlý vývoj informačních a rezervačních technologií. Tyto nové technologie mohou ve velké míře ovlivnit i cesty, které nemají obchodní charakter. Efektivnější služby pro individuální cestující se stanou se zlepšením informací a rad před cestou důležitým požadavkem. Informační služby místního a veřejného sektoru hrají v této oblasti klíčovou roli v souvislosti s tím, jak se zmenšuje úloha obchodních zprostředkovatelů v zabezpečování potřeb jednotlivců a v prodeji místních služeb, jakými jsou nekomerční ubytování a speciální akce.

Novým trendem v marketingu jednotlivých zemí a regionů je spojení turistických centrál a agentur s velkými regionálními firmami. Tyto dva sektory se společně podílejí na propagaci regionu jako destinace cestovního ruchu (tvorba dokumentů, průvodců).

Package a zvláštní nabídky, stejně tak prodej jednotlivých míst prostřednictvím touroperátorů na úkor skupinových zájezdů, se stávají stále populárnější.

Nové produkty šité na míru různým požadavkům každého segmentu s ohledem na jeho zájmy a záliby nabízejí příležitost pro vytvoření nových turistických toků.

Narůstající povědomí a zájem o otázky životního prostředí ovlivní úspěch při vývoji nových produktů. Nezbytnou podmínkou při vytváření nových produktů je spolupráce komerčního sektoru s neziskovými organizacemi. [13]

1.4 Rozvoj cestovního ruchu v České republice

V České republice se stále ne úplně daří realizovat standardizaci kvality poskytovaných služeb, zvyšovat kvalifikaci pracovníků v cestovním ruchu či dobudovat infrastrukturu cestovního ruchu, především ve venkovských oblastech. Základní podmínku pro uplat-

nění českého produktu na mezinárodním trhu cestovního ruchu bude, vedle odpovídající infrastruktury a očekávané úrovně nabízených služeb, především intenzivní marketing, aktivnější politika a podpora prodeje. Předpokladem úspěchu je tvorba skutečného produktu cestovního ruchu, komplexu vnitřně skloubených služeb. Vytvoření opravdu úspěšného udržitelného strategického plánu vyžaduje podle WTT pohled na turistický produkt očima klienta (tvůrce vidí hotel – klient vidí personál). Při tvorbě nových produktů cestovního ruchu by měly být zohledněny principy trvale udržitelného rozvoje. [3]

Podle výzkumné zprávy „Integrace principů udržitelného rozvoje do cestovního ruchu a turistiky“ z roku 2000 je zahraniční účastník cestovního ruchu v České republice v zahraničních statistikách na předních místech ve svých výdajích. V případě českých statistik se dá předpokládat, že se jedná o návštěvníka na střední nebo dolní hranici středního příjmu. Toto může být ovlivněno větším objemem příjezdů seniorů v měsících s nižší poplatkou. Ekonomický tlak při koupi služeb cestovního ruchu u střední příjmové kategorie je obecně větší, a proto se tento zákazník stává výrazně náročnějším v hodnocení vyváženosti nabízeného produktu, jeho ceny a obdržené kvality.

Profil zahraničního návštěvníka na českém cestovním ruchu:

- více než 63 % přijíždí po silnici;
- více než 60 % zahraničních návštěvníků přijíždí přes hranice SRN a Rakouska;
- více než 36 % ubytovaných zahraničních návštěvníků je ze SRN, podíl ostatních nepřevyšuje jednomístné číslo;
- ubytovaný návštěvník SRN je na prvním místě návštěvnosti ve všech regionech ČR;
- průměrná doba pobytu je 4,5 dne, přičemž průměrná doba pobytu v hotelu představuje 3,9 dne a v privátním ubytování 5,9 dne;
- hosté využívají pro ubytování: 42 % ubytování v soukromí, 14 % penzion, 13 % hotelový pokoj, 6 % turistickou ubytovnu;
- na struktuře výdajů zahraničních turistů se ubytování podílí 13,5 %, stravování 7,7 %, nákupy 25,6 % a doprava 28,5 %;
- nejvyšší podíl hlavních důvodů příjezdu představuje pobytový zájezd a dovolená (37 %), dále pak poznávací zájezd (15 %), služební cesta (15 %), oficiální akce (12 %), nákupy (6 %), ostatní důvody (19 %);

- nižší sezónní návštěvnost se v České republice i ve většině regionů projevuje v listopadu, prosinci, lednu a únoru.

Domácí cestovní ruch představuje nezastupitelnou část poptávky zejména v regionech, které nebyly zatím zahraničními návštěvníky objeveny nebo nemají potřebnou infrastrukturu. Během dalších let se dá vzhledem k nepříliš příznivým ekonomickým prognózám předpokládat další nárůst počtu domácích turistů.

Profil domácího návštěvníka

Od roku 1996 dochází k postupnému snižování výdajů na cestovní ruch. Vývoj počtu českých a zahraničních turistů ubytovaných v ubytovacím zařízení v letech 1995 až 1998 vykazuje rychlejší vzestup domácích turistů oproti zahraničním turistům.

Region severní Moravy a východních Čech zaznamenává vyšší přísun návštěvníků, když ostatní regiony zaznamenávají stagnaci a v případech jižní Moravy a západních Čech dokonce pokles. Až o 50 % vzrostlo ubytování domácích turistů v hotelových kapacitách vyšších kategorií v Praze. Demografický vývoj napovídá rychlejšímu nárůstu skupiny seniorů, zatím co výjezdy českých občanů do zahraničí mají snižující se tendenci.

Vývojové trendy lze charakterizovat i pro některé vybrané typy cestovního ruchu, které jsou uplatnitelné i v turistickém regionu Severní Moravy a Slezska. Možnosti tohoto regionu nenasvědčují rozvoji masové turistiky, což odpovídá současným trendům v cestovním ruchu a především zohledněným přístupům v rámci udržitelného rozvoje.

Cykloturistika

V letech 2011 – 2016 má být dokončen projekt Evropské cyklistické federace (ECF) „EuroVelo“. Cílem tohoto projektu je vytvoření celoevropské sítě dálkových tras. Na těchto 12 panevropských tras by měly navazovat regionální cyklostezky. Novým trendem bude rozvoj infrastruktury a atraktivit v blízkosti stezek. Jednotlivé trasy v regionu stále více podléhají konkurenčním tlakům. Podle zjištěných poznatků bývá motivem pro výběr cyklistické trasy touha po pobytu v přírodě, pohybu a poznání, nikoliv levná dovolená.

Ekoturistika a venkovský cestovní ruch

Rok 2002 vyhlásila OSN Rokem ekoturistiky. Komise pro trvale udržitelný turismus se obrací na národní centrály a agentury cestovního ruchu o podpůrné akce a programy ekoturistiky.

Pobyty s aktivním vyžitím

Pobyty spojující poznání s dobrodružstvím. Výzkum organizací Stanford Research Institute a Angus Reid shledává, že 10 – 15 % turistů chce neobvyklé, netradiční, alternativní zážitky. Tito turisté jsou obvykle vzdělaní, dobře finančně zajištění, dospělí, zajímající se o životní prostředí, scestovalí, citliví na společenské a kulturní tradice. Destinace, které navštěvují, odpovídají požadavkům místních skupin být rozpoznán a oceněn.

Incentivní cestovní ruch

Nové trendy v incentivní turistice lze charakterizovat následovně: upouští se od velice luxusních hotelů, ušetřené peníze za drahé ubytování se investují do jiných částí programů; zmenšuje se velikost skupiny; cesty s bližšími cíli nabývají na významu; velkou oblibu si získává kombinace dalšího vzdělání a incentivní cesty; životní partneři těch, kteří incentivní cestu získají, se jí účastní také; zvětšuje se orientace na střední a nižší management. V incentivní turistice mají jasnou převahu tzv. out-door-activities (aktivita prováděné v přírodě – horská turistika, lety balónem, lanové aktivity).

Kongresový cestovní ruch

Kongresový cestovní ruch se řadí k nejefektivnějším typům turistiky, vyžaduje ale široký okruh služeb a aktivní přístup celého regionu. V současnosti kongresová turistika zaznamenává trend, kdy účastníci přicházejí s přáním navzájem se lépe poznat, neúčastnit se masového kongresu, ale menších jednání. Jak vyplynulo ze statistik, je největší procento konferencí o velikosti 100 – 250 osob. Perspektivní pro tento typ cestovního ruchu budou středně velké až malé konference, sympozia, semináře, workshopy, veletrhy a dlouhodobé menší semináře v lázeňských a horských střediscích.

Cestovní ruch seniorů

Podle WTO může cestovní ruch seniorů posílit turistický sektor zvláště v období mezi sezónami. WTO vydala tzv. Lisabonský dokument o seniorské turistice (1999/2000) na jehož základě vyzývá, aby profesionálové v cestovním ruchu vyvíjeli programy pro seniorskou turistiku, které by kromě jiného zajišťovaly lepší bezpečnost, zdravotní služby, styk s místními komunitami, kulturní vyžití, aktivity v přírodě, strukturované společenské aktivity, adekvátní prostory k tělesnému cvičení a také pravdivé a jasné informace. Se stárnutím české populace budou senioři důležitým segmentem cestovního ruchu.

Cestovní ruch mládeže

Novým trendem bude vytváření specifických produktů pro tento segment. Produkty pro tuto skupinu budou značně podléhat módním trendům, budou vyžadovat vlastní image a specifický marketing. V současnosti je mladým lidem poskytován především systém slev, což bude důležité i nadále, ale pro rozvoj tohoto segmentu cestovního ruchu nedostačující.

Městský cestovní ruch

Konkurenční boj mezi jednotlivými městy a rostoucí mobilita obyvatelstva jsou hlavními faktory, které zvyšují potřebu využívání tzv. městského marketingu. Městský marketing vyžaduje promyšlené plánování, řízení a kontrolu vztahů městské správy s jednotlivými cílovými skupinami. Omezení městského marketingu a narušení dlouhodobé koncepce vyplývají především z krátkých volebních období a z různé orientace v myšlení lidí.

Lázeňství

Tradiční léčebné pobyty a ozdravné kúry by měly být doplněny fitness a wellness pobyty. Neopomenutelný bude rozvoj potřebného kulturního vyžití návštěvníků.

Tematické trasy

Stále vzrůstá oblíbenost turistických tras s charakteristickým obsahem. Tyto trasy využívají jak tradic, tak technických či kulturních památek. Nabízejí možnosti prezentovat další zajímavosti destinace, jako je folklór, gastronomie, sklářství, tradiční výroba i zemědělství.

Tyto trendy ilustrují globální tendence rozvoje cestovního ruchu pro příští léta a je zapotřebí je znát a zohlednit i při formulování strategie rozvoje cestovního ruchu v jednotlivých turistických regionech a subregionech České republiky.

1.5 Charakteristika současné situace

Cestovní ruch, přes veškeré dosažené výsledky v posledních 10 letech, se stále vyvíjí víceméně spontánně. Ve většině regionů chybí dostatečně pestrá a kvalitní nabídka produktů a služeb CR. Také chybí, nebo je nedostatečná, meziregionální koordinace aktivit, které svým rozsahem překračují hranice regionů a systematická podpora svazů a spolků cestovního ruchu (vytváření vztahů veřejné a soukromé sféry na principu partnerství). Naléhavá je také potřeba vybudování celostátního informačního systému CR a funkčního propojení regionálních turistických informačních center.

Dále absentují aktivity a činnosti, které mají zajistit standardní úroveň některých služeb nebo produktů a vybrané infrastruktury cestovního ruchu požadovanou zejména zahraničními turisty. Jedná se zejména o dodržování mezinárodně obvyklých standardů služeb, které je třeba považovat za jednu z nezbytných podmínek konkurenceschopnosti nabídky služeb cestovního ruchu. Nedostatečný je rovněž marketing zaměřený na prosazování České republiky jako evropské turistické a lázeňské destinace.

Dané podmínky (přírodní prostředí, kulturní a historické dědictví) pro určité druhy cestovního ruchu existují prakticky ve všech krajích. Vytvářené podmínky rozvoje cestovního ruchu jsou však velmi diferencované a ekonomický potenciál cestovního ruchu v České republice je velmi nevyvážený. Avšak ani již existující potenciál ČR není dostatečně využíván. Podpora ze strukturálních fondů se proto v tomto krátkém programovém období zaměří na investice a oblasti s ekonomickým potenciálem růstu.

Uspokojivě lze hodnotit pouze některé dílčí složky cestovního ruchu: cesty za městskou turistikou (jen do Prahy a některých dalších největších měst), za kulturně poznávací turistikou (jen několik nejvýznamnějších lokalit), za lázeňskými pobyty a za rekreačními pobyty.

Nejnavštěvovanějšími regiony kromě Prahy jsou západočeské lázně, Krkonoše a Jizerské hory, příhraniční oblasti Jižních Čech a veletržní Brno.

Zázemí cestovního ruchu v regionech prošlo v 90. letech 20. století významnými změnami. Počet ubytovacích zařízení se zvýšil více než čtyřikrát a lůžková kapacita se zvýšila o více než třetinu. Nová výstavba byla koncentrována zejména v Praze a v atraktivních střediscích cestovního ruchu. Dochází k rozšiřování ubytovací kapacity do ostatních regionů, což je pozitivní tendence. Kvalita a úroveň ubytovacích služeb však dosud není na evropské úrovni. Zájem o regiony mimo Prahu snižuje mnohde nízká kapacita nebo nevyhovující struktura a kvalita ubytovacích zařízení. Dosud nefunguje rovněž kooperace mezi hlavními turistickými cíli a jejich zázemím.

Vedle tradičních produktů cestovního ruchu (lázeňství, městská turistika, kulturně poznávací turistika, sportovní a pěší turistika apod.) má ČR dobré podmínky pro rozvoj mnoha moderních produktů cestovního ruchu, zejména však pro rozvoj venkovské turistiky. Tento perspektivní produkt může ekonomicky oživit řadu oblastí na území severní Moravy a Slezska, Českomoravské vysočiny a také bývalých vojenských újezdů podél česko-německých a česko-rakouských hranic.

Dobré podmínky pro rozvoj má i cykloturistika (zejména rozvoj mezinárodních cyklotras), kongresový cestovní ruch, církevní cestovní ruch a nové produkty kulturního cestovního ruchu (Stezky dědictví, průmyslové skanzeny a památky apod.). I zde by se pozornost měla zaměřit na oblasti, které nabízejí nejlepší perspektivu do budoucnosti a generují příjmy pro daný region, přitahují turisty z jiných regionů a jsou součástí integrovaného plánu rozvoje cestovního ruchu v regionu.

1.6 Typologie cestovního ruchu

Rekreační cestovní ruch

Rekreace je nejrozšířenějším motivem cest (jedná se o masovou turistiku). Hlavním cílem je odpočinek a regenerace. Požadavky na prostředí: klid, zajištění odpočinku, ekologicky čisté prostředí. Požadavky na základní služby – ubytování pohodlné a dobře vybavené pokoje, doprava z místa bydliště do místa rekreace (přednost má letecká doprava, protože je rychlá), stravování typu all inclusive. Požadavky na doplňkové služby – multiopcionální nabídka (= destinace nabízí širokou škálu možností doplňkových služeb, ale nabízí je až na místě v letovisku. Např. fakultativní výlety, vypůjčení auta, bary, animační programy). Většinou se využívají komplexní balíčky služeb. Omezujícím faktorem je cena. Jedná

se o cestovní ruch dlouhodobý. Řadí se sem i chataření a chalupaření (to je však cestovní ruch krátkodobý). Rekreační cestovní ruch neznamená jen pasivní odpočinek, ale obvykle je spojen s aktivním pobytem v přírodě a uplatněním celé řady sportovních aktivit, her, zálib, koníčků, včetně takových, jakými je např. zahrádkaření, houbaření, kutilství apod. Příklady v ČR: jižní Čechy, Krkonoše, Český Ráj, Šumava (hory a vodní toky). Příklady ve větě: přímořská letoviska.

Kulturně poznávací cestovní ruch

Druhým nejrozšířenějším motivem je poznávání. Kulturně poznávací cestovní ruch je různorodý. Plní významnou výchovně vzdělávací funkci a přispívá k rozšíření kulturně společenského rozhledu obyvatelstva. Jedná se o cestovní ruch dlouhodobý i krátkodobý. Uskutečňuje se v rámci domácího i zahraničního cestovního ruchu. Motivem je poznávání destinací, kultur, rozšiřování rozhledu. Cílem je kulturní krajina, zajímavá místa, hrady, zámky. Požadavky na prostředí – oblast musí mít dispozice (geologické nebo kulturně historické předpoklady), atraktivitu. U atraktivit se rozlišuje význam mezinárodní (místa UNESCO, Český ráj, Slavkov), republikový (Národní divadlo, Vyšehrad, Říp, Babiččino údolí, Sněžka), regionální (méně významné hrady, zámky), lokální (regionální muzea). Požadavky na základní služby – doprava je součástí poznávání, ubytování a stravování musí zajišťovat nezbytné potřeby. Požadavky na doplňkové služby – průvodcovská služba, tlumočnictví, informační služba atd.

Příklady v ČR: ČR má dobrý základ pro tento cestovní ruch:

- Hrady: Loket, Přimba, Domažlice, Kašperk, Velhartice, Krakovec, Křivoklát, Točnick, Žebrák, Karlštejn, Zvíkov, Strakonice, Kozí Hrádek, Český Štemberk, Sřekov, Helfenburk, Hazmburk, Kokořín, Okoř, Bečov nad Teplou, Cheb, Houska, Bezděz, Grabštejn, Frýdlant, Vranov, Trosky, Kost, Pecka, Orlík, Rožumberk, Bítov, Znojmo, Špilberk, Boskovice, Buchlov, Helfštýn, Bouzov, Hukvaldy.
- Zámky: Nelahozeves, Veltrusy, Liběchov, Roztoky, Sychrov, Mělník, Mnichovo Hradiště, Jičín, Bechyně, Červená Lhota, Hluboká nad Vltavou, Dačice, Třebíč, Lednice, Valtice, Slavkov u Brna, Velké Losiny, Opočno, Ratibořice
- Kláštery: Teplá, Stříbro, Plasy, Vyšší Brod, Znojmo, Velehrad, Vrchlabí, Český Dub, Praha – Strahovský, Sv. Anežky České, Břevnovský, Loreta, Zlatá Koruna
- Příklady ve světě: kulturní metropole, historická místa.

- Kulturní krajina = byla přetvořená zásahem člověka (Lednicko - valtický areál).

Cestovní ruch s náboženskou tematikou

Celosvětově je to jeden z nejrozšířenějších cestovních ruchů. Odehrává se mimo komerční zařízení. Jedná se o velice specifický cestovní ruch. Motivem je uspokojování potřeb spojených s vírou. Cílem je návštěva svatých míst, náboženských událostí a církevních památek. Požadavek na prostředí – vázáno na určité prostředí. Požadavky na služby – minimální.

- Příklady v ČR: kláštery, kostely (sv. Jakuba, sv. Máří Magdaleny, sv. Jana Nepomuckého ve Žďáru nad Sázavou, sv. Mikuláše v Praze, sv. Petra a Pavla na Mělníce, sv. Havla v Liběchově), poutní místa (Křtiny u Brna, Hostýn, Svatý Kopeček, Stará Boleslav)
- Příklady ve světě: Jeruzalém, Medina, Mekka, Řím, Vatikán, Lurdy, Čenstochova, Santiago de Compostela.

Vzdělávací cestovní ruch

Jeho cílem je něco nového se naučit (jazyky, sporty, umělecké a řemeslné dovednosti, odborné profesní znalosti).

Společenský cestovní ruch

Jde o setkávání příbuzných, vytváření přátelských vztahů a známostí lidí se stejnými zájmy a zálibami, o společenský život. Sem můžeme zahrnout i nejrůznější vzpomínkové akce pro veterány či příznivce významných historických událostí.

Zdravotní (lázeňsko-léčebný) cestovní ruch

Zahrnuje zdravotní prevenci, rehabilitaci, rekonvalescenci i léčení následků nemocí v lázních či jiných zdravotně příznivých prostředích.

Sportovní cestovní ruch

Jde nejen o vlastní sportovní aktivity, ale i pasivní diváctví na sportovních akcích.

Poznávání přírody

Poznávání flory a fauny v podobě návštěv přírodních rezervací, národních parků, specifickým typem je ekoturistika, vedoucí k takovému chování v přírodním prostředí, jež ho co nejméně ohrožuje, z hlediska motivů se hovoří o návratu k přírodě v podobě zeleného, tzv. měkkého cestovního ruchu.

Dobrodružný cestovní ruch

Jde o adrenalinové sporty, spojené s nebezpečím a testováním fyzických a psychologických vlastností účastníků. Nejznámější jsou sjíždění divokých řek a vodopádů (rafting) a skákání z výšek (bungee-jumping).

Profesní cestovní ruch

Zahrnuje obchodní služební cesty, účast na kongresech, na veletrzích a výstavách a incentivní (oceňující, odměňující, povzbuzující) cestovní ruch, který má zlepšit vztahy se zaměstnanci, případně se zákazníky.

Politický cestovní ruch

Zahrnuje sjezdy, mítinky politických stran.

Nákupní cestovní ruch

Představuje cesty za nákupy.

Specifický cestovní ruch

Jde například o turistiku pro vozíčkáře. [5]

1.7 Nabídka a poptávka v cestovním ruchu

Nabídkou se obecně rozumí souhrn zboží a služeb, které se prodávající snaží uplatnit na trhu. Atraktivita míst cestovního ruchu jsou určující částí nabídky, vytvářejí jednak motivaci pro návštěvu konkrétního místa, destinace, jednak vytvářejí prostředí pro realizaci typu turismu v místě včetně jeho kvality a schopnosti uspokojovat určité potřeby nebo přírodními atraktivitami (geografická poloha, reliéf krajiny, klimatické podmínky, vodstvo,

flora a vegetační kryt), fauna, přírodní zvláštnosti tvořené solitéry nebo malými seskupeními přírodních vlastností stejného typu, přírodní léčivé zdroje. Dále sem patří kulturně historické atraktivity architektonické památky, kulturní zařízení, významná kulturní a historická místa spojená s historií země, technické památky, lidové umění – umělecká a řemeslná výroba), organizované atraktivity (festivaly a podobné slavnosti či setkání hudební, filmové, divadelní, folklórní slavnosti, sportovní akce, přehlídky, soutěže a podobné společenské akce, veletrhy a výstavy, kongresy, konference, symposia) a sociální atraktivity (způsob života lidí, tradice, zvyky, odívání, jazyk, nářečí, gastronomie, krajové speciality). Vybavenost místa tvoří materiální a technické předpoklady pro realizaci služeb cestovního ruchu, jejichž konzumací se uspokojují potřeby, které vyvolaly motivaci k návštěvě konkrétního místa či území.

Jedná se o služby dopravní, ubytovací, stravovací, volnočasové (např. sportovní, kulturně zábavní, animační aj.)

- komplexnost a komplementárnost
- spolupráce všech jednotlivých poskytovatelů služeb
- ovlivňována lidským faktorem

1.8 Turistické informační centrum

Význam turistického informačního centra v cestovním ruchu je primárně v uspokojení potřeb návštěvníka získat informace bezprostředně navazující na jeho motivaci cestovat. Takovou motivací je např. cesta za odpočinkem, za poznáním, za povinnostmi (služební, pracovní apod.), za rodinou a přáteli, za sportem a kulturou apod. Primární funkcí TIC je pomoc cestujícím návštěvníkům zorientovat se v místě působení TIC a poskytnout jim všechny potřebné informace vedoucí k uspokojení jejich potřeb při jejich pobytu v oblasti. Tomuto cíli současně místně pomáhají mj. informační kiosky, tabule a cedule, místní obyvatelé a novodobě i internet café. Předností TIC je v tomto případě osobní kontakt a možnost aktivní pomoci. Jeho úkolem je zdarma poskytnout návštěvníkovi všechny důležité informace a navázat s ním lidsky přívětivý kontakt, aby byl při pobytu v oblasti spokojen, rád se sem opakovaně vracel, jeho pobyt byl co nejdelší a pro region ekonomicky přínosný. Turistické informační centrum či středisko (dále jen TIC) je účelové zařízení poskytující v oblasti svého působení (město, region, turistická oblast) komplexní informace o všech službách souvisejících s cestovním ruchem.

- informace o možnostech ubytování a stravování, rezervace ubytování
- informace o turistických atraktivitách v místě a oblasti, tipy na výlet
- informace o kulturním, sportovním a společenském dění v místě a oblasti, rezervace vstupenek
- informace o autobusových a vlakových spojích, vč. informací o spojích MHD
- informace o místních firmách, obchodech, institucích a organizacích - možnost získat zdarma propagační materiály o městě

Placené služby TIC standardní služby:

- prodej vstupenek,
- faxová služba
- kopírování
- veřejná internetová stanice
- poskytování formulářů finančního úřadu

1.9 Cestovní kanceláře a agentury

Cestovní agentura představuje prostředníka, který spojuje producenty (například CK, hotely, aerolinie a další dopravce) se zákazníky.

1.10 Agroturistika a venkovská turistika

Agroturistika je v České republice relativně novým druhem cestovního ruchu. Ve svých formách zohledňuje jak přírodu, tak celé životní prostředí. Specifickou vlastností v rámci cestovního ruchu je přímá závislost lokálních podnikatelských subjektů a zemědělců na účinek a množství turistů. Pro soukromé podnikatele a zemědělce je to nový způsob získávání zdrojů k udržení jejich činnosti či dokonce její rozšíření. Z hlediska zaměstnanosti vesnických lidí je zde veliký potenciál primárně pro ženy s malými dětmi a ženy důchodového věku, které jsou ochotné podílet se na službách a doprovodných programech ovlivňujících úspěch agroturistického rozvoje a podnikání.

Ekoagroturistika klade důraz na šetrné ekologické zatížení místa pobytu. Je formou agroturistiky využívající pobytů na ekologicky hospodařících farmách. Ekologické farmy při pěstování plodin nepoužívají žádná hnojiva, syntetika či chemikálie. Při pěstování zvířat používají přirozených metod prostředí, tak i krmení. Ekologické farmy se musí certifi-

kovat na základě přísných mezinárodních měřítek. Pokud uspějí, získají dotace a možnost označit své výrobky nálepkou „bio“.

1.11 Shrnutí poznatků z teoretické části

Návštěvníci mají zájem o kulturně historické atraktivity, architektonické památky, kulturní zařízení, významná kulturní a historická místa spojená s historií země, technické památky, lidové umění – uměleckou a řemeslnou výrobu, organizované atraktivity a sociální atraktivity.

Očekávají kvalitní dopravní, ubytovací, stravovací, volnočasové služby.

Osobní automobilová doprava je omezena vzrůstajícími náklady a přetížeností na silnicích. Z této situace může profitovat veřejná doprava ve všech jejích formách, ovšem za podmínek dalších investic do její infrastruktury.

Senioři budou tvořit výrazný potenciál trhu. U tohoto segmentu je předpokládán růst počtu účastníků, ale i vzrůst cestovních výdajů. Očekávají lepší bezpečnost, zdravotní služby, styk s místními komunitami, kulturní vyžití, aktivity v přírodě, strukturované společenské aktivity, adekvátní prostory k tělesnému cvičení a také pravdivé a jasné informace. Se stárnutím české populace budou senioři důležitým segmentem cestovního ruchu.

Roste zájem o venkovskou turistiku, návrat k přírodě a v menší míře také již rozšířené využívání kempů a karavanů.

Jednodenní výlety za různým účelem budou stále více populární.

Dobré podmínky pro rozvoj má i cykloturistika. Přitahují turisty z jiných regionů a jsou součástí integrovaného plánu rozvoje cestovního ruchu v regionu.

II. PRAKTICKÁ ČÁST

2 CHARAKTERISTIKA MĚSTA UHERSKÝ BROD S OHLEDEM NA SOUČASNÝ STAV CESTOVNÍHO RUCHU

2.1 Základní informace o místě realizace projektu

Město Uherský Brod, jedno z nejstarších sídel jihovýchodní Moravy, se nachází příhraniční oblasti moravsko-slovenského pomezí, v podhůří nejvyšší hory Bílých Karpat, Javořiny. Leží na jižních svazích Lysé hory nad soutokem řek Olšavy a Korečnice v nadmořské výšce 251 metrů. Počátky historického osídlení Uherského Brodu, jehož původní název „Na Brodě“ připomíná brod přes řeku Olšavu, sahá do 10. až 12. století. Příhodná poloha, mírné klimatické podmínky a blízkost významných obchodních cest, vytvořily předpoklady k tomu, aby osada postupně vyrostla v silné hospodářské středisko na východní hranici mladého českého státu.

Významným mezníkem v historii Uherského Brodu je 29. říjen 1272, kdy český král Přemysl Otakar II. povýšil Brod na královské město a zároveň mu udělil rozsáhlá privilegia, která měla zajistit jeho prosperitu. Mezi výsady patřilo obehnání města hradbami. Ve městě byly pravděpodobně vystavěny již před tímto povýšením. V tomto období patřilo k největším městským celkům v českém království.

Živým svědectvím bohaté historie Uherského Brodu je řada vzácných památkových objektů, z nichž k nejvýznamnějším patří kostel Mistra Jana Husa, Městská radnice, Dominikánský kostel a klášter, farní kostel, Panský dům, Sloupová síň Muzea Jana Ámose Komenského, Židovská modlitebna a Židovský hřbitov.

S bohatou kulturní tradicí Uherského Brodu jsou spjata všeobecně známá jména rodáků, a to spisovatele Františka Kožíka, grafika a rytce Josefa Herčíka, herce Ladislava Boháče, dirigenta Emila Háby. Nejslavnější osobností, jejíž jméno je spojeno s Uherským Brodem, je Učitel národů - Jan Ámos Komenský.

Atraktivitu města Uherský Brod zvýrazňuje jeho poloha, neboť se rozkládá v blízkosti chráněné krajinné oblasti Bílé Karpaty. Tato biologická rezervace se vyznačuje nádhernými přírodními scenériemi, jedním z nejčistších ovzduší v ČR a mimořádně bohatou květenou. Uherský Brod protíná řada turistických tras vedoucích na Javořinu, Lopeník a Mikulčin vrch, což jsou atraktivní střediska zimních sportů a celoročních rekreačních pobytů.

Do současných dnů vyrostlo naše město v moderní osmnáctitisícovou aglomeraci, která plní funkci hospodářského, společenského a kulturního centra oblasti Uherskobrodsko zahrnující 30 obcí s 50 tisíci obyvatel.

Uherský Brod je centrem regionu, jehož hranice na východě zároveň tvoří i státní hranici se Slovenskou republikou, na západě sousedí s uherskohradištským regionem a v jihozápadní části sousedí region s okresem Hodonín. Uherskobrodsko tvoří 28 obcí a 2 města. Vzhledem k uvedenému rozsahu spádové oblasti je Uherský Brod střediskem vyšší správy, zaměstnanosti, služeb, školství i kultury a sportu.

2.2 Analýza výchozího stavu

Povodí řeky Olšavy bylo osídleno už od nepaměti, a proto historické počátky Uherského Brodu sahají do 10. až 12. století. Příhodná poloha a blízkost významných obchodních cest vytvořily předpoklady ke vzniku silného hospodářského střediska. Živým svědectvím bohaté historie Uherského Brodu je řada významných památkových objektů. Historicky cenné jádro města, obehnané původními hradbami, je bohaté na stavby od gotiky přes renesanci až po baroko.

Tabulka č. 1

Název objektu	Stručný popis
Nadační dům	<ul style="list-style-type: none"> - velmi hodnotná barokní stavba města Uherského Brodu, se z velké části dochovanými vnitřními prostory - sloužil původně jako útulek pro staré a chudé měšťany, později jako kasárna - dům je ozdoben městským znakem a nápisem že tento útulek byl vybudován r. 1713 za primátora P. Hájka
Kostel Mistra Jana Husa	<ul style="list-style-type: none"> - nejstarší dochovaná gotická sakrální architektura ve městě pozměněná renesanční přístavbou věže a raně barokní přestavbou - původně farní kostel sv. Jana Křtitele - v roce 1920 kostel převzala a zrekonstruovala církev Československá husitská

Název objektu	Stručný popis
Farní kostel Neposkvrněného početí Panny Marie	<ul style="list-style-type: none"> - trojlodní chrám představující vynikající barokní architekturu od Domenica Martinelliho, postavený v letech 1717 – 1733 - s pozoruhodnou výzdobou interiéru kostela - obraz Stětí sv. Jana Křtitele patří mezi nejvýznamnější
Radnice	<ul style="list-style-type: none"> - renesančně a barokně přestavěná pozdně gotická budova - pod přední částí budovy se nacházejí rozsáhlé podzemní prostory, které jsou součástí chodeb pod středem starého města - zajímavostí budovy jsou věžní hodiny, které zhotovil hodinář František Lang - na věži je umístěna socha Černého Janka, ke kterému se váže pověst z doby kuruckých válek
Via Lucis	<ul style="list-style-type: none"> - bronzový obelisk z roku 1992 - odhalen u příležitosti oslav 400. výročí narození J. A. Komenského - autorem je sochař Ivan Theimer
Kašna se sochou sv. Floriána	<ul style="list-style-type: none"> - stojí na místě původní městské radnice - patří k vrcholným dílům Josefa Antonína Winterhaltera z roku 1756
Panský dům	<ul style="list-style-type: none"> - rozsáhlá barokní budova palácového charakteru s dochovaným goticko-renesančním a renesančním jádrem - původně měšťanský dům byl v roce 1512 přestavěn na nový panský dům, ze kterého se dochovaly portály v průjezdu a arkádové nádvoří - v současnosti slouží jako víceúčelová budova pro kulturní a společenské potřeby města

Název objektu	Stručný popis
Dominikánský kostel	<ul style="list-style-type: none"> - původně gotický klášterní kostel s dlouhým presbytářem, vybudovaným patrně v první pol. 14. století - po mnohačetném vypálení byl kostel v 17. století radikálně přestavěn ve stylu raného baroka - interiér kostela je vyzdoben barokními díly Josefa Antonína Winterhaltera a sochaře Benedikta Telčíka, který vytvořil výzdobu hlavního oltáře - vzácností kostela je obraz „Černé Madony“, k němuž se váže pověst
Mariánský sloup	<ul style="list-style-type: none"> - je cennou barokní památkou z roku 1785 - sloup stál původně ve středu Mariánského náměstí - na dnešní místo byl přemístěn v roce 1922 -
Japonská zahrada přátelství (Tsukiyono)	<ul style="list-style-type: none"> - vznikla v r.1998 na základě družebních vztahů s japonským městem Tsukiyono - umístěna na nádvoří ředitelství muzea J. A. Komenského - byla zbudována suchá zahrada zvaná Karesansui
Zeměpanský hrad	<ul style="list-style-type: none"> - na místě dnešního Hradního náměstí je položen pamětní kámen na zeměpanský hrad, který byl vystavěn knížetem Břetislavem - první dochovaná písemná zmínka o hradě pochází z roku 1338 - zbytky jeho sklepů a základů jsou dnes skryty v podzemí
Hradební opevnění	<ul style="list-style-type: none"> - město bylo opevněno ve 13. století jednoduchou, ale silnou hradební zdí, jejíž zbytky se dochovaly v jižní a severní části města - hradební zeď byla v nejvyšším místě vysoká 10 m a široká 1,7 m - hradby protínaly čtyři brány ve směru světových stran - jediná dochovaná brána tvoří vstup do Muzea Jana Amose Komenského

Název objektu	Stručný popis
Muzeum Jana Amose Komenského	<ul style="list-style-type: none"> - drobnější barokní architektura od Domenica Martinelliho - součástí muzea je trojlodní sloupový sál zaklenutý barokními křížovými klenbami - muzeum je zaměřeno na komeniologii, historii a etnografii regionu - jsou zde stálé expozice: Komenský lidstvu, Starožitnosti Uherskobrodská - doplněné tématickými výstavami
Dům č. p. 201	<ul style="list-style-type: none"> - na domě je umístěn reliéf Jana Amose Komenského, který připomíná, že v domě, jenž stával na tomto místě, Komenský prožil své dětství až do roku 1604.

Vlastní zpracování

Dle zaměstnanců Městského informačního centra v Uherském Brodě jsou velké nedostatky ve směrovém značení a poskytování informací o historii a významu památkových objektů. Problémové oblasti byly dále vymezeny na základě výsledků z provedeného šetření formou anketního dotazníku.

Odhad vývoje současné situace bez realizace změny

V případě, že by nedošlo k realizaci žádné změny, hrozí riziko stagnace či poklesu návštěvnosti města Uherský Brod z hlediska cestovního ruchu. Vzhledem k nedostatečné propagaci se sníží hodnota turistických atraktivit v podobě historických památek města. Návštěvník Uherského Brodu bude nadále postrádat kvalitní informace o nabídce pamětihodností města a jejich historických souvislostech a z důvodu chybějícího navigačního systému bude památky nesystematicky hledat.

Podkladem pro sledování monitorovacích indikátorů bude evidence návštěvnosti. Dle evidence návštěvnosti za rok 2007 sledované městským informačním centrem (červenec – prosinec) navštívilo město 1088 návštěvníků, tj. průměrná měsíční návštěvnost je 181 osob.

2.3 Aktivní využití volného času

Město má k dispozici kvalitní infrastrukturu umožňující sportovní vyžití a věnuje velkou pozornost sportovnímu životu místních obyvatel.

Ve městě jsou situovány následující sportovní areály a zařízení: zimní stadion, dvě sportovní haly, tenisové dvorce, koupaliště, stadion Lapač, Sokolovna. Rozsah sportovních ploch a areálů ve městě je dostatečný.

Další aktivity ve městě

Aquapark CPA Delfin

Plavecký bazén 25 m s reproduktory, zábavný bazén se spoustou atrakcí, tobogán 91 m, divoká řeka, whirlpool, parní a finská sauna.

Hvězdárna

Pozorování blízkého vesmíru (Sluneční soustava, komety, Měsíc, Slunce), pozorování vzdáleného vesmíru (mlhoviny, hvězdokupy, galaxie).

Pivovar Janáček

prohlídka historického pivovaru včetně výrobních zařízení s odborným výkladem vrchního sládka, součástí prohlídky je i ochutnávka. Je jediným funkčním pivovarem ve Zlínském kraji. Vždy v srpnu se konají pivovarské slavnosti, které jsou velmi oblíbené.

Klášterní kostel Nanebevzetí Panny Marie

Poutní kostel s více než tisíciletou tradicí, podle historických pramenů byl asi 250 let v tomto kostele milostný obraz Černé Madony, který je nyní umístěn v Čenstochové. Prohlídky kostela s výkladem zajišťuje Městské informační centrum. Aktivita byla zahájena v březnu 2008.

2.4 Přírodní atraktivita pro rekreaci a cestovní ruch

Uherskému Brodu chybí dobré, rázovité krajinné zázemí. Na území města nejsou ani žádné přírodní památky. Větší využití krajinného zázemí města pro rozvoj rekreace a cestovního ruchu tak vyžaduje více či méně nákladné úpravy.

V blízkém okolí Uherského Brodu se nachází několik významných přírodních atraktivit, zejména léčivé prameny v Luhačovicích, ale i jinde (Nezdenice, Bánov, Rudice a Záhorovice). Tyto zdroje iniciovaly rozvoj lázeňství v Luhačovicích, vzdálených od Uherského Brodu 13 km. Jde o významné lázeňské město, kde se léčí zejména onemocnění dýchacích cest, zažívacího ústrojí, cukrovka.

Z ryze přírodních památek jsou v širším okolí Uherského Brodu zastoupena zvláště chráněná území přírody, zejména:

- Přírodní památka Kovářův žleb (k.ú. Vlčnov) - 0,2 ha - malý zbytek květnaté le-
sostepi s výskytem vzácnějších druhů rostlin
- Přírodní památka Terasy - Vinohradné (k.ú. Drslavice) - 7,33 ha - slunné svahy se
starými ovocnými sady a úhory a s teplomilnou vegetací
- Přírodní rezervace Vlčnovský háj (k.ú. Vlčnov) - 29,87 ha - les karpatského typu s
loukami s ohroženými druhy rostlin
- Přírodní rezervace Vrchové (k.ú. Drslavice) - 25,1 ha - botanická lokalita teplomil-
ných společenstev s výskytem chráněných a ohrožených druhů

Šanci pro výlety skýtá i poněkud vzdálenější Chráněná krajinná oblast Bílé Karpaty. Uherský Brod by se mohl stát nástupním prostorem do této oblasti a mohla by se v něm soustřeďovat i vyšší rekreační vybavenost.

3 PRŮZKUM SPOKOJENOSTI NÁVŠTĚVNÍKŮ S ÚROVNÍ UBYTOVACÍCH ZAŘÍZENÍ, SLUŽEB, INFORMAČNÍHO CENTRA A MOŽNOSTÍ NÁVŠTĚVNOSTI HISTORICKÝCH MÍST

Podle průzkumu návštěvníků a obyvatel města Uherský Brod vyplývá, že zde chybí dostatečná informovanost o historii jednotlivých památkových objektů.

Stávající směrové značení k významným historickým objektům je často z řad široké veřejnosti i samotných turistů označováno za nevyhovující, mající za následek bloudění turistů, čímž město do značné míry ztrácí na své atraktivitě. Ve městě navíc chybí vymezení turistické stezky, pomocí níž by měli návštěvníci města možnost seznámit se s historicky významnými památkovými objekty v centru města a jeho okolí. U těchto objektů navíc mnohdy zcela chybí informační tabule s názvy budov a stručným popisem jejich historie. Za další nedostatek lze označit absenci odpočinkových zón v jejich blízkosti.

Dále návštěvníkům a obyvatelům chybí:

- dostatek parkovacích míst
- více cyklostezek a lepší kvalita stávajících cyklostezek
- lepší dopravní spojení - hlavně v noci
- lepší značení turistických tras
- dostatek veřejných WC
- půjčovny kol

Občané se pochvalně vyjádřili o Městském informačním centru ve městě Uherský Brod, které poskytuje informační servis jak návštěvníkům města, tak i místním občanům. Hlavní činností Městského informačního centra je komplexní poskytování informací o všech službách souvisejících s cestovním ruchem a propagace města Uherského Brodu v ČR i zahraničí.

Nabízí zdarma tyto služby:

- informace o městě a okolí
- informace o pamětihodnostech, kulturních památkách
- tipy na výlet, programy na volný čas
- informace o turistických trasách a cyklotrasách, lyžařských sjezdovkách

- informace o ubytování a stravování (včetně rezervace ubytování)
- informace o dopravních spojích
- informace o kulturních, společenských a sportovních akcích
- informace o firmách, organizacích – vyhledávání adres a kontaktů
- nabídka propagačních materiálů o Uherském Brodě a regionu v různých jazykových mutacích, plán města
- aktuální vydání Brodského zpravodaje
- program Domu Kultury a Kina Máj
- prospekty o Evropské unii
- turistické známé místo
- možnost označení pohlednice speciálním turistickým razítkem
- pro veřejnost je k dispozici 8 počítačů s bezplatným přístupem na internet a bezdrátovým připojením k síti

Placené služby:

- černobílé kopírování (formát A4, A3)
- vystavení mezinárodních identifikačních průkazů (ISIC, ITIC, Alive)
- prodej suvenýrů, upomínkových předmětů, regionální literatura, map, poštovní známky aj.

Výčet služeb není konečný, MIC rovněž prezentuje město na veletrzích cestovního ruchu – RegionTour v Brně a HolidayWorld v Praze.

Nabídka sortimentu v MIC

V Městském informačním centru je možné zakoupit drobné upomínkové předměty a suvenýry vztahující se k městu, jako například pohlednice, dřevěné pohlednice, magnetky, turistická známka, autíčko MP Uherský Brod, dále turistické a cykloturistické mapy, Autoatlas, Brodský služebník, knihy a DVD o historii města, knihy místních autorů, CD smíšeného pěveckého sboru Dvořák, výrobky z Lidové tvorby, výrobky výtvarnice Jany Kubínové, dárkové a dekorační výrobky ze skla.

Ve městě Uherském Brodě je možné ubytování v následujících hotelech či penzionech:

Hotel U brány, Hotel Zátíší, Hotel Apollo, Penzion Javořina, Penzion Lapač, ubytovna za Sokolovnou.

Město dále nabízí několik tipů na výlet do blízkého okolí :

Luhačovice – Jedno z nejkrásnějších lázeňských měst leží v údolí řeky Olšavy v CHKO Bílé Karpaty asi 13 km od Uherského Brodu. Význam tohoto místa je spojen s 300 letou tradicí lázeňské léčby. Pramení zde 17 minerálních pramenů, které jsou využívány k pitným kúram, inhalacím a koupelím. Architekt Dušan Jurkovič zde vytvořil unikátní soubor secesních lázeňských domů, inspirovaných lidovým stavitelstvím. Město žije pestrým kulturním životem např. folklorními a hudebními festivaly, kolonádními koncerty i divadlem.

Bojkovice – Malé město ležící východně od Uherského Brodu v blízkosti hranice se Slovenskem v podhůří Bílých Karpat. Rozkládá se v údolí řeky Olšavy u jejího soutoku s řekou Koménkou. Okolní terén je kopcovitý a poměrně hustě zalesněný. Nad městem stojí na kamenném ostrohu jeho hlavní dominanta – zámek Nový Světlov. V prostorách hradu se nachází expozice muzea a součástí zámeckého areálu je také zámecký park z první poloviny 19. století. Přimo ve městě si ještě můžete prohlédnout kostel sv. Vavřince s barokními varhanami, Hraběcí hrobku a Tetaurky – šestiboké kaple pocházející z 2. poloviny 16. století.

Bílé Karpaty – Bílé Karpaty představují mimořádnou oblast mezi našimi chráněnými územími. Celá oblast byla po mnoho staletí kultivována člověkem. Přesto, nebo právě proto se zde dochovaly mimořádně cenné přírodní hodnoty a na mnoha místech lze hovořit o harmonické krajině. Pro tyto přírodní a krajinné kvality byly Bílé Karpaty zařazeny mezi evropské biosferické rezervace. Výsledkem rozsáhlých historických odlesnění Bílých Karpat jsou tisíce hektarů jedinečných květnatých luk s roztroušenými dřevinami. Z přírodovědného hlediska jsou tyto květnaté karpatské louky pozoruhodné především bohatostí rostlinných společenstev s vysokým zastoupením kriticky ohrožených druhů rostlin. Díky tomu patří Bílé Karpaty k nejcennějším lučním biotopům Evropy.

Rozhledna Lopeník – Je to 22 metrů vysoká stavba z dubového dřeva, která stojí přímo na státní hranici a má připomínat přátelství Čechů a Slováků. Po překonání 101 schodů se vám nabídne pohled na obě strany státní hranice. Na severní straně se otevře výhled na Uherský Brod, na jihozápadě uvidíte vrchol Velké Javořiny a na jihu Nové Mesto nad Váhom.

Rozhledna Lhotka – Telekomunikační věž s vyhlídkovou plošinou najdete na severním okraji obce Lhotka na úpatí vrchu Kamenná, kousek od Uherského Brodu směrem na Uherské Hradiště. Trubkový stožár výšky 35 metrů má zastřešenou vyhlídkovou plošinu o průměru 5,6 metru, která je ve výšce 18 metrů. Přístup k ní zabezpečuje vinuté schodiště a výšku 18 metrů překonává celkem 96 schodů. Bezpečnost pohybu po schodišti je zajištěna vnějším zábradlím, na vnitřní straně schodiště je výstupní madlo. Obdivovat můžete okolí Uherského Brodu lemované hřebenem Bílých Karpat.

Vlčnov – Obec proslulá krásou krajiny, vinařstvím, hudebními tradicemi, lidovou architekturou a zejména „Jízdou králů“ nazývána Perlou Slovácka. Vlčnov se rozkládá uprostřed kotliny na posledních výběžcích Bílých Karpat. V katastru se nacházejí dvě významné přírodní rezervace, Vlčnovský háj a Kovářův žleb, kde jsou zachovány vzácné prvky teplomilné fauny a flóry, například lnu chlupatého. Na okraji obce, v místní části Kotliny, stojí jednačtyřicet památkově chráněných staveb. Přízemní hliněné, zděné a hrázděné lisovny zvané „Búdy“, doplněné vinařskou kapličkou, pocházejí z 18. – 20. století. Je to největší památková rezervace vinohradnických staveb na území České republiky.

Přírodní park Prakšická vrchovina – Pravý břeh řeky Olšavy mezi Uherským Brodem a Uherským Hradištěm, je území významné zejména výskytem řady teplomilných druhů živočichů. Přírodní rezervace Rovná hora, Vrchové – Chrástě a přírodní památka Terasy – Vinohradné jsou cenné výskytem chráněných druhů motýlů. Vidět zde můžete modrásku hořcového a tmavohnědého, ohniváčka černočerného, otakárka fenyklového a ovocného a řadu dalších. Za zmínku stojí také výskyt kriticky ohrožené kudlanky nábožné.

Hrad Buchlov – Jeden z nejstarších a nejmohutnějších královských hradů na jižní Moravě je typickou dominantou Chřibů a patří k nejvýznamnějším památkám české rané gotiky. Byl založen snad v první polovině 13. století jako strategicky obranná pevnost středního Pomoraví a až do vzniku zámku v nedalekých Buchlovicích byl často přestavován a rozšiřován. Zasluhou posledních držitelů Buchlova, rodiny Berchtoldů, vzniklo v prostorách hradu muzeum, které návštěvníci mohou obdivovat dodnes. V historicky cenných interiérech jsou rozmístěny rozsáhlé přírodovědné a egyptologické sbírky, knihovna i galerie soudobého umění. Pro děti bývá zážitkem především návštěva pokoje strašidel, kde si dávají dostaveníčko četní hradní duchové a přízraky v čele s Bílou paní. Nedaleká kaple sv. Barbory z roku 1673 slouží jako hrobka majitelů hradu.

Zámek Buchlovice – Stavba vrcholného baroka ve stylu italské vily, vznikla na přelomu 17. a 18. století a je skutečným skvostem moravské architektury. Buchlovský zámek je ukázkou barokního díla, na kterém se podílely všechny obory – architektura, sochařství, malířství, umělecká řemesla, zahradní i vodní umění. Na italskou terasovitou zahradu, do které lze vstoupit z přízemí zámku, navazuje anglický park s řadou vzácných exotických stromů a keřů. V zámeckých sklenících se pěstuje na 1200 druhů a odrůd Fuksií, které si můžete každoročně prohlédnout při unikátních výstavách od začátku června do září. Zámecká Galerie vín láká zákazníky na možnost ochutnávky i nákupu.

Velehrad – Jedno z nejvýznamnějších poutních míst naší republiky je úzce spjato s cyrilometodějskou tradicí. V roce 1205 zde vznikl první cisterciácký klášter na Moravě, který byl zakladatelem pojmenován podle nedaleké osady Veligrad. Pětিলodní bazilika je vyzdobena řadou obrazů, korouhví a cennými dary poutníků z celého světa. Vyřezávané chórové barokní lavice a varhany z poloviny 18. století, patří k uměleckým skvostům. Součástí areálu jsou podzemní katakomby a lapidárium se základy někdejší svatyně.

Archeoskanzen Modrá – Velkomoravské opevněné sídliště v Modré se nachází v lokalitě původního velkomoravského osídlení a představuje podobu slovanského sídliště z doby Velké Moravy. Na palisádové opevnění se vstupní branou a strážními věžemi navazují části sídliště – hospodářská a mocenská. Stranou stojí církevní areál se základy kostela a jeho novou rekonstrukcí. V archeoskanzenu uvidíte i ukázky z každodenního života našich předků.

ZOO Zlín – Areál zoologické zahrady se nachází v historickém lešenském parku, ve kterém roste více než 1 140 druhů dřevin a okrasných bylin. Zvířata jsou v zahradě rozmístěny podle jednotlivých kontinentů a žijí ve společných přírodních expozicích, které napodobují jejich původní domovinu. Dávnou civilizaci Mayů i s faunou a flórou Yucatánského poloostrova naleznete v tropické hale Yucatan, která patří k dominantám zahrady. Okouzující atmosféru areálu doplňuje zámek Lešná s unikátní dřevořezbářskou výzdobou interiérů a rozsáhlými sbírkami orientálních předmětů. Zoologická zahrada i s přilehlou oborou je hodně rozsáhlá a v areálu najdete několik restaurací, dětský koutek s domácími zvířaty, projížďky na koních a okružní jízdy zoovláčkem.

Bat'ův kanál – Vyznavačům aktivního odpočinku se nabízí více než padesát kilometrů dlouhá vodní cesta procházející malebnou krajinou Slovácka. V osmi přístavech po celé

trase je možné si zapůjčit kánoe, motorové čluny či hausbóty pro krátké i několikadenní plavby. Ti méně odvážní se mohou svézt v rámci pravidelných plaveb na výletní lodi. Cyklisté jistě ocení stezky vedoucí podél vody a pro ty nejodvážnější jsou možné vyhlídkové lety, lety balónem, či tandemové seskoky z letadla na nedalekém letišti v Kunovicích.

4 NÁVRH OPATŘENÍ SMĚŘUJÍCÍ DO OBLASTI CESTOVNÍHO RUCHU VE MĚSTĚ UHERSKÝ BROD

Ke zlepšení orientace v památkových objektech navrhuji vybudovat tzv. Stezky městskou památkovou zónou Uherského Brodu. Tento projekt by byl realizován prostřednictvím vytvoření trasy turistického okruhu, který turisty provede po nejzajímavějších pamětihodnostech ve městě. Hned na začátku trasy by navazoval na projekt vybudování lávky spojující vlakové nádraží s centrem města. Dále by měl mít v průběhu trasy v městském informačním centru návaznost na projekt metropolitní komunikační sítě. V centru města by pak byl projekt informačních zvukových průvodců, umístěných na trase, který by navazoval na již pořízeného zvukového průvodce na náměstí T.G.M. Další návaznost by pak byla v Komenského sadech, které byly v roce 1998 částečně zrekonstruovány.

Ke zpracování studie proveditelnosti by byly použity tyto zdroje a metody zpracování:

- vyhodnocení anketních dotazníků uveřejněných na internetových stránkách www.ub.cz,
- výkaznictví oddělení městského informačního centra o sledované návštěvnosti města dle vedené evidence návštěvnosti v roce 2007, sledované oddělením městského informačního centra, byla průměrná měsíční návštěvnost města uherský Brod 181 návštěvníků
- místní šetření - způsobem dotazování turistické veřejnosti - bylo zjištěno, že 80 % dotazovaných nenalezlo cestu k turistickým cílům z důvodu současné neexistence navigačního systému. Většina dotazů směřovala k informacím o umístění muzea J. A. Komenského, Japonské zahrady, Dominikánského kostela.

4.1 Hlavní výsledky analýzy projektu.

- zvýšení atraktivity města vybudováním stezky městskou památkovou zónou
- zvýšení informovanosti o historii a pamětihodnostech města pro všechny cílové skupiny, pro které je projekt navrhován
- zvýšení celkové orientace ve městě v rámci nově vybudovaného systému značení použitím směrových šipek s názvy jednotlivých cílů.

Z globálního hlediska tak dojde ke zvýšení atraktivnosti území prostřednictvím zkvalitnění infrastruktury pro rozvoj cestovního ruchu. Tyto všechny výstupy pak budou mít dopad na celkové zvýšení návštěvnosti v destinaci, což bude mít následný vliv na vznik nových pracovních příležitostí.

4.2 Popis podstaty projektu

Projekt reaguje na problémy identifikované prostřednictvím zaměstnanců Městského informačního centra související s nedostatky ve směrovém značení a poskytováním informací o historii a významu památkových objektů. Problémové oblasti byly dále vymezeny na základě výsledků z provedeného šetření formou anketního dotazníku. Podstata projektu spočívá ve vytvoření tzv. „Stezky městskou památkovou zónou“, v rámci níž dojde k odstranění výše uvedených nedostatků a zlepšení orientace při prohlídce města.

Základem projektu je vytvoření sítě směrových tabulí a ukazatelů, které budou návštěvníky navádět k jednotlivým památkám a architektonickým objektům. Směrové tabule budou po trase doplněny několika zvukovými průvodci a nově zřízenými odpočinkovými zónami.

V projektu je také počítáno s možností využití tohoto nového navigačního systému se zvukovými průvodci také pro handicapované občany. Na zvukových průvodcích budou jednotlivá tlačítka označena také v braillovém písmu, celá trasa stezky městskou památkovou zónou bude také bezbariérová. Použité navigační tabule nebudou mít dopad na životní prostředí a budou mít certifikát – výrobek šetrný k životnímu prostředí.

4.3 Podrobný popis aktivit projektu

Prvním úkolem je vytyčit trasu Stezky městskou památkovou zónou a navrhnout rozmístění a počet zvukových průvodců podél celé trasy na vhodných místech. Součástí přípravné fáze je vytvořit i návrhy odpočinkových zón a návrhy zlepšení a zpřehlednění orientačního systému ve městě. Dle zpracovaných textů je nutné navržení na vytvoření propagačních materiálů.

Na základě výše uvedených návrhů, budou vypracována projektová dokumentace pro vytvoření odpočinkových míst. Rozsah těchto odpočinkových míst bude korespondovat s velikostí městského pozemku na kterém bude odpočinkové místo umístěno a jeho vzhled

bude přizpůsoben okolí. V místech přístupných cykloturistům budou umístěny stojany na kola v místě kde bude dostatečný prostor pro jejich manipulaci. Součástí odpočinkových míst budou i sadovnické úpravy. Stávající rozcestníky byly doplněny o směrové tabule, které povedou ke zlepšení orientace ve městě. Nově pak bylo navrženo osm rozcestníků, které budou navádět turisty jen na trasu Stezky městskou památkovou zónou a k jednotlivým památkám, které tato stezka obsahuje. Všechny tyto zpracované projekty budou předloženy radě města Uherský Brod ke schválení.

Podstata projektu spočívá ve vytvoření tzv. „Stezky městskou památkovou zónou“, v rámci níž dojde k odstranění výše uvedených nedostatků a zlepšení orientace při prohlídce města.

Základem projektu je vytvoření sítě směrových tabulí a ukazatelů, které budou návštěvníky navádět k jednotlivým památkám a architektonickým objektům. Směrové tabule budou po trase doplněny několika zvukovými průvodci a nově zřízenými odpočinkovými zónami.

Cílem projektu je:

- zvýšení atraktivnosti území prostřednictvím zkvalitnění infrastruktury pro rozvoj cestovního ruchu ve městě Uherském Brodě
- poskytnutí možnosti poznání historie města turistické veřejnosti a občanům města
- zvýšení informovanosti veřejnosti o jednotlivých historických objektech
- umožnění přístupu k těmto informacím také handicapovaným občanům
- z globálního hlediska především zvýšit návštěvnost destinace

Tento nově vytvořený produkt cestovního ruchu pak bude mít přímou vazbu na tvorbu propagačních materiálů, tématicky souvisejících a propagujících tento projekt :

- umístění uvítacích cedulí při vjezdu do města s informací o této "Stezce městskou památkovou zónou"
- vytvoření informačních materiálů v tištěné formě

Vymezení trasy stezky

Stezka městskou památkovou zónou bude začínat u hradeb v jižní části historického jádra města, v místě připravované přechodové lávky, která v budoucnu propojí historickou část města s nádražím ČD a s obchodní a obytnou zónou.

Zde turisté najdou první odpočinkovou zónu na zpevněném podkladu a prvního zvukového průvodce, který bude napojen na elektrickou síť. Ten seznámí turisty v několika spotech a ve třech světových jazycích s historií města i s jeho současností, s podrobným popisem celé stezky i s historií hradeb, u kterých se zvukový průvodce bude nacházet.

Dále trasa povede kolem turisticky zajímavých objektů: Nadační dům a kostel Mistra Jan Husa, kde bude umístěn druhý zvukový průvodce na manuální pohon. Tento zvukový průvodce podá podrobné informace o těchto dvou památkových objektech ve třech světových jazycích a dále navede slovem na další část stezky.

Další odpočinková zóna s větší koncentrací památek bude na Masarykově náměstí. Zde se nachází farní kostel Neposkvrněného početí Panny Marie, kašna se sochou sv. Floriána, obelisk „Via Lucis“. Stezka následně navede turisty okolo městské radnice a Panského domu ke třetímu zvukovému průvodci (rovněž s manuálním pohonem), který bude umístěn u dominikánského kostela a kláštera Nanebevzetí Panny Marie. Tento zvukový průvodce seznámí turisty s historií objektu s návazností na význam dominikánského řádu jako celku. Od dominikánského kostela a kláštera povede stezka kolem místa, kde dříve stával zeměpanský hrad. V tomto místě budou turisté nasměrováni k Muzeu Jana Amose Komenského.

Čtvrtý zvukový průvodce navržený u muzea Jana Amose Komenského v místě plánované odpočinkové zóny bude informovat o historii zeměpanského hradu, o japonské zahradě umístěné v areálu muzea i o muzeu samotném. Tato část stezky bude mít vazbu na projekt obnovy parku Tyršovy sady a Komenského parku.

Poslední část stezky povede od muzea k rodnému domu Jana Amose Komenského a k nedaleké budově místního gymnázia, dříve používané jako bratrský sbor. Zde turisté naleznou další odpočinkovou zónu a bude zde umístěn poslední zvukový průvodce na manuální pohon, který bude informovat o rodném domě Jana Amose Komenského i o budově gymnázia Jana Amose Komenského. Všech pět zvukových průvodců bude informovat turisty v několika spotech a ve třech jazykových verzích.

Realizací tohoto projektu dojde ke zlepšení orientace ve městě pro turisty a další cílové skupiny, které mají zájem o poznání našeho města. Vytvořením stezky dojde k ucelení a k zpřehlednění výskytu památek ve městě. Podrobné značení odstraní časté bloudění turistů a jejich dezorientaci, čímž dojde k podpoře atraktivnosti města. Všechny památkové objekty na trase stezky budou opatřeny tabulkami, které budou obsahovat název památky ve třech jazykových verzích, což bude přínosem pro zahraniční turisty. Součástí informování turistů o historii města, jeho památkách i zajímavostech budou i propagační materiály a tiskoviny. Tyto materiály budou vytištěny v jednotném designu a budou obsahovat informace ke stezce městskou památkovou zónou.

Přínosy z projektu:

Realizací projektu vznikne systematický, jednotně značený turistický okruh provázející zájemce po nejzajímavějších pamětihodnostech města.

Hlavní přínosy projektu „Stezka městskou památkovou zónou“ spočívají ve zvýšení atraktivnosti města Uherský Brod, propagaci jeho významných historických památek a zvýšení všeobecné informovanosti o těchto objektech a zlepšení orientace ve městě. Tyto přímé přínosy se dále projeví zvýšenou návštěvností města s následnou vazbou na rozvoj podnikání, zvýšení privátních investic a tvorbou nových pracovních míst.

Památkové objekty budou opatřeny tabulkami s popisem. Památkový okruh bude doplněn zvukovými tabulemi a odpočinkovými sezeními, kterých je ve městě nedostatek a které uvítají například rodiny s malými dětmi.

„Stezka městskou památkovou zónou“ zajistí vyšší informovanost o pamětihodnostech města. Bude zaměřena na tyto cílové skupiny - turisté, široká veřejnost, handicapovaní občané. Stezka bude vhodná i pro zahraniční návštěvníky města, neboť popisky a informace na zvukových tabulích budou ve dvou cizojazyčných mutacích (AJ, NJ). S novou stezkou rovněž souvisí tvorba propagačních materiálů.

Výhodou památkového okruhu je, že trasa začíná v jižní části města (u velkých schodů) – příznivý výchozí bod pro návštěvníky města přijíždějící z vlakového nádraží.

Projekt odstraní tyto problémy

- projekt „Stezky městskou památkovou zónou“ přinese zkvalitnění poskytovaných služeb města v oblasti cestovního ruchu
- výrazně posílí nedostatečná propagace města a jeho pamětihodností
- dosud neexistující navigační systém turistických cílů zajistí snadnější orientaci po nejzajímavějších památkách v centru města
- památkové objekty budou v rámci „stezky“ opatřeny tabulkami s popisem (rovněž v AJ a NJ), které doposud na většině památek ve městě chybí.
- ve městě není poskytnuta možnost rovné příležitosti k získání komplexních informací o turistických cílech pro handicapované občany – zvukové tabule budou doplněny tlačítky v braillově písmu
- v rámci projektu budou vytvořeny odpočinková posezení, kterých je ve městě nedostatek.

Příčiny nevýhod

- žádné významné nejsou (nebezpečí vandalismu)

Znevýhodněná skupina – handicapovaní obyvatelé

Podmínky provozu

- celoroční využití

Popis významu užitku vzhledem k cílovému území

Přínosem projektu pro cílové území – města Uherský Brod s cílem zvýšení jeho atraktivnosti jako turistické destinace s následkem zvýšení návštěvnosti města.

Časový harmonogram realizace projektu

Alternativy řešení projektu

Ve studii proveditelnosti jsou zvažovány pouze dvě alternativy řešení:

1. Nulová varianta – toto řešení představuje přetrvávání nedostatků ve značení a celkové orientaci kolem centra města a jeho významných objektů. Nedochozí tak k optimálnímu využívání historicky významných míst a objektů ze strany návštěvníků města, případně místního obyvatelstva.

2. Vybudování „Stezky městskou památkovou zónou“ – navrhované řešení představuje společně s náležitou propagací města významný impuls ke zvýšení atraktivity města, jeho návštěvnosti a s tím souvisejícími externími efekty jako podpora soukromých investic, tvorba nových pracovních míst a hospodářský rozvoj lokality.

Přehledné srovnání obou variant uvádí tabulka.

Tabulka č. 2: Srovnání alternativ řešení

	<i>1. alternativa - nulová varianta</i>	<i>2. alternativa – navržené řešení</i>
Popis stavu	Neměnný stav	Vybudování stezky se směrovými ukazateli, informačními tabulemi u objektů, zvukovými průvodci, odpočinkovými zónami.
Výhody alternativy	Žádné	<ul style="list-style-type: none"> - zvýšení atraktivnosti města, - zlepšení orientace v historické části města, - zlepšení informovanosti o památkových objektech, - opatření ve prospěch handicapovaných občanů
Nevýhody alternativy	<ul style="list-style-type: none"> - nedostatečná informovanost, - nesystematičnost prohlídky historické části města, - nedostatečné podmínky pro handicapované, - nízká atraktivnost města 	<ul style="list-style-type: none"> - rizika související s možným poškozením instalovaných prvků

Vlastní zpracování

Přípravenost projektu pro realizaci a požadavky

- Schválení projektového záměru ze strany vedení města,
- návaznost na Program rozvoje města,
- majetkové poměry – vztah k dotčeným nemovitostem, smluvní ošetření,
- podmínky stavebního úřadu,
- technické požadavky

Umístění směrových tabulí bude realizováno na pozemcích města ohlášením stavby. Pro umístění dvou zvukových průvodců bude nutné připojení na elektrickou síť. Jedná se o zvukového průvodce umístěného na začátku stezky městskou památkovou zónou, který bude obsahovat informace o historii a současnosti města, podrobný popis stezky městskou památkovou zónou s ohledem na handicapované občany i s historií hradeb, u kterých bude tento zvukový průvodce umístěn. Druhý zvukový průvodce, s nutností napojení na elektrickou síť, bude umístěn u muzea Jana Amose Komenského. Bude informovat o zeměpanském hradě, japonské zahradě i o muzeu samotném. Ostatní tři zvukovní průvodci, umístění na stezce městskou památkovou zónou, budou na manuální pohon, a proto není nutné připojení na elektrickou síť.

4.4 Podpora kultury

- kulturně vědeckou a společenskou činnost opřít o odkaz J. A. Komenského (semináře, kongresy, badatelská činnost muzea)

V některých historických prostorách v centru založit informační a výstavní centrum města se stálou informační službou, spolupřátelsky se podílet na významných akcích Muzea J. A. Komenského.

- podporovat spolkovou kulturní činnost ve městě, zvláště výrazně podporovat folklórní činnost, zaměřit se však i na vyšší kulturu

Ekonomicky i organizačně se podílet na vzniku a provozu společenských a kulturních spolků ve městě, s preferencí místního folklóru, ochotnického divadla a dalších tradičních činností.

- založit nadregionálně významnou tradiční akci, důležitou pro sezónní oživení cestovního ruchu

Vyhlásit veřejnou soutěž na náměty nadregionálně významné kulturní akce v Uherském Brodě (vycházející z historie města, specifík regionu apod.). Vyhodnotit nejlepší náměty, zpracovat scénář a založit jako každoroční festival podporovaný městem.

Pozn. autorky: např. vytvořit osobitou vizi “Uherský Brod - město moderní učebnice”, založenou na pořádání veletrhů učebnic a učebních pomůcek pro všechny typy vzdělávání, ve spolupráci se školami, nakladatelstvími včetně zahraničí. Navázat přitom na dny J. A. Komenského.

4.5 Podpora sportu

- podporovat tělovýchovné spolky ve sportovní činnosti

Společně s podnikatelskou radou vybrat sportovní odvětví s perspektivou špičkových výkonů a podporovat je sponzorsky, jako způsob zviditelnění města

lze i zvážit možnost rozvinutí scénáře “Uherský Brod - nástupní město zimních sportů na Lopeníku”

- podporovat ostatní aktivity pro volný čas ve městě

Podpora tělovýchovných jednot se širokou členskou základnou, realizace dětských hřišť v městské zástavbě, podpora vzniku a provozu center volného času.

4.6 Koncepce ploch pro rekreaci a cestovní ruch

Koncepci ploch pro rekreaci a cestovní ruch navrhuji založit na těchto zásadách:

- cílem koncepce je vytvořit v Uherském Brodě výchozí základnu pro Bílé Karpaty a doplňující (a levnější) ubytovací kapacity pro luhačovické lázeňství. Tuto základnu pokud možno spojit s rekreací u vody
- v rámci územního plánu města je proto třeba vytipovat vhodnou, i prostorově oddělenou, lokalitu pro centrum cestovního ruchu spojenou se zabezpečením letních rekreačních aktivit u vody. Nalezení vhodné lokality pro výstavbu přírodního koupa-

lišť je rozhodujícím úkolem pro doplnění rekreačních služeb pro celé široké zázemí

- mimo to je třeba navrhnout turistického ubytování, jako zázemí Luhačovicka (včetně kempu) a zároveň jako výchozí základnu výletů do Bílých Karpat
- Uherský Brod je třeba napojit na Luhačovice a Bílé Karpaty kvalitní sítí turistických a cykloturistických cest
- počítat s provozováním pravidelné kyvadlové linky MHD mezi nádražím v Uherském Brodě a nádražím v Luhačovicích. Navrhnout zastávky příslušných městských částech.
- navrhnout i pěší a cyklistické propojení Uherského Brodu s Luhačovicemi. K vybudování trasy využít revitalizované trasy potoka Štřávnice. Trasu je třeba komponovat jako naučnou cestu s dostatečným počtem vhodně rozmístěných atraktivit s doplňujícím lázeňským významem
- hlavní náměstí s okolními obchodními ulicemi koncipovat jako provozně propojený obchodní prostor, kdy skladba a rozmístění jednotlivých obchodů ve své provázanosti skýtá komplexní služby zákazníkům. Znamená to vytvořit pro návštěvníky podmínky podobné nákupním centrům (blízkost parkování, jasná trasa za zbožím a službami, bezpečnost apod.)
- tržiště na náměstí počítat jako časově i sortimentně regulované, aby doplňovalo nabídku obchodů a služeb. Je nutno navrhnout i prostory pro uložení stánků
- při návrhu urbanistického interiéru posílit městský charakter prostorů ústředních prostorů, regionální i celoměstskou občanskou vybavenost udržovat v sevřeném tvaru. V centru navrhnout i náročnější parkové úpravy

Zřízení společné rozvojové agentury regionu pro získávání státních a evropských dotací na udržování krajiny, ochranu životního prostředí, cestovní ruch, pro podporu zemědělství a venkova

Založení profesionální společné regionální rozvojové agentury sdružení měst a obcí Uherskobrodská.

Úzká spolupráce se správou CHKO Bílé Karpaty

S cílem získat co nejvíc peněz od státu a kraje (v budoucnu) a dohodnout výsledky projektu lokalizace a rozvoje ČR, speciálně podporovat turistické (včetně cyklistických) cesty z Uherského Brodu a Luhačovic do Karpat a na Luhačovicko

- podpořit systém turistických cyklostezek
- realizovat propagaci a naváděcí systémy pro turisty
- přispívat k růstu počtu návštěvníků, délce jejich pobytu a prodloužení sezony
- vytvoření kulturně sportovního kalendáře /slavnosti, sportovní akce/
- podporovat finančně síť kulturních zařízení /knihovny, sály/
- podporovat kulturní, společenské a sportovní aktivity
- podporovat a pomocí grantů zajišťovat volnočasové aktivity dětí a mládeže
- vytváření podmínek pro zajištění mládežnické klubové činnosti

4.7 Strategická vize rozvoje cestovního ruchu ve městě Uherský Brod

Vize: Zvýšení konkurenceschopnosti a atraktivity města v zájmu dlouhodobě udržitelného zvyšování kvality života obyvatel a rozvoje na základě kulturních a historických tradic

- Město Uherský Brod směřuje ke spokojenému životu obyvatel města i mikroregionu, se zaměřením na vzdělání, kulturu, sport a zdravý životní styl.
- Město Uherský Brod a celý mikroregion dosáhnou ekonomické výkonnosti a růstu zaměstnanosti, zvláště kvalifikované pracovní síly. Zejména partnerství se vzdělávacími a odbornými institucemi a pracovišti podpoří stabilizaci a rozvoj malého a středního podnikání v oborech s vysokou přidanou hodnotou. Potenciál města a regionu bude využit pro rozvoj cestovního ruchu.
- Město Uherský Brod se bude podílet na projektech zaměřených na zajištění dopravní dostupnosti města a mikroregionu.
- Město Uherský Brod bude chránit a rozvíjet kvalitu životního prostředí ve městě i celém mikroregionu.

Pro naplnění strategické vize byly definovány čtyři prioritní osy, které budou základním východiskem záměrů v jednotlivých kritických oblastech. (1) Ekonomický rozvoj a konkurenceschopnost, (2) Integrovaný rozvoj území, (3) Rozvoj lidských zdrojů, (4) Zlepšování kvality životního prostředí.

Ekonomický rozvoj a konkurenceschopnost

SWOT analýza k ose č. 1

Silné stránky

- vznik menších a středních firem
- výhodná poloha města v souvislosti s napojením na Slovensko
- kvalifikovaná pracovní síla
- potenciál pro rozvoj cestovního ruchu, přítomnost významných atraktivit cestovního ruchu
- vybavenost města infrastrukturou pro trávení volného času

Slabé stránky

- nepřipravenost území pro významnější investice
- neexistence průmyslových a podnikatelských rozvojových ploch
- regresivní struktura populace
- nedostatečný počet volných kvalifikovaných pracovních sil

Příležitosti

- maximální využití stávajících podpůrných programů vč. prostředků EU v rámci podpory malého a středního podnikání a nástrojů aktivní politiky zaměstnanosti pro zřízení nových pracovních míst
- rozšíření moderních informačních a komunikačních technologií
- podpora všech forem odborného vzdělávání včetně poradenství

Hrozby

- závislost na velkých zaměstnavatelích
- odliv kvalifikovaných pracovních sil
- preference sociálních příjmů před příjmy pracovními zvláště u nízkopříjmových skupin profesí (další růst dlouhodobé nezaměstnanosti)
- stárnutí obyvatelstva a s ním spojené negativní dopady

Cíl

Ekonomický rozvoj a konkurenceschopnost bude postaven na vytvoření příznivého podnikatelského prostředí pro vznik nových pracovních míst a příliv nových investic. Pro město jsou důležití jak velcí investoři, kteří se rozhodnou pro investici na zelené louce, tak malé a střední podnikání, které obvykle vytváří významnou část pracovních příležitostí. Významným zdrojem ekonomického rozvoje je oblast cestovního ruchu. Jeho rozvoj je předurčen významným historickým a kulturním potenciálem města Uherský Brod. Při realizaci záměrů a aktivit ekonomického rozvoje bude město podporovat využití dostupných dotačních titulů z fondů jak státních, tak zejména Evropské unie.

Příprava území pro příchod investorů a podnikatelských aktivit

Připravit rozvojové plochy pro vstup investorů vybudováním odpovídající infrastruktury vč. dopravního napojení dle zaměření podnikatelských činností.

Vybrané rozvojové plochy příp. objekty evidovat a vhodným způsobem propagovat (např. zařazení do databáze CzechInvest a krajské databáze rozvojových ploch) včetně poskytování informací pro investory.

Vytvářet podmínky pro rozvoj cestovního ruchu a rekreace

- Vybudování rekreačně sportovního areálu u CPA Delfin.
- Budování cyklotras regionálního a místního charakteru s napojením na nadregionální cyklotrasy vč. doprovodných služeb.
- Vybudovat společensko-rekreační areál vč. turistického ubytování – kempu.
- Rozvoj a obnova další infrastruktury cestovního ruchu.
- Pravidelně vytvářet a prezentovat místní programovou nabídku kulturních a společenských akcí pořádaných na území města.
- Rozšíření spolupráce městského informačního centra s ostatními informačními centry.
- Rozvoj a realizace městské marketingové strategie v oblasti cestovního ruchu se zapojením místních partnerů (propagační materiály, programové balíčky, informační systém aj.).

Integrovaný rozvoj území**SWOT analýza k ose č. 2****Silné stránky**

- Přítomnost infrastruktury nadměstského významu
- Kvalitní bytový fond
- Vysoký stupeň pokrytí města inženýrskými sítěmi
- Přítomnost významných zaměstnavatelů
- Atraktivita města pro migrující

Slabé stránky

- Chybějící napojení na síť dálnic a rychlostních silnic
- Špatný stav a snížený význam železniční trati, nevyhovující vozový park ČD
- Špatný stav některých částí technické infrastruktury

- Nedostatek kapitálu na investice do dalšího rozvoje
- Nepříznivé podmínky pro cestovní ruch v zimním období

Příležitosti

- Zlepšit dopravní dostupnost měst (vč. dostupnosti veřejnou dopravou)
- Zvýšit podíl bezmotorové dopravy ve městě a okolí
- Přípravou infrastruktury přitahovat nové obyvatele
- Zvyšovat atraktivitu města pro návštěvníky
- Zkvalitnění kultury cestování veřejnými dopravními prostředky

Hrozby

- Absence rozvoje silniční sítě ve vztahu ke krajskému centru (Zlín)
- Nekoncepční nebo žádný rozvoj veřejné dopravy
- Zastarávání infrastruktury ve městě

Cíl

Integrovaný rozvoj území bude řešen komplexně z pohledu územního plánu, investic do rozvoje bytového fondu, rozvoje kulturních a historických památek, zařízení pro volnočasové aktivity a dalších aktivit vytvářejících prostředí pro zdravý a kvalitní život ve městě s cílem vytvořit kvalitní infrastrukturu pro podnikatelský a občanský sektor a turistický ruch. Doprava do města i ve městě bude splňovat ve všech svých druzích evropský standard kvality, bezpečnosti a rychlosti. Prioritou je napojení města na evropskou dopravní síť. Technická infrastruktura bude řešena modernizací a rozšířením stávajících sítí a vybudování nových sítí pro zabezpečení rozvoje města především v oblasti bytové výstavby, podpoře podnikání a občanské vybavenosti. Při řešení infrastruktury bude respektována ochrana životního prostředí a přírody. Při rozvoji technické infrastruktury bude město usilovat o využití dostupných dotačních titulů z fondů jak státních, tak zejména Evropské unie.

Zlepšení dopravní dostupnosti Uherského Brodu

Rekonstrukce místních komunikací ve městě v návaznosti na změnu intenzity dopravy. Řešení dopravy v klidu – vybudování parkovacích ploch v centru města a na sídlišťích.

Zlepšení plynulosti dopravy, zajištění bezpečnosti dopravy a napojení průmyslových areálů na nadřazenou silniční síť.

Optimalizace dopravy ve městě vč. podpory ekologických způsobů dopravy

- Vytvářet podmínky pro cyklistickou dopravu a dále rozvíjet infrastrukturu pro její rozvoj
- Organizace dopravy ve městě v návaznosti na komunikace I a II tříd
- Přestupní terminál Integrované veřejné dopravy
- Pořízení nízkopodlažních vozů veřejné dopravy
- Bezbariérovost města a institucí
- Vytvoření podmínek pro integrovaný záchranný systém

Revitalizace veřejných ploch a budov a ostatních objektů

- Zajistit realizaci energeticky úsporných opatření v objektech města (vč. škol a školských zařízení).
- Rekonstrukce náměstí a veřejných ploch.

Péče o kulturní památky

- Rekonstrukce a údržba památek s ohledem na provoz a vnější vlivy.
- Zpřístupnění památkových objektů občanům (bezbariérový přístup do objektů).
- Zajistit vhodné využití stávajících památkových objektů.
- Vytvoření prezentace památkových objektů.

Rozšiřovat a modernizovat sítě informační infrastruktury v návaznosti na rozvoj města

- Budovat a rozšiřovat a sjednocovat infrastrukturu pro rozvoj informačních a komunikačních technologií a elektronických médií.

Vytvářet podmínky pro volnočasové aktivity všech občanů města

- Podporovat rekonstrukce kulturních a školských zařízení pro volnočasové aktivity.
- Podporovat a vytvářet podmínky pro rozvoj NNO (zájmové spolky, sportovní kluby, organizace a sdružení) působících ve městě a spolupracovat při realizaci jejich aktivit.
- Ve spolupráci se školami a NNO nabídnout dětem a mládeži prostory a programy v rámci jejich volného času jako prevenci sociopatologických jevů a kriminality.
- Podporovat všechny formy využívání volného času pro občany – seniory (kluby důchodců, další vzdělávání).
- Vybudovat planetárium při hvězdárně.

Rozvíjet mezinárodní spolupráci na všech úrovních činnosti města

- Rozvíjet partnerské vztahy se zahraničními subjekty.
- Podporovat výměnné studijní pobyty a výuku cizích jazyků žáků základních škol a studentů SŠ.
- Podporovat vzájemnou výměnu kulturních, sportovních a zájmových organizací spřátelených měst.

Rozvoj sportovišť

- Modernizace stávajících objektů pro sportovní činnost.
- Realizace energeticky úsporných opatření ve sportovních zařízeních.
- Vybavení sportovišť zařízením pro všestranný rozvoj sportovních aktivit mládeže i dospělých.
- Rozšíření nabídky sportovních zařízení s ohledem na potřeby obyvatel v návaznosti na nové druhy sportovních aktivit.
- Rekonstrukce modernizace a dobudování dětských hřišť, veřejně přístupných sportovišť a zahrad škol.

Péče o kulturní dědictví

- Obnova a udržitelnost kulturních a historických tradic.
- Materiální zabezpečení kulturních sdružení a podpora jejich činností.

Rozvoj lidských zdrojů

SWOT analýza k ose č. 3

Silné stránky

- poměrně dobrá síť základních škol, učilišť, středních škol s nadregionálním významem
- podmínky pro společenské, kulturní a sportovní vyžití
- aktivně pracující nestátní neziskové organizace
- dostatečné kapacity k zajištění volnočasových aktivit: DK, kino, hvězdárna, DDM
- dostatečný počet školských objektů, jejichž celková kapacita mírně převyšuje požadovaný počet umístěných dětí
- rovnoměrné rozmístění objektů ve všech částech města včetně Těšova, Újezdce a Havřic; slušné vybavení základních škol výpočetní technikou k možnému využití pro poskytování jiných forem vzdělávání
- dobrá informovanost obyvatel o aktivitách ve městě

- dobrá vybavenost školských zařízení
- dobrá vybavenost města infrastrukturou pro trávení volného času
- pořádání folklorních akcí ve městě
- působení folklorních souborů – udržování tradic
- dobrá dostupnost vzdělávací infrastruktury
- vybudovaná informační infrastruktura – přístupové body k internetu

Slabé stránky

- regresivní struktura populace
- odchod kvalifikovaných pracovních sil
- nízké zapojení obyvatel do veřejných aktivit
- nižší kupní síla obyvatel
- nedostatečné financování neziskových organizací poskytující veřejně prospěšné služby
- Špatná dopravní dostupnost VŠ (s výjimkou UTB)
- Existence obcí periferního charakteru v zázemí města (obce s vysokou mírou nezaměstnanosti, se zápornou dynamikou obyvatelstva, neodpovídající vzdělanostní strukturou obyvatelstva atp.).

Příležitosti

- využití budov škol i pro mimoškolní aktivity
- maximální využití stávajících podpůrných programů vč. zdrojů EU pro rozvoj lidských zdrojů
- podpora všech forem odborného vzdělávání včetně poradenství
- koordinace vzdělávacích programů odborných škol s požadavky trhu práce a předpokládanými vývojovými trendy v regionu

Hrozby

- stárnutí obyvatelstva a s ním spojené negativní dopady
- odchod kvalifikovaných mladých pracovníků do větších měst
- preference sociálních příjmů před příjmy pracovními zvláště u nízkopříjmových skupin profesí (růst dlouhodobé nezaměstnanosti)

Cíl

Rozvoj lidských zdrojů bude město uskutečňovat takové záměry a projekty, které povedou k vytváření zdravého životního stylu ve všech oblastech lidské činnosti. Tato prioritní osa je zaměřena na vzdělávání, zdravotní a sociální oblast, mezinárodní spolupráci a volnočasové aktivity. Při realizaci záměrů a aktivit v rámci rozvoje lidských zdrojů bude město podporovat využití dostupných dotačních titulů z fondů jak státních, tak zejm. Evropské unie.

Podporovat dostupné formy vzdělávání obyvatel na všech úrovních

- Zajistit a rozvíjet celoživotní vzdělávání pro dospělé.
- Vybavit školy potřebným zařízením – nábytkem, výukovými programy apod., aby bylo možno zajistit poskytování i celoživotního vzdělávání.
- Rekonstrukce objektu pro ZUŠ.

Zajistit dostupnost a kvalitu zdravotní péče a sociální služby obyvatel

- Optimalizace zdravotnických zařízení a sociálních služeb s cílem zajistit dostupnost zdravotní a sociální péče mj. souladu s komunitním plánováním.
- Vznik nízkoprahového zařízení.

Trvale působit na pozitivně angažovaný vztah občanů k městu

- Zvýšit informovanost občanů o dění ve městě s využitím moderních komunikačních technologií (zpravodaj, www stránky, MIC apod.).
- Pravidelně zapojovat občany do veřejných aktivit a vyhodnocovat připomínky a náměty spoluobčanů a využívat je při řízení a rozvoji města.
- Rozvíjet a podporovat činnost ve vzdělávání, výchově ve škole i mimo školu.
- Podporovat vrstevnické seniorské programy a mezigenerační programy.

Zkvalitňovat podmínky pro poskytování základního vzdělávání

- Modernizace stávajících budov základních škol a mateřských škol vč. realizace energeticky úsporných opatření.
- Podporovat integraci zdravotně postižených žáků do základních a středních škol vč. bezbariérového přístupu.
- Vybavování škol moderní technikou a učebními pomůckami.
- Zkvalitnit sportoviště a sportovní vybavení škol a školských zařízení.
- Podporovat výukové projekty základních škol.

Zlepšování kvality životního prostředí**SWOT analýza k ose č. 4****Silné stránky**

- relativně kvalitní přírodní prostředí nenarušené emisemi a odpady velkých průmyslových provozů
- značný podíl lesů se skladbou dřevin blízké skladbě přirozené
- přítomnost cenných území zařazených do systému Natura 2000
- relativně vysoký podíl zeleně ve městě
- vybudovaná infrastruktura pro čištění odpadních vod

Slabé stránky

- nízké ekologické povědomí obyvatel
- velmi ohrožený ekosystém hlavní vodoteče území (Olšavy) a řady jejích drobných přítoků
- nevhodná skladba dřevin řady ploch městské zeleně
- část průmyslové a smíšené zóny ohrožena povodní

Příležitosti

- maximální využití stávajících podpůrných programů vč. prostředků EU na ochranu životního prostředí na území města
- funkční propojení městské zeleně s volnou krajinou
- přivedení zbývající průmyslové a komunální znečištění na ČOV
- ochrana na vodu vázaných ekosystémů - zadržení maximálního množství vody v lokalitě
- zajištění vysokého stupně čištění vznikajících odpadních vod

Hrozby

- ohrožení kvality životního prostředí nevhodně lokalizovanými nebo nad míru únosnou rozvíjenými ekonomickými aktivitami
- prohloubení zhoršování zdravotního stavu těch částí lesů, kde byly při obnově použity nevhodné dřeviny (vlivem postupující klimatické změny)
- postupná ztráta místních vodních zdrojů vlivem sucha, postupující klimatické změny a nevhodných dřevin a nevhodného hospodaření v pramenných oblastech
- ohrožení řady zemědělských ploch vodní a větrnou erozí
- existence starých ekologických zátěží v podobě nezajištěných skládek
- ohrožení předmětu ochrany přírodních území nevhodným hospodařením z důvodu nízkého ekologického povědomí vlastníků a uživatelů

- snížení rozlohy a kvality ploch městské zeleně vlivem rozvoje dopravy a podnikatelských záměrů

Cíl

Zlepšování kvality životního prostředí se zaměřuje na zachování kvalitního životního prostředí, prevenci a vytváření podmínek pro údržbu a zachování neporušeného vzhledu krajiny. Životní prostředí výrazným způsobem ovlivňuje způsob života všech obyvatel i návštěvníků území. Město Uherský Brod bude usilovat o zlepšení životního prostředí na svém území aktivitami, které povedou ke zlepšení ovzduší, snížení hluku a zvýšení čistoty veřejných prostranství i soukromých objektů. K tomu využije jak prostředky pro tlumení emisí, tak výsadbu zeleně. Zabezpečí účast správních orgánů na místní a regionální úrovni, jakož i široké veřejnosti při realizaci krajinné politiky a bude respektovat krajinu v urbanismu, v koncepcích a strategiích jakož i v odvětvových politikách s možným přímým nebo nepřímým vlivem na krajinu.

Regenerace městské zeleně, urbanizované krajiny a obnova krajinných struktur

- Rekonstrukce historických parků (Studie Tyršovy sady a Komenského park).
- Vybudování nových parků v lokalitách určených pro bydlení a jejich propojení s krajinnými strukturami (např. sídliště Olšava).
- Rekonstrukce vyhrazené zeleně (hřbitovy, areály škol, školek, historické zahrady aj.).
- Rekonstrukce základních rozvojových os zeleně (viz. Generel zeleně) a jejich napojení a volnou krajinu.

Zlepšení jakosti povrchových vod, zlepšení vodního režimu a protipovodňová ochrana

- Revitalizace vybraných vodních toků, příp. obnova funkce vodních děl (postupné vytváření a doplňování ekologických nik, které jsou charakteristické pro přírodní vodní toky a jejich bezprostřední okolí).
- Zlepšení vodního režimu v krajině.
- Ochrana území před povodněmi.
- Rekonstrukce a dobudování kanalizace odpadních vod a ČOV.
- Rekonstrukce, modernizace stávajících vodohospodářských děl.
- Napojení okolních obcí na městskou ČOV.

Zkvalitnění nakládání s odpady

- Rozšíření sítě sběrných dvorů
- Zvýšení podílu separovaného odpadu z KO
- Vytvoření systému nakládání s BRKO

Průzkum a prevence sesuvů

- Průzkumné, preventivní a sanační opatření v sesuvných územích.

ZÁVĚR

Předmětem bakalářské práce je vytvoření jednotného systému značení turistických cílů. Bude vytvořena trasa turistického okruhu, která turisty provede po nejzajímavějších pamětihodnostech ve městě. Tato „Stezka městskou památkovou zónou“ by začínala v jižní části města u hradeb, kde bude mít do budoucna návaznost na projekt nově vybudované lávky spojující vlakové nádraží. Trasa tohoto turistického okruhu by pak dále vedla kolem těchto turisticky zajímavých objektů: Nadační dům, kostel mistra Jana Husa, farní kostel, barokní kašna, obelisk, radnice, panský dům, dominikánský kostel, městské informační centrum, Japonská zahrada, muzeum J. A. Komenského, Tyršovy sady, dům J. A. Komenského, gymnázium a dále pak zpět k výchozímu stanovišti. Celá trasa by byla označena navigačními směrovými tabulemi s názvem „Stezka městskou památkovou zónou“ a doplněná zvukovými průvodci. Zároveň budou na této trase vybudována odpočinková sezení. Tento nově vytvořený produkt cestovního ruchu pak bude mít přímou vazbu na tvorbu propagačních materiálů, tematicky souvisejících a propagujících tento projekt.

Domnívám se, že cíl bakalářské práce byl splněn a to na základě těchto skutečností. Pomocí navrhovaného projektu bude zvýšena informovanost veřejnosti o možnosti návštěvy historických míst města a jejich historických souvislostech, a sice ve třech jazykových verzích. Taktéž bude umožněn přístup k těmto informacím handicapovaným občanům.

Budou zřízeny chybějící odpočinkové zóny a rozsáhlé parkové úpravy. Dále pomocí zkvalitnění infrastruktury bude zlepšena dopravní dostupnost města s dostatkem parkovacích míst vč. dostupnosti veřejnou dopravou a zvýšení bezmotorové dopravy ve městě a okolí. Bude se pokračovat v propagaci města, prezentaci památkových objektů, rekonstrukci a údržbě památek. Zvýšenou návštěvností města se projeví následná vazba na rozvoj podnikání, zvýšení privátních investic a tvorba nových pracovních míst a hospodářský rozvoj lokality. Nadále budou podporovány folklórní činnosti, nadregionálně významné kulturní akce, sportovní aktivity apod.

Vybudované turistické ubytování včetně kempu bude sloužit jako výchozí základna do Bílých Karpat.

Dále bude zřízena společná rozvojová agentura regionu pro získávání státních a evropských dotací na udržování krajiny, ochranu životního prostředí, cestovní ruch, pro podporu zemědělství a venkova.

SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

- [1] FORET, Miroslav, FORETOVÁ, Věra. *Jak rozvíjet místní cestovní ruch*. 1. vyd. Praha : Grada, 2001. 178 s. ISBN 80-247-0207.
- [2] FORET, Miroslav, STÁVKOVÁ, Jana. *Marketingový výzkum : jak poznávat své zákazníky*. 1. vyd. Praha : Grada Publishing, 2003. 159 s. ISBN 80-247-0385-8.
- [3] HESKETT, James L., SASSER, W.Earl, HART, Christopher W.L. *Služby - cesta k úspěchu*. Praha : Victoria Publishing, [1993]. 273 s. ISBN 80-85605-36-8.
- [4] HESKOVÁ, Marie. *Cestovní ruch*. 1. vyd. Praha1 : Fortuna 2006. 224 s. ISBN 80-7168-948-3.
- [5] HESKOVÁ, Marie. *Cestovní ruch pro vyšší odborné a vysoké školy*. 1. vyd. Praha : Fortuna, 2006. 224 s. ISBN 80-7168-948-3.
- [6] HLADKÁ, Jitka. *Technika cestovního ruchu*. 1. vyd. Praha : Grada Publishing, 1997. 168 s. ISBN 80-7169-476-2.
- [7] KESNER, Ladislav. *Marketing a management muzeí a památek*. Petr Somogyi. 1. vyd. Praha : Grada, 2005. 304 . ISBN 80-247-1104-4.
- [8] KUNEŠOVÁ, Eva, NEDVĚDOVÁ, Alena. *Technika cestovního ruchu*. Praha : Grada, 1992. 206 s. ISBN 80-85623-32-3.
- [9] MALÁ, V. *Základy cestovního ruchu*. 1. vyd. Praha: Oeconomica, 2002. 98 s. ISBN 80-245-043-9.
- [10] MAREK, Jaroslav. *Dramata města - Dějinami Uherského Brodu a jeho obyvatel*. 1. vyd. Městský úřad v Uherském Brodě: Vars, spol. s r.o. 1990. ISBN 80-900726-4-X.
- [11] MORRISON, Alastair M. *Marketing pohostinství a cestovního ruchu*. 1. vyd. Praha : Victoria publishing, 1995. 523 s. ISBN 80-85605-90-2.
- [12] OBŮRKOVÁ, Eva. *Kam na jižní Moravě*. 2. vyd. Brno: Computer Press, a.s, 2007. 128 s. ISBN 978-80-251-1594-7.
- [13] PALATKOVÁ, Monika. *Marketingová strategie destinace cestovního ruchu : Jak získat více příjmů z cestovního ruchu*. 1. vyd. Praha: Grada publishing, 2006. 341 s. ISBN 80-247-1014-5.

- [14] PAVLŮ, Dušan. *Marketingové komunikace a výzkum*. 2006. vyd. Zlín : Professional publishing, a. s., 2006. ISBN 80-7318-383-8.
- [15] PAYNE, Adrian. *Marketing služeb*. Přeložila Veronika Dobešová. 1. vyd. Praha : Grada Publishing, 1996. 247 s. ISBN 80-7169-276-X.
- [16] TOMEČEK, Radek. *Uherský Brod : putování historií královského města*. 1. vyd. Uherský Brod : Q studio, 2005. ISBN 80-903006-7-7.
- [17] VAŠKO, M. *Cestovní ruch a regionální rozvoj*. 1. vyd. Praha: Oeconomica, 2002. 96s. ISBN 80-245-0445-6.
- [18] <http://www.kr-zlinsky.cz/>
- [19] <http://turista.ub.cz/>
- [20] <http://www.velehrad.cz/new/>

SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK

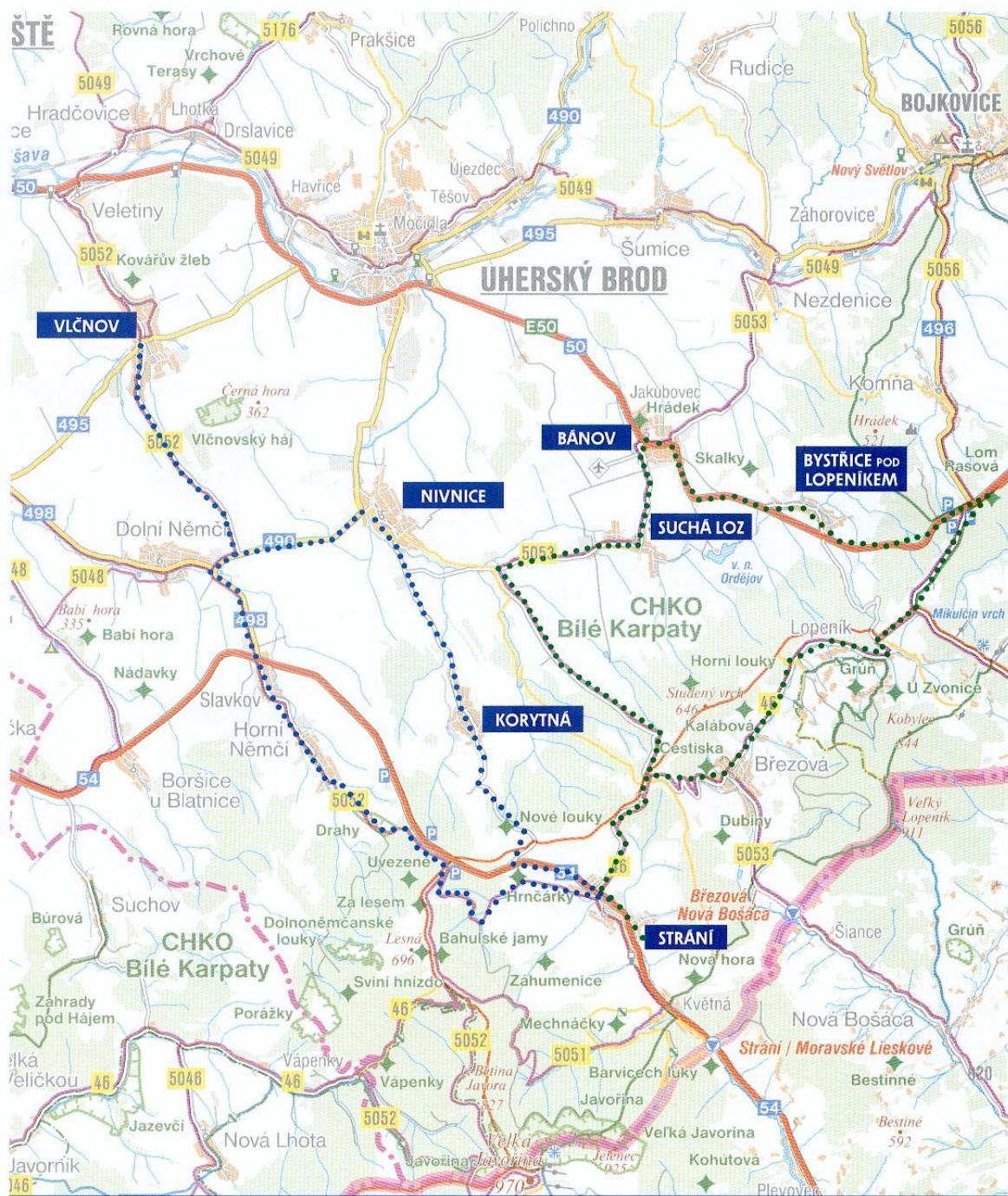
WTO	Světová organizace cestovního ruchu.
NTA	Národní turistická centrála.
ETAG	Evropská pracovní skupina pro cestovní ruch.
ETC	Evropská komise cestovního ruchu.
USD	Americký dolar.
OSN	Organizace spojených národů.
NTA	Národní turistická centrála.
WTT	Světový cestovní tým.
SRN	Spolková republika Německa.
ČR	Česká republika.
ECF	Evropská cyklistická federace.
CR	Cestovní ruch
UNESCO	Organizace pro výchovu, vědu a kulturu.
TIC	Turistické informační centrum.
MHD	Městská hromadná doprava.
CK	Cestovní kancelář.

SEZNAM PŘÍLOH

Příloha č. 1 - Mapka regionu Uherský Brod

Příloha č. 2 - Dotazník

PŘÍLOHA P I: MAPKA REGIONU UHERSKÝ BROD



PŘÍLOHA P II: DOTAZNÍK

1. K Uherskému Brodu máte vztah:

- a) občan
- b) turista
- c) město jsem nenavštívil

2. Myslíte si, že jsou obyvatelé a návštěvníci Uherského Brodu při příjezdu do města dostatečně informováni o jeho historických památkách?

- a) určitě ano
- b) spíše ano
- c) spíše ne
- d) rozhodně ne

3. Jsou podle Vás významná historická a turistická místa ve městě (kostely, muzeum, klášter apod.) dostatečně označena směrovými cedulemi?

- a) určitě ano
- b) spíše ano
- c) spíše ne
- d) rozhodně ne

4. Mají návštěvníci města dostatek možností seznámit se s historií jednotlivých památkových objektů - kostel J. Husa, Nadační dům, Dominikánský kostel, Panský dům?

- a) určitě ano
- b) spíše ano
- c) spíše ne
- d) rozhodně ne

5. Je podle Vás v blízkosti historických objektů a turistických cílů dostatek míst k odpovídajícímu sezení?

- a) určitě ano
- b) spíše ano
- c) spíše ne
- d) rozhodně ne

6. Domníváte se, že má město dostatečně kvalitní propagační materiály?

- a) ano
- b) ne
- c) nevím