

Projekt zvýšení turistické atraktivity regionu Zlínsko

Bc. Kristýna Mazurová

Diplomová práce
2010



Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta managementu a ekonomiky

Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta managementu a ekonomiky
Ústav managementu a marketingu
akademický rok: 2009/2010

ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE (PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: Bc. Kristýna MAZUROVÁ
Studijní program: N 6208 Ekonomika a management
Studijní obor: Management a marketing
Téma práce: Projekt zvýšení turistické atraktivity regionu Zlínsko

Zásady pro vypracování:

Úvod

I. Teoretická část

- Proveďte literární rešerši využitelných poznatků pro zvýšení turistické atraktivity.

II. Praktická část

- Analyzujte současný stav turistické atraktivity regionu Zlínsko.
- Na základě analýzy navrhněte možné projekty vedoucí ke zvýšení turistické atraktivity regionu Zlínsko.
- Vypracujte návrh vybraného projektu zvýšení turistické atraktivity regionu Zlínsko.
- Vyhodnoňte přínosy a rizika spojená s realizací projektu.

Závěr

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

Seznam odborné literatury:

- [1] HLADKÁ, J. Technika cestovního ruchu. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 1997. 168 s. ISBN 80-716-476-2.
[2] HORNER, S., SWARBROOKE, J. Cestovní ruch, ubytování a stravování, využití volného času. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2003. 488 s. ISBN 80-247-0202-9.
[3] JANEČKOVÁ, L., VAŠTIKOVÁ, M. Marketing měst a obcí. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 1999. 184 s. ISBN 80-7169-750-8.
[4] PALÁTKOVÁ, M. Marketingová strategie destinace cestovního ruchu. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2006. 224 s. ISBN 80-247-1014-5.
[5] PETRŮ, Z. Základy ekonomiky cestovního ruchu. 1. vyd. Praha: IDEA SERVIS, konsorcium. 1999. 103 s. ISBN 80-85970-29-5.

Vedoucí diplomové práce: doc. Ing. Josef Kubík, CSc.
Ústav managementu a marketingu
Datum zadání diplomové práce: 29. března 2010
Termín odevzdání diplomové práce: 3. května 2010

Ve Zlíně dne 29. března 2010


doc. Dr. Ing. Drahomíra Pavelková
děkanka




Ing. Pavla Staňková, Ph.D.
ředitel ústavu

PROHLÁŠENÍ AUTORA DIPLOMOVÉ PRÁCE

Beru na vědomí, že

- odevzdáním diplomové/bakalářské práce souhlasím se zveřejněním své práce podle zákona č. 111/1998 Sb. o vysokých školách a o změně a doplnění dalších zákonů (zákon o vysokých školách), ve znění pozdějších právních předpisů, bez ohledu na výsledek obhajoby ¹⁾;
- beru na vědomí, že diplomová/bakalářská práce bude uložena v elektronické podobě v univerzitním informačním systému dostupná k nahlédnutí;
- na moji diplomovou/bakalářskou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, zejm. § 35 odst. 3 ²⁾;
- podle § 60 ³⁾ odst. 1 autorského zákona má UTB ve Zlíně právo na uzavření licenční smlouvy o užití školního díla v rozsahu § 12 odst. 4 autorského zákona;
- podle § 60 ³⁾ odst. 2 a 3 mohu užít své dílo – diplomovou/bakalářskou práci - nebo poskytnout licenci k jejímu využití jen s předchozím písemným souhlasem Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně, která je oprávněna v takovém případě ode mne požadovat přiměřený příspěvek na úhradu nákladů, které byly Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně na vytvoření díla vynaloženy (až do jejich skutečné výše);
- pokud bylo k vypracování diplomové/bakalářské práce využito softwaru poskytnutého Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně nebo jinými subjekty pouze ke studijním a výzkumným účelům (tj. k nekomerčnímu využití), nelze výsledky diplomové/bakalářské práce využít ke komerčním účelům.

Ve Zlíně19.4.2010

.....
Maruša

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

(1) Vysoká škola nejzákladněji zveřejňuje disertační, diplomové, bakalářské a rigorózní práce, u kterých proběhla obhajoba, včetně posudků oponentů a výsledku obhajoby prostřednictvím databáze kvalifikačních prací, kterou spravuje. Způsob zveřejnění stanoví vnitřní předpis vysoké školy.

(2) Disertační, diplomové, bakalářské a rigorózní práce odevzdané schválenou k obhajobě musí být již ujednény při pracovních dnech před konáním obhajoby zveřejněny k nahlédnutí veřejnosti v místě určení vnitřního předpisem vysoké školy nebo není-li tak určeno, v místě pracovního vysoké školy, ale se ní konat obhajobu práce. Každý si může ze zveřejněné práce pořizovat na své náklady výpisy, opisy nebo rozmnožování.

(3) Platí, že odevzdáním práce autor souhlasí se zveřejněním své práce podle tohoto zákona, bez ohledu na výsledek obhajoby.

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

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

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

(1) Škola nebo školské či vzdělávací zařízení mají za obvyklých podmínek právo na uzavření licenční smlouvy o užití školního díla (§ 35 odst.

3). Odpírá-li autor takového díla udělit svolení bez vázného důvodu, mohou se tyto osoby domáhat náhrady chybného projevu jeho vůle u soudu. Ústanovení § 35 odst. 3 zůstává nedotčeno.

(2) Nemá-li sjednáno jinak, může autor školního díla své dílo užití či poskytnout jinému licenci, není-li to v rozporu s oprávněnými zájmy školy nebo školského či vzdělávacího zařízení.

(3) Škola nebo školské či vzdělávací zařízení jsou oprávněny požadovat, aby jim autor školního díla z veřejnosti jin dotčeného v souvislosti s užitím díla či poskytnutím licence podle odstavce 2 přiměřeně přispěl na úhradu nákladů, které na vytvoření díla vynaložil, a to podle okolností až do jejich skutečné výše; přitom se přihlíží k výši veřejnosti dotčeného školou nebo školským či vzdělávacím zařízením z užití školního díla podle odstavce 1.

ABSTRAKT

Cílem mé diplomové práce je vytvoření projektu, který by zvýšil turistickou atraktivitu v regionu Zlínsko. Práce je rozdělena do tří částí. V teoretické části charakterizují základní pojmy související s cestovním ruchem. Dále se věnuji marketingu v cestovním ruchu, především pak marketingovému mixu a SWOT analýze.

V druhé části analyzuji současný stav regionu Zlínsko a zmíním jeho největší turistické atraktivity. Následuje provedení SWOT analýzy regionu.

V části poslední, projektové je na základě údajů zjištěných pomocí SWOT analýzy vybrán a zpracován jeden projekt, z několika navržených, který by měl vést ke zvýšení turistické atraktivity regionu Zlínsko.

Klíčová slova: Cestovní ruch, turista, region Zlínsko, marketing v cestovním ruchu, SWOT analýza, turistické atraktivity, projekt.

ABSTRACT

Objective of my dissertation is create project, which would increase tourist attractions region Zlínsko. The dissertation is divided into three parts. In the theoretical part characterize the basic concepts associated with tourism. Then we look at marketing in tourist trade, especially marketing mix and SWOT analysis.

In the second part analyzes the current state of the region Zlín and mention its greatest tourist attractions. Followed by the implementation of the SWOT analysis of the region.

In the last part, Project is based on data collected using the SWOT analysis of selected and prepared a project of several proposed, which should lead to increase in tourist attractions of region Zlin.

Keywords: tourist trade, tourist, region Zlin, marketing in tourist trade, SWOT analyse, tourist, attractions, project.

Ráda bych na tomto místě poděkovala své rodině za podporu při studiu. Dále děkuji panu doc. Ing. Josefu Kubíkovi, CSc. Za odborné vedení, jeho čas a připomínky při psaní této práce.

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

OBSAH

ÚVOD	11
I TEORETICKÁ ČÁST	13
1 VYMEZENÍ ZÁKLADNÍCH POJMŮ	14
1.1 CHARAKTERISTIKA CESTOVNÍHO RUCHU	14
1.2 VZNIK A ROZVOJ CESTOVNÍHO RUCHU	14
1.3 VÝZNAM CESTOVNÍHO RUCHU	15
1.4 SYSTÉM CESTOVNÍHO RUCHU	16
1.5 ÚČASTNÍCI CESTOVNÍHO RUCHU	18
1.6 TYPOLOGIE CESTOVNÍHO RUCHU DLE RŮZNÝCH KLASIFIKAČNÍCH HLEDISEK	18
2 MARKETING V CESTOVNÍM RUCHU	23
2.1 SPECIFIKA MARKETINGU V CESTOVNÍM RUCHU	23
2.2 MARKETINGOVÝ MIX.....	24
2.2.1 Product	25
2.2.2 Price.....	27
2.2.3 Promotion	28
2.2.4 Place	29
2.2.5 People	30
2.2.6 Package.....	31
2.2.7 Programming	31
2.2.8 Partnership.....	31
2.3 SWOT ANALÝZA.....	32
3 NÁVŠTĚVNICKÉ ATRAKTIVITY	34
4 SHRUTÍ POZNATKŮ Z TEORETICKÉ ČÁSTI	35
II PRAKTICKÁ ČÁST	36
5 ANALÝZA REGIONU ZLÍNSKO	37
5.1 VYMEZENÍ OBLASTI REGIONU	37
5.1.1 Zaměření svazku	38
5.2 ČLENOVÉ REGIONU	38
5.2.1 Březnice.....	38
5.2.2 Držková	39
5.2.3 Fryšták	39
5.2.4 Kašava	40
5.2.5 Lípa.....	40
5.2.6 Luhačovice	41
5.2.7 Lukov	42
5.2.8 Lukoveček	42
5.2.9 Slušovice	42
5.2.10 Tnava.....	43
5.2.11 Vizovice	43

5.2.12	Vlčková	44
5.2.13	Všemina.....	44
5.2.14	Zádveřice – Raková.....	45
5.2.15	Zlín	46
5.3	ZEMĚPISNÉ URČENÍ.....	47
5.4	OBYVATELSTVO	47
5.5	DOPRAVA	48
5.6	PRŮMYSL.....	49
5.7	ŠKOLSTVÍ	49
5.8	ZDRAVOTNICTVÍ.....	50
5.9	SOCIÁLNÍ SLUŽBY	50
6	TURISTICKÉ ATRAKTIVITY REGIONU	51
6.1	PŘÍRODNÍ PAMÁTKY	51
6.2	HRADY A ZÁMKY.....	55
6.3	CÍRKEVNÍ PAMÁTKY	56
6.4	LÁZNĚ, LÉČIVÉ PRAMENY	57
6.5	KULTURA	59
6.6	TRADICE.....	61
6.6.1	Tradiční svátky	61
6.7	HISTORIE	62
6.8	SPORTOVNÍ VYŽITÍ.....	62
6.9	OSTATNÍ.....	64
7	SWOT ANALÝZA	66
8	SHRnutí POZNATKŮ Z ANALYTICKÉ ČÁSTI	70
9	ZVÝŠENÍ TURISTICKÉ ATRAKTIVITY REGIONU ZLÍNSKO	71
9.1	ZÁKLADNÍ PROJEKTOVÁ ZAMĚŘENÍ	72
9.1.1	Projekt I. Školení pracovníků v cestovním ruchu	72
9.1.2	Projekt II. Kampaně k potlačení xenofobních nálad místního obyvatelstva.....	73
9.1.3	Projekt III. Tvorba produktových balíčků	73
9.1.4	Projekt IV. Projekt výstavby sportovně – relaxačního komplexu.....	76
10	PROJEKT VÝSTAVBY SPORTOVNĚ – RELAXAČNÍHO KOMPLEXU VE ZLÍNĚ	77
11	ANALÝZA RIZIK A PŘÍNOSŮ REALIZACE PROJEKTU	91
	ZÁVĚR	95
	SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY.....	97
	SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK	100
	SEZNAM OBRÁZKŮ	101

SEZNAM TABULEK.....	102
SEZNAM PŘÍLOH.....	103

ÚVOD

Cestovní ruch, jako významná oblast národního hospodářství je dnes neodmyslitelnou součástí moderní společnosti. Přestože jeho kořeny sahají do hluboké historie, největší rozkvět začal teprve v posledních desetiletích a to díky značnému technologickému vývoji. Díky tomuto intenzivnímu rozvoji se současně rozvíjí i služby, které do té doby nebyly žádané a obvyklé. Proto také bývá cestovní ruch často označován jako sféra, ve které vzniká nejvíce pracovních míst a příležitostí. Dynamický vývoj, narůstající význam a stále větší zájem lidí o cestování samozřejmě zvyšují i konkurenční boj v tomto odvětví. Díky těmto aspektům vzrůstá poptávka po kvalitnějších službách a také po rozvoji netradičních druhů trávení volného času.

V souvislosti s celosvětovou hospodářskou krizí samozřejmě došlo k určitým poklesům, ať už v počtu turistů, tak i v příjmech plynoucích z cestovního ruchu. K dalším negativním vlivům poškozujícím cestovní ruch patří podnikatelská selhání subjektů patřících do tohoto odvětví, jako například cestovních kanceláří, leteckých společností, majitelů restaurací a rekreačních zařízení, ale také nedostatečná podpora politiků a státních institucí. Vyhledávky pro odvětví cestovního ruchu na rok 2010 jsou ale povzbudivé, což vyplývá z průzkumu Eurobarometr, který byl věnován postojům Evropanů k turismu v roce 2010.

Je třeba věnovat pozornost rozdílům ve způsobech trávení volného času dnes a v minulosti. Zatímco dříve nabídka určovala poptávku, je tomu dnes přesně naopak. Lidé a jejich požadavky se s dobou mění a je důležité, aby i nabízené služby byly těmto změnám přizpůsobeny. K zásadním změnám patří například nahrazení dříve preferovaného masivního turismu individuálními aktivitami, či rostoucí obliba v trávení volného času aktivním způsobem a úpadek pasivity.

Cestovní ruch je třeba řídit. V České republice zastává tuto úlohu především Ministerstvo pro místní rozvoj České republiky. Důležitou roli v tomto odvětví hraje synergie, která umožňuje efektivní rozvíjení.

Česká republika, leží v „srdci Evropy“ a je svou různorodostí, krásou, historií a spoustou památek ideálním místem, předurčeným k tomu, stát se turisticky oblíbenou a vyhledávanou destinací. Je vhodná jak pro aktivní, poznávací, či městskou turistiku, tak pro pobyty v lázních, či v poslední době hodně oblíbené pobyty zaměřené na agroturistiku.

Přestože Česká republika nabízí neuvěřitelné množství míst a možností trávení volného času, turisté se zaměřují jen na malý zlomek z toho. Děje se tak především z důvodů upřednostňování lokalit ověřených a světově známých před lokalitami méně známými a spíše regionálně významnými. Dosvědčuje to i skutečnost, že velká část především zahraničních turistů je fixována na jedinou destinaci a tou je hlavní město Praha, výjimečně pak na památky, které se nacházejí na Seznamu světového kulturního dědictví UNESCO. Proto je třeba, se v rámci České republiky zaměřit na využití oblastí, které na první pohled nejsou pro turisty zrovna významných lákadlem, ale přesto skýtají určitý potenciál pro rozvoj cestovního ruchu.

Diplomová práce je zaměřena na zvýšení turistické atraktivity regionu Zlínsko, které se dříve řadilo k ekonomicky velmi silným regionům. Především pak za dob Tomáše Bati, kdy byl Zlín znám jako město průmyslu. Za poslední léta však tradiční výroba obuvi, letadel a pneumatik, čímž byl Zlín dříve vyhlášen, upadá. Důvodem je špatná dopravní obslužnost a stále častější přesouvání výrobních závodů do asijských zemí, kde je mnohem levnější pracovní síla. V současné době je region znám převážně díky pořádání tradičních akcí, jako je Barum Czech Rally Zlín, nejvýznamnější automobilová soutěž pořádaná na území ČR, či Mezinárodní filmový festival pro děti a mládež.

Diplomová práce je rozdělena do tří částí. V první části, teoretické, je na základě poznatků nastudovaných z dostupné literatury charakterizováno několik základních pojmů souvisejících s cestovním ruchem, dále jsou rozebrána specifika marketingu v cestovním ruchu, jeho marketingový mix a závěr teoretické části je věnován turistickým atraktivitám.

V druhé části analytické je charakterizován region Zlínsko a jsou zde představeny jeho významné turistické atraktivity. Po představení regionu následuje sestavení SWOT analýzy.

Na jejím základě, je ve třetí části, projektové, navrženo několik projektových opatření, které by mohly napomoci ke zvýšení turistické atraktivity regionu Zlínsko. Vzhledem k časovému aspektu, je pak vybrán jeden projekt z několika navržených, který je pak podrobněji rozpracován.

Cílem této diplomové práce je zpracování projektu, který by napomohl zvýšit turistickou atraktivitu v regionu Zlínsko.

I. TEORETICKÁ ČÁST

1 VYMEZENÍ ZÁKLADNÍCH POJMŮ

1.1 Charakteristika cestovního ruchu

Za cestovní ruch je označován pohyb lidí, do míst vzdálených od jejich bydliště a to za různými účely, nikoliv však z důvodu migrace, či výkonu normální denní práce. [8]

Dle **WTO (World Tourism Organization)** je cestovní ruch definován jako souhrn aktivit osob cestujících do místa mimo jejich obvyklé prostředí nebo pobývajících v těchto místech po dobu kratší než jeden souvislý rok za účelem trávení volného času, podnikání nebo jinými účely. V tomto případě je do cestovního ruchu zahrnut i souhrn procesů budování a provozování zařízení služeb pro účastníky cestovního ruchu, včetně aktivit osob, které tyto služby nabízejí a zajišťují, aktivit spojených s využíváním a ochranou zdrojů pro cestovní ruch a také souhrn politických a veřejně právních aktivit. Nelze opomenout také reakci místní komunity a ekosystémů na uvedené aktivity. [1]

Doc. Zelenka a Ing. Pásková autoři výkladového slovníku cestovního ruchu, který byl vydán s podporou Ministerstva pro místní rozvoj ČR, uvádějí termíny cestovní ruch a turismus jako alternativní termíny. V češtině je výraz turismus méně často používaným výrazem pro cestovní ruch. Ale je jistě zajímavou myšlenkou nahrazení pojmu cestovní ruch pojmem turismus. Vždyť obrátíme-li pozornost na světové jazyky, můžeme konstatovat, že většina cizích zemí tento výraz využívá. Např. v anglickém jazyce – tourism, v jazyce německém Tourism, v jazyce francouzském – tourisme, v italštině a španělštině turismo, nebo třeba v ruštině turism. [14]

1.2 Vznik a rozvoj cestovního ruchu

17. a 18. století – cesty šlechticů a tovaryšů za získáváním zkušeností, první zmínky o průvodcích, jednalo se o důvěryhodné místní obyvatele, nebo zcestovalé krajany. Usnadňovali cestujícím jejich cestování, poradili s ubytováním, stravováním, seznámili je s místními zvyky a tradicemi a když bylo potřeba, tak cestující na jejich cestách i chránili.

Druhá polovina 19 století – vzniká masová forma cestovního ruchu.

Po 2. světové válce – dochází k největšímu rozmachu cestovního ruchu.

Samotný vznik a další vývoj cestovního ruchu je spojován se dvěma lidskými potřebami, a to potřebou rekreace (odpočinku) a potřebou poznávání. Stalo se tak ale nejen v důsledku těchto potřeb, či v důsledku migrace obyvatel, ale na základě určitého stupně vývoje, zejména materiálních podmínek života společnosti.

Příčiny vzniku novodobého cestovního ruchu:

- potřeba obnovit spojení s přírodou s cílem reprodukovat pracovní sílu
- růst vzdělávání, potřeba poznání
- obnovování a navazování styku s lidmi

Aby mohlo docházet k rozvoji cestovního ruchu, je důležitý mír a příznivé mezinárodní klima. Samozřejmě, že je spousta dalších faktorů, které na rozvoj cestovního ruchu působí. Jedná se o následující skupiny faktorů – ekonomické, ekologické, demografické, odborně-profesní, materiálně technické, administrativní. [8], [16]

1.3 Význam cestovního ruchu

Cestovní ruch je ukazatelem životní úrovně obyvatelstva, zvyšuje ji, poskytuje ekonomické a sociální příležitosti. A to všem těm subjektům, které mají zájem jej využít ve svůj prospěch.

Cestovní ruch představuje rozsáhlý trh, který vyžaduje uspokojení různorodých potřeb, a tím vzbuzuje pozornost podnikatelů, veřejné i státní správy, i velmi dynamicky se rozvíjející segment ekonomiky. [5]

Společenské funkce cestovního ruchu:

- podílí se na všestranném rozvoji osobnosti
- umožňuje obnovu fyzických a duševních sil – rekreačně-zdravotní
- je nástrojem preventivně léčebného působení
- slouží k účelnému využití volného času
- pomáhá utvářet nový životní styl přenosem zvyků a návyků z jiných zemí nebo oblastí

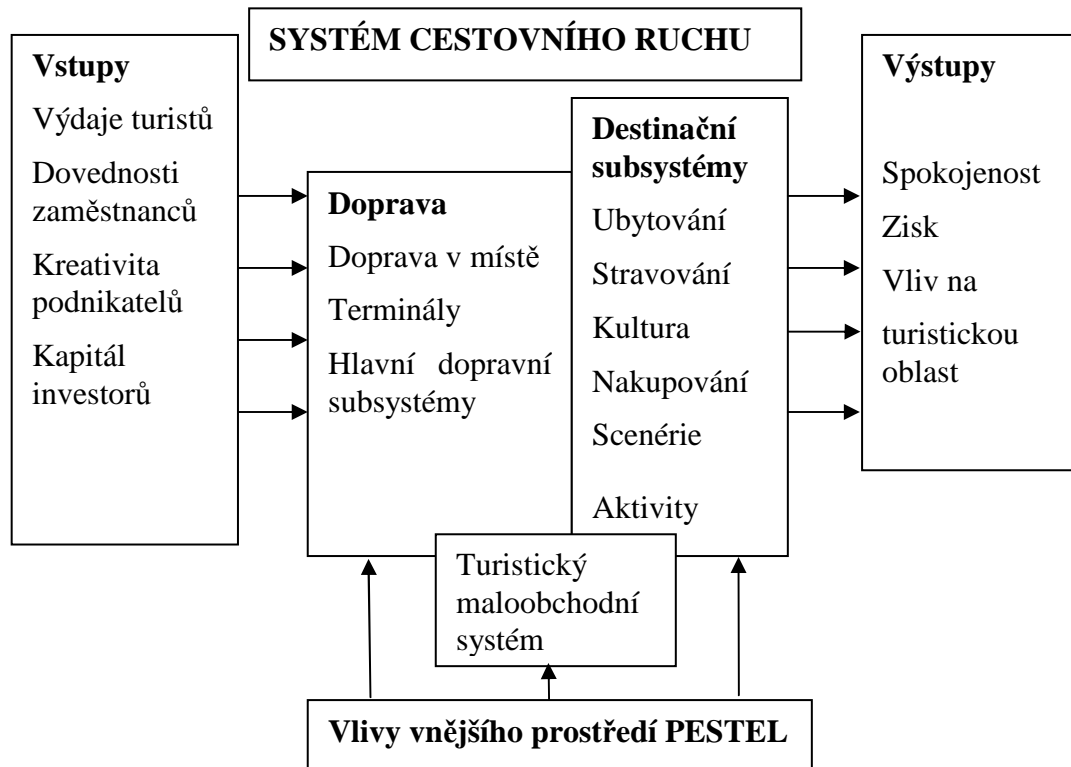
- slouží jako nástroj vzdělávání a kulturní výchovy člověka
- zahraniční cestovní ruch přispívá k vzájemnému poznání a porozumění mezi lidmi, motivuje k získávání jazykových znalostí
- vědecko-informační funkce – výměna informací, vědeckých poznatků (kongresová turistika)
- ekonomická funkce – vytváří řadu pracovních příležitostí, přináší devizové prostředky do státní pokladny. [5]

1.4 Systém cestovního ruchu

Pro organizace je důležitá marketingová orientace. Je důležité aby správně porozuměly svým potenciálním klientům. Organizace zajímá jak se jednotlivci rozhodují, jak tráví svůj volný čas, co za výhody vyhledávají, co jsou ochotni obětovat, vynaložit.

Cestovní ruch bývá často zkoumán s využitím systémové teorie jako formální vědy o struktuře, vazbách a chování nějakého systému. Systémem se pak rozumí různé prvky mající mezi sebou určité vztahy. Nebo prvky mezi nimiž lze nějaké vztahy vytvořit.

Na následujícím obrázku je zobrazen systém cestovního ruchu.



Obr. 1. Systém cestovního ruchu [8]

V souvislosti s cestovním ruchem se mluví o otevřeném a dynamickém systému, který je tvořen dvěma podsystémy.

Podsystémy cestovního ruchu:

- a) Objekt cestovního ruchu
 - rekreační prostor,
 - materiálně-technická základna

Objekt cestovního ruchu je nositelem nabídky.

- b) Subjekt cestovního ruchu
 - orgány a organizace zabývající se cestovním ruchem

- účastníci cestovního ruchu
- pracovníci v oblasti cestovního ruchu [5], [8]

1.5 Účastníci cestovního ruchu

Za účastníka cestovního ruchu jsou považovány osoby cestující na dobu delší než 24 hodin do jiné země, než je místo jejich trvalého pobytu. Důvodem může být vyřízení rodinných záležitostí, zlepšení zdravotního stavu či jen tak pro zábavu. Dále může být důvodem účast na různých akcích s vědeckým, administrativním, náboženským, či sportovním charakterem, ale také vyřizování různých záležitostí, včetně těch obchodních.

Světová organizace cestovního ruchu (WTO) rozlišuje pojem turista a výletník.

Turisté – jsou dočasní návštěvníci, kteří stráví v navštívené zemi alespoň jednu noc.

Výletníci – jsou dočasní návštěvníci, kteří se v navštěvované zemi zdrží pouze jeden den aniž by v této destinaci přenocovali.[16]

1.6 Typologie cestovního ruchu dle různých klasifikačních hledisek

Cestovní ruch je členěn z různých aspektů, většina autorů [4], [7], [8], se shodne na následujícím.

Základní členění

- Domácí cestovní ruch – takový, kdy účastníci nepřekračují hranice vlastní země.
- Zahraniční (výjezdový, příjezdový, tranzitní) cestovní ruch – zahrnuje příjezdy a výjezdy za hranice příslušného státu. Zahraniční cestovní ruch můžeme dále členit z pohledu platební bilance státu na:
 - aktivní zahraniční cestovní ruch (příjezdový cestovní ruch)
 - pasivní zahraniční cestovní ruch (výjezdový cestovní ruch)

Další aspekty členění cestovního ruchu:

Dle motivace účasti (cíle cesty)

- Rekreční – obyvateli nejvíce využívána oblast CR. Je spojen s různými aktivitami, nejedná se pouze o pasivní odpočinek.
- Kulturně poznávací – Jedná se o poznávání historie, kultury, tradic a zvyků daného národa. Např. návštěvy hradů, zámků, muzeí, galerií, divadelních představení, festivalů, slavností.
- Vzdělávací – Cestování za účelem něco se naučit, poznat. Např. jazykové pobyty, zájezdy do významných historických, kulturních míst s odborným programem a vedením, zájezdy zaměřené na sportovní disciplínu.
- Společenský – Zahrnuje společenské styky a komunikaci mezi lidmi. Např. návštěvy příbuzných, přátel, různých společenských akcí a událostí.
- Sportovní – Jedná se o pobyty se sportovní náplní. Např. horská turistika, cykloturistika, vodní turistika, pěší turistika, lovecká turistika. V praxi je zde zařazena i pasivní účast na různých sportovních akcích, musí jít však o sportovní akci mimo místo bydliště diváka.
- Náboženský – hlavním motivem je návštěva církevních památek, poutních a posvátných míst.
- Zdravotní a léčebný – má stále rostoucí význam a je zaměřen na prevenci, rehabilitaci, rekonvalescenci.
- Další motivy: svatba, oslava, výročí, dobrodružství, nákupy, politické systémy, aj.

Podle délky pobytu

- Krátkodobý – zpravidla do 3 přenocování
- Dlouhodobý – více jak 3 přenocování, ne však více jak 6 měsíců jedná-li se o v domácím CR, nebo ne více jak 1 rok v případě zahraničního CR.

Dle způsobu organizace

- Organizovaný – cestu i pobyt zajišťuje organizace, zejména cestovní kancelář, můžou to být ale např. i odbory.
- Neorganizovaný – vše potřebné si účastník cestovního ruchu zajišťuje sám. Služeb cestovní kanceláře využívá jen částečně, třeba k prodeji lodních lístků, výměně valut.

Dle počtu účastníků

- Individuální – účastník cestující sám nebo se svou rodinou.
- Skupinový – např. cestování formální skupiny - podniku, či jiné neformálně utvořené skupiny.

Dle věku účastníků

- Děti – organizované pobyty nebo cesty dětí do 15 let bez rodičů.
- Mládež – mladí ve věku přibližně mezi 15 a 24 rokem, cestující již bez svých rodičů, ale ještě ne se svými rodinami.
- Rodiny s dětmi
- Senioři – cestování důchodců, či osob tzv. třetího věku.
- V současnosti lze také hovořit o skupině lidí mezi 40 a 50 rokem, kteří mají již odrostlé děti, dostatek volného času, financí, dobrý fyzický stav, což jim umožňuje intenzivní cestování. Skupina lidí nazývaná „babyboomers“ je samostatným a významným segmentem.

Podle způsobu financování

- Komerční – neboli volný cestovní ruch, účastníci se o účasti svobodně rozhodují a hradí ji ze svých příjmů.

- Sociální – neboli vázaný cestovní ruch, kdy úhrada účastníka je plně hrazena nebo doplňována ze společenských fondů. Poskytnutí příspěvku je podmíněno splněním určitých podmínek. Tento druh cestovního ruchu je projevem určité sociální politiky společnosti.

Dle prostředí

- Město – spíše krátkodobý charakter. Hlavní motiv návštěva turisticky zajímavých měst, jejich památek a dalších atraktivit.
- Venkov – pobyt v příznivém prostředí venkova s nejrůznějšími formami pobytu. Specifická forma venkovského CR tzv. agroturistika, neboli pobyt na farmě, statku nebo jiné zemědělské usedlosti spojený s aktivní účastí na tomto způsobu života.
- Střediska (areály) cestovního ruchu – např. horská střediska, přímořská střediska.
- Lázně – spíše dlouhodobé pobyty spojené s léčením v lázeňských místech

Dle intenzity cestovních proudů

- Stálá
- Sezonní
- Mimosezonní

Podle způsobu ubytování

- Ubytovací zařízení (hotely, penziony, motely, botely aj.)
- Kempy
- Chaty a chalupy
- Ubytování v soukromí

Z hlediska dopravy

- Silniční individuální
- Autobusová
- Železniční
- Lodní
- Letecká
- Kombinovaná
- Vertikální
- Městská hromadná doprava

Z hlediska stravování

- Individuální
- Společné
- Intenzita: snídaně, polopenze, plná penze, all inclusive

2 MARKETING V CESTOVNÍM RUCHU

V různých literaturách najdeme pro marketing spoustu různých definic.

Uvedla bych následující jednoduchou a výstižnou definici.

Marketing je metoda jak dostat výrobek

- ke správnému zákazníkovi
- ve správném čase,
- za správnou cenu
- na správné místo
- za účinné podpory marketingových komunikačních nástrojů

Význam marketingu pro oblast cestovního ruchu je stále důležitější a jeho význam neustále roste. [15]

2.1 Specifika marketingu v cestovním ruchu

Kromě několika obecných charakteristik jako jsou např. nehmotný charakter služby, místní a časová vázanost služeb, pomíjivost služeb, nebo třeba vázanost služeb na poskytovatele, má marketing v cestovním ruchu své specifické charakteristiky, měnící se v závislosti na typu organizace.

Specifické charakteristiky:

- úzké vymezení marketingu
- nedostatečné ocenění marketingových dovedností
- rozdílná organizační struktura
- nedostatek údajů o výkonnosti konkurence
- vliv vládní regulace a deregulace
- omezení a příležitosti pro neziskové firmy

Zvláštnosti služeb cestovního ruchu:

- kratší expozitury služeb
- výraznější vliv psychiky a emocí při nákupu služeb v CR
- větší význam vnější stránky poskytování služeb CR
- větší důraz na kvalitu a image
- složité, proměnlivé distribuční cesty
- velká závislost na dodavatelských firmách
- možnost snadného kopírování služeb
- větší důraz na propagaci mimo hlavní sezonu. [16]

2.2 Marketingový mix

Marketingový mix je tvořen souhrnem činitelů, které spolu s určením cílových trhů vytvářejí marketingovou strategii firmy.

Marketingový mix obecně tvoří tzv. 4P, product, price, promotion, place.

Pro oblast cestovního ruchu je marketingový mix rozšířen o další 4P a to People – lidé, Package – kompletace zboží, Programming – vytváření programů, Partnership – spolupráce. [16]

Marketingový mix obce

Jedná se o taktické nástroje, které management obce využívá k přizpůsobování svého produktu, k odlišování se od produktů konkurence, k jeho ocenění, popřípadě zhodnocení, k přiblížení produktu k segmentům tvořícím jeho uživatele, k jeho propagaci. To ale není vše, tyto nástroje slouží i k rozhodování o tom, kteří lidé budou produkt realizovat, či o materiálním prostředí, kde by měly být jednotlivé prvky produktu nabízeny. A v neposlední řadě marketingový mix obce také pomáhá při výběru procesů, jejichž pomocí se produkt dostává k jednotlivým klientům, uživatelům a příjemcům.

Následující tabulku zobrazuje všech 8 P marketingového mixu pro produkt obce. [10]

Tab. 1. Marketingový mix pro produkt obce [10]

PRODUKT	CENA	MÍSTO	PODPORA PRODEJE
Rozsah, kvalita, úroveň, image, produkční řada, záruky, doplňkové služby	Úroveň, slevy, efektivnost nákladů, vnímání hodnoty služeb zákazníkem, diferenciacie	Umístění, přístupnost, způsob distribuce, flexibilita	Reklama, osobní prodej, propagace, publicita, public relations
MATERIÁLNÍ PROSTŘEDÍ	LIDÉ		PROCES
Prostředí: zařízení, barevnost, rozmístění, úroveň hluku, atmosféra. Hmotné podněty.	Zaměstnanci: vzdělání, výběr, přínosy, motivace, vystupování, mezilidské vztahy, postoje. Zákazníci: chování, kontakty mezi zákazníky		Politika, postupy, mechanizace, prostor pro rozhodování podřízených, spolupráce se zákazníky, usměrňování zákazníka, průběh aktivit.
PARTNERSTVÍ			
Obyvatelé, soukromý, neziskový i veřejný sektor.			

2.2.1 Product

Definicí produktu je spousta a žádná z nich není považována za univerzální. Obecně lze konstatovat, že produkt je cokoliv, co lze nabídnout trhu k prozkoumání, získání, užívání nebo ke spotřebě a co může uspokojit nějakou potřebu nebo požadavek. Mohou to být hmotné předměty, služby, osoby, místa, organizace a myšlenky.

Z pohledu marketingu je produkt souhrnem vlastností, včetně provedení, balení, jména, značky, designu, výhod, jež nabízí, a dalších rysů. Nejedná se tedy pouze o fyzické zboží.

[6]

Z pohledu města či obce je produktem myšleno vše, co město nabízí svým obyvatelům, návštěvníkům, podnikům a potenciálním investorům a co slouží k uspokojování jejich individuálních i kolektivních potřeb. [10]

Dalším důležitým pojmem je **regionální turistický produkt**, který je typický tím, že z něho profituje více než jeden podnikatel v daném regionu.

Co by měl splňovat dobře navržený produkt, především pak regionální turistický produkt:

- Zacílení na konkrétní zákaznické skupiny,
- Dostatečná atraktivita,
- Přístupnost,
- Uspokojení potřeb a požadavků turistů,
- Soulad se skutečnou nabídkou destinace
- Cena, kterou je zákazník ochoten akceptovat,
- Propagace a organizační podpora regionálních činitelů v cestovním ruchu. [17]

Většina autorů odborných knih o cestovním ruchu se shodne na třech úrovních produktu.:

- Jádru produktu – představuje to co si zákazník skutečně kupuje.
- Vlastní produkt (reálný produkt) – představuje soubor charakteristických vlastností, které zákazník od produktu vyžaduje. Značka, kvalita, styl, obal.
- Rozšířený produkt – představuje dodatečné služby a užité hodnoty, které zákazník získává s nákupem daného produktu. Záruční lhůty, garanční opravy, poradenství, leasing, splátky.

Každá organizace působící v cestovním ruchu má svůj vlastní produktový mix (výrobků – služeb), který tvoří její nabídku. Nabídka by měla vycházet z analýzy spotřebitelského chování, klasifikace zákazníků a jeho preferencí, analýzy konkurence, možností organizace atd.

Z hlediska poptávky musí produkt splňovat požadavky na atraktivnost, přístupnost, upoutat zákazníka. Dále pak musí mít produkt pro zákazníka určitou hodnotu, zákazníci totiž kupují užitek, nikoliv produkt. Proto je důležité si při tvorbě produktu uvědomit jaký klient je a co požaduje. [4], [8].

2.2.2 Price

Cena je významným prvkem při boji s konkurencí a ovlivňování trhu. Dále je důležitá pro organizaci, protože jí produkuje výnosy. Jedná se o hodnotu, kterou jsou zákazníci ochotni vynaložit výměnou za získání požadovaného produktu. Při stanovení ceny musí organizace dbát na to, aby ceny za výrobky, služby, byly tak vyvážené, aby je zákazníci byli ochotni zaplatit a aby sama organizace dosahovala zisku. Navíc charakter podnikání v cestovním ruchu vyžaduje stanovení cen s delším časovým předstihem a to z důvodu připravení a vydání průvodců, katalogů. O cenách je tedy rozhodováno již na začátku plánování strategie, řídí se dlouhodobou strategií firmy, umístováním produktu a hodnotou peněz v místě trhu. Pro organizace cestovního ruchu je stanovení ceny složitým strategickým úkolem. [8]

Hlavní cenové strategie v cestovním ruchu:

- Diferenciace cen podle segmentace klientely: podle místa, času, podle věkové struktury (diferencované ceny pro děti, studenty, důchodce...)
- Podle fáze životního cyklu produktu – Jiné ceny při zavádění produktu na trh a jiné při nasycení trhu.
- Psychologické ceny
- Jednotné ceny – Jsou stanoveny jednotně bez ohledu na čerpání služeb. Např. „all inclusive“, klubové ceny.

Při cenových strategiích je využíváno různých typů slev, např. mimosezonní, hromadné, stalým klientům, při včasných objednávkách atd.

Součástí cenové politiky v cestovním ruchu může být i tzv. demarketing. Ten funguje tak, že stanovíme vysoce nadsazenou cenu, s cílem omezit poptávku. Jedná se o snahu eliminovat vysoký zájem zákazníků, který může vést ke snížení kvality produktu. Děje se tak např.

v turisticky atraktivních destinacích v období vrcholné sezóny, nebo v chráněných rezervacích. [17]

2.2.3 Promotion

Promotion, nebo-li marketingová komunikace, to jsou prostředky, jimiž se firmy pokoušejí informovat spotřebitele, přesvědčovat je a připomínat jim produkty a značky, které prodávají.

Marketingová komunikace a jejich 5 M:

- **Mission** – poslání
- **Message** – sdělení
- **Media** – použití média
- **Money** – peníze
- **Measurement** – měření výsledků

Marketingový komunikační mix



Obr. 2. Tradiční marketingový komunikační mix [8]

Reklama – je placená forma neosobní masové komunikace, prezentace myšlenek, výrobků a služeb. Jejími hlavními prostředky jsou inzerce v tisku, televizní a rozhlasové spoty, billboardy, vitríny, reklamy na dopravních prostředcích, reklama v kinech, reklama na internetu, audiovizuální snímky...

Podpora prodeje – usiluje o zvýšení obratu krátkodobými stimuly a za využití různých nástrojů (snížení ceny, zvýšení přitažlivosti zboží). Orientuje se na zákazníky (slevy, zvýhodněné balíčky, kupóny a vzorky zasílané poštou, či vkládané do časopisů, věrnostní programy, ochutnávky...), na zprostředkovatele a vlastní prodejce (vzorky, cenové slevy, zboží zdarma, finanční podpora-např. příspěvek na reklamu, dárkové předměty, soutěže). Do podpory prodeje spadají také veletrhy a výstavy.

Vztahy s veřejností – V public relations (dále už jen PR) se jedná o řízení vztahů podniku k veřejnosti. Veřejnost je množina skupin, které mohou mít na činnost firmy určitý vliv. Posláním PR je informovat veřejnost o všech zásadních činnostech, změnách a cílech organizace. PR ale také vnáší do organizace informace o reakcích veřejnosti na její činnost. K hlavním nástrojům PR patří tiskové zprávy, redakční články, rozhovory, stanoviska, placená inzerce, tiskové konference, mediální partnerství. K ostatním PR nástrojům patří také sponzoring, lobbying, výroční zprávy, firemní časopisy, osobní komunikace se zaměstnanci, webové stránky.

Osobní prodej – Jedná se o osobní kontakt prodejce se zákazníkem s cílem úspěšného uzavření obchodu. K nástrojům osobního prodeje patří prezentace při prodeji, prodejní setkání, stimulační programy.

Přímý marketing – Jedná se o marketingovou strategii, která uvádí firmu do přímého kontaktu se zákazníky. Přímý marketing je založen na budování stálého vztahu se zákazníky prostřednictvím různých komunikačních cest. Nástroje, které přímý marketing používá jsou zásilky, katalogy, neadresovaná reklama „ode dveří ke dveřím“, využívání databází, telemarketing, teleshopping, teletext, e-marketing, sms, reklama v tisku s kupony aj. [8]

2.2.4 Place

Zatímco výrobky jsou dodávány k zákazníkovi, služby cestovního ruchu lze obvykle realizovat pouze v místě jejich produkce.

Distribuce v cestovním ruchu může fungovat buď přímo k zákazníkovi, nebo přes zvláštní skupinu zprostředkovatelů cestovního ruchu.

Zprostředkovatelé služeb cestovního ruchu:

- Maloobchodní – prodej konečným spotřebitelům (cestovní kanceláře)
 - Velkoobchodní – nákup a prodej služeb ve velkém – touroperátoři
 - Organizátoři zájezdů za odměnu – prodej zájezdů za provizi (cestovní agentury)
 - Sdružení manažerů cestovního ruchu a cestovních kanceláří – zastupování na veletrzích, výstavách.
 - Organizátoři konferencí a kongresů – zajistí veškerou organizaci s akcí související (rozpočet, místo, rezervace účastníků, společensko-zábavní program, stravování.)
- [4]

K rozšíření distribučních kanálů dochází s rozmachem internetu. Nabídka se tak dostává přímo do domácností, či na pracoviště potenciálního klienta. Výhodou je rychlá komunikace přes e-mail, přístup k hromadě informací, možnosti rezervace, nebo on-line prodeje.

Rezervační distribuční marketingový systém je dnes v oblasti cestovního ruchu také nepostradatelnou součástí. Může zkrátit dobu distribuce z několika hodin u klasických způsobů, až na několik minut.

Nabídka centrálních rezervačních systémů nabízí především služby letecké přepravy, ubytovací služby, pronájem auta, některé systémy nabízejí i kulturní služby či lístky na trajekty. [17]

2.2.5 People

Lidé jsou zvláště důležitou složkou marketingového mixu cestovního ruchu. Turismus je odvětví postavené na osobním poskytování služeb, na kontaktu lidí s lidmi, kdy úroveň poskytnuté „osobní“ služby ovlivňuje celkové hodnocení kvality klientem. Pokud se správně staráme o své zaměstnance, ti se pak správně postarají o naše klienty, což zajistí kvalitu poskytované služby.

Nejedná se jen o zaměstnance a účastníky cestovního ruchu, ale také o místní obyvatelstvo. S lidmi je třeba pracovat a vysvětlit jim, jak klady, tak zápory spojené s rozvojem cestovního ruchu v jejich okolí.

2.2.6 Package

Balíčky nemají fyzickou podobu. Jedná se o několik služeb formovaných do výhodné a pro zákazníka přitažlivé nabídky. Při tvorbě balíků služeb je zohledňováno individuální přání zákazníka, specifických zákaznických segmentů a je způsobem jak mohou firmy zmírňovat výkyvy v nabídce a poptávce po určitých službách. Příkladem balíku služeb jsou motivační zájezdy, rodinná dovolená, zájezdy pro seniory, okružní jízdy, nebo také lodní zájezdy. Většina balíčků obsahuje program, ale ne vždy se programování váže na tvorbu paketů.

2.2.7 Programming

Tento nástroj marketingového mixu navazuje úzce na tvorbu balíku služeb. jedná se o určité rozšíření produktu ve smyslu propojení a kombinace řady služeb s orientací na potřeby klientů a při využití specializovaných činností, programů nebo událostí, které zvyšují objem prodeje. Zahrnuje postupy, úkoly, časové rozvrhy, mechanismy, činnosti a rutiny, pomocí nichž je služba zákazníkovi poskytována. Programování je vynikající marketingovou příležitostí k podpoře prodeje destinace, která zároveň klientovi poskytuje nové zážitky a rozšiřuje služby o nové nápady.

2.2.8 Partnership

Charakter produktu cestovního ruchu nutí provozovatele zařízení cestovního ruchu stále více spolupracovat. Bez vzájemné spolupráce organizací by některé typy produktů nemohly být ani realizovány (např. tvorba zájezdů, služby hotelových rezortů).

Rozlišujeme dva typy spolupráce:

Horizontální typ spolupráce – jedná se o spolupráce ve stejné úrovni logistického pohybu produktů v určité oblasti (např. kooperace poskytovatele ubytovacího zařízení a poskytovatele sportovních služeb).

Vertikální typ spolupráce – jedná se o logistický pohyb produktů na principu dodavatel – odběratel. Příkladem je franchising a typ této spolupráce je rozšířen v cestovním ruchu v oblasti ubytovacích služeb, rychlého stravování atd. [4], [13]

2.3 SWOT analýza

SWOT analýza obsahuje analýzu silných stránek, slabých stránek, příležitostí a hrozeb. Při její tvorbě se doporučuje začít analýzou příležitostí a hrozeb, které přicházejí z vnějšího prostředí.

Po té následuje analýza silných a slabých stránek týkající se vnitřního prostředí. Ty lze určit pomocí vnitropodnikových analýz a hodnotících systémů. [9]

Analýza silných a slabých stránek je určitým porovnáváním ukazatelů zařazení sledovaného území či organizace do širšího kontextu. Analýza příležitostí a hrozeb analyzuje trendy ovlivňující obec i organizace v ní působící zvenčí, na makroúrovni, jako např. vytváření nových stupňů samosprávných celků či vytváření mezinárodních regionů, či nejrůznější nové technologické postupy, využívání nových surovinových zdrojů, technické inovace, změny přírodního prostředí, klimatu, demografické trendy, změny životního stylu apod. [2]

Tab. 2. SWOT analýza [8]

<p style="text-align: center;">Silné stránky (strengths)</p> <p>Zde jsou zaznamenávány skutečnosti, přinášející výhodu jak zákazníkům, tak firmě. Za silnou stránku jsou považovány ty interní faktory firmy (zdroje, schopnosti, dovednosti aj.), které vytvářejí její silnou pozici na trhu. Lze je využít pro určení konkurenční výhody.</p>	<p style="text-align: center;">Slabé stránky (weaknesses)</p> <p>Zde jsou zaznamenány ty věci, které firma nedělá dobře, nebo ty, ve kterých jsou ostatní lepší.</p>
<p style="text-align: center;">Příležitosti (opportunities)</p> <p>Zde jsou zaznamenány skutečnosti, které mohou zvýšit poptávku nebo mohou lépe uspokojit zákazníky a přinést firmě úspěch.</p>	<p style="text-align: center;">Hrozby (threats)</p> <p>Zde jsou zaznamenány skutečnosti, trendy a události, které mohou snížit poptávku nebo zapříčinit nespokojenost zákazníků.</p>

Cílem SWOT analýzy je identifikování do jaké míry jsou současné strategie, firmy (organizace, regionu) a její specifická silná a slabá místa relevantní a schopná se vyrovnat se změnami, které nastávají v prostředí. [9]

3 NÁVŠTĚVNICKÉ ATRAKTIVITY

Při marketingu návštěvnických atraktivit je nutností dávat pozor. Laicky řečeno nejde vždy o totéž. Existují totiž čtyři různé typy atraktivit. Navíc také záleží na tom, kým jsou atraktivity vlastněny a řízeny. Jedná se zde o naprosto odlišné tři druhy organizací, které mají odlišné motivy a taky cíle své činnosti, a to veřejný sektor, soukromý sektor a neziskový sektor.

Čtyři hlavní typy atraktivit:

- Přírodní prvky krajiny – pláže, jeskyně, lesy, řeky.
- Člověkem vytvořené artefakty, které původně nesloužily jako návštěvnické atraktivity, ale v dnešní době alespoň zčásti slouží jako návštěvnická atraktivita – hrady, zámky, katedrály.
- Člověkem vytvořené artefakty vytvořené speciálně pro to, aby sloužily jako návštěvnické atraktivity – zábavní parky
- Speciální události a festivaly, nemají fyzický ani trvalý charakter, ale v té dané době, kdy se konají přitáhnou návštěvníky do určitých lokalit, které by jinak nenavštívili.

Trh atraktivit

Trh atraktivit skýtá spoustu zajímavostí.

Například vzdálenosti, které lidé překonají za účelem návštěvy nějaké atraktivity jsou mnohdy až neuvěřitelné. Vede je k tomu jejich silná motivace danou atraktivitu navštívit. Tato motivace je také velmi různorodá. Jednoho návštěvníka motivuje touha po adrenalinu, jiného zase touha po poznání a vzdělávání.

Co se frekvence návštěv atraktivit týká, je velmi různorodá. Zatímco někdo danou atraktivitu navštěvuje pravidelně, jiný málokdy jsou i tací, kteří ji nenavštíví vůbec. Existují i návštěvníci zaměřující se pouze na atraktivity jednoho typu.

Segmenty vznikající při segmentaci atraktivit, jsou např. vzdělávací skupiny, autobusové zájezdy, rodiny atd. [9]

4 SHRUTÍ POZNATKŮ Z TEORETICKÉ ČÁSTI

Teoretická část byla na základě nastudovaných poznatků z dostupné odborné literatury k tématu diplomové práce rozdělena do tří oblastí.

V části první byly charakterizovány základní pojmy související s cestovním ruchem.

Druhá oblast je věnována marketingu v cestovním ruchu, jeho specifických charakteristikám a zvláštnostem služeb v cestovním ruchu. Dále je podrobněji rozebírán marketingový mix a jeho 8 P. Závěr druhé části je věnován SWOT analýze.

Část třetí zaměřená na návštěvnické atraktivity seznamuje s trhem atraktivit, objasňuje druhy jednotlivých atraktivit a naznačuje jejich rozdíly.

II. PRAKTICKÁ ČÁST

5 ANALÝZA REGIONU ZLÍNSKO

Zlínsko zaujme jistě svou rozmanitostí. Na straně jedné je spjato s velkým průmyslovým městem, na straně druhé okouzlují malebností místní zalesněné krajiny. Každý si zde najde své ať už holduje vyjížděním na koni, cykloturistice, či dává přednost turistice pěší. Sportovně založení návštěvníci mohou využít golfového hřiště, plaveckého bazénu, lanového centra, zahrát si tenis, squash, badminton, zúčastnit velmi oblíbených automobilových závodů, i milovníci zimních sportů si zde přijdou na své.



zde přijdou na své.

5.1 Vymezení oblasti regionu

Diplomová práce je zaměřena na Region Zlínsko, jako na dobrovolný svazek obcí, který vznikl za účelem podpoření společné prosperity regionu. Tento svazek obcí má v současné době 15 členů.

Členové regionu: Březnice, Držková, Fryšták, Kašava, Lípa, Luhačovice, Lukov, Lukoveček, Slušovice, Trnava, Vizovice, Vlčková, Všemina, Zádveřice-Raková a Zlín.



Obr. 3. mapa – členové regionu Zlínsko [23]

5.1.1 Zaměření svazku

Svazek je zaměřen na vzájemnou koordinaci aktivit, tvorbu doporučení a námětů pro hospodářský, sociální a kulturní rozvoj regionu ve vztahu k cestovnímu ruchu. Při založení svazku bylo zdůrazňováno, že se jedná o specifické historické a kulturní oblasti s přírodními i sociálními podmínkami a tradicemi. Názory a zájmy prosazované členy svazku by měly odpovídat novým trendům ale zároveň zachovávat tradici regionu. Důležitá je trvalá prosperita a zvyšující se atraktivnost regionu jako celku.

Filozofie regionu spočívá hlavně ve spolupráci, nekonkurování si, společné prezentaci a propagaci tohoto území. [23]

5.2 Členové regionu

Nyní následuje vyjmenování jednotlivých členů regionu, popis, kde se daná vesnice, či město nachází, krátký pohled do historie a zmínka některých významných osobností, které se zde buď narodily, nebo zde nějaký čas působily.

5.2.1 Březnice

Obec Březnice ležící v nadmořské výšce 294 metrů se nachází 6 km jižně od Zlína. Její název byl odvozen od názvu potoka, který údolím protéká.

Nejstarší dochovanou zmínkou o obci, je zápis v Zemských deskách práva olomouckého, který uvádí, že moravský markrabě Jošt Lucemburský prodal městečko a tvrz Zlín s dalšími vesnicemi, mimo jiné i Březnici, Zdeňkovi ze Štenberka. Další osudy obce jsou shodné s historií zlínského panství. [12]

Významné osobnosti Březnice:

Josef Hanaček (1829 – 1882) – rodák, filolog, profesor brněnské univerzity

Theodor Kohn (1845 – 1915) – olomoucký arcibiskup (úvodní pasáž jeho paměti *Lebensdenkwürdigkeiten*, se vztahuje právě k obci Březnice)

Josef Mnohoslav Kadlčík (1856 – 1924) – zemský a říšský poslanec, poslanec Národního shromáždění, místopředseda senátu. Publikoval povídky v časopise *Hlas*.

Marie Vořechová (1889 – 1974) – malířka

Věra Galatíková (1938 – 2007) – divadelní a filmová herečka

5.2.2 Držková

Obec se nachází v údolí Hostýnských vrchů, asi 20 km od Zlína. Její název byl odvozen od jména Držislav.

První zmínka o Držkové v Zemských deskách kraje olomouckého je z roku 1391. V té době existovala ještě Horní a Dolní Držková, v roce 1466 pak Horní Držková zanikla. Současný název Držková se objevuje v roce 1924, předchází mu názvy Drchtkowa, Drštková nebo taky Dršťková. [12]

Významné osobnosti Držkové:

Františka Minaříková – Jančíková (1897-1947) – rodačka z Kostelce - Štípy, působila v Držkové, učitelka, její sběratelská činnost zachycuje údaje z dějin, zeměpisných poměrů, geologie, botaniky, fauny, klimatu i sociální a kulturní poměry.

5.2.3 Fryšták

Město nacházející se na okraji Hostýnských vrchů asi 8 km severně od Zlína, směrem na Holešov. Původní názvy Na hrádku, na Purku, na Baště, na Valech, vypovídají o tom, že v dobách nejstarších bylo městečko zřejmě ohraničeno hradební zdí. Traduje se, že jedna brána stála u Hrubé hospody a druhá u Mašlanového.

První písemná zmínka o městečku je z roku 1356 a to ve spojitosti s Mikulášem Lucem z Fryštáku. Vzhledem k archeologickým nálezům, sahajícím až do doby neolitické se lze domnívat, že měl Fryšták bohatou historii daleko před rokem 1356. [12]

Významné osobnosti Fryštáku:

Josef Schwach (1782-1831) – zakladatel špitálu

Jaroslav Kvapil (1812-1958) – hudební skladatel, profesor brněnské konzervatoře.

Ludvík Jadrníček – profesor kreslení na reálném gymnáziu v Brně, autor návrhu dřevěného kostela na národopisné výstavě v Praze roku 1895.

Vladimír Fischer – (1870-1947) – profesor na české technice v Brně, autor radnice v Ostravě a Tišnově, Augustinského domu v Luhačovicích, řad škol a kostelů.

Břetislav Bakala (1897-1958) – hudební skladatel, dirigent

Karel Pekárek (1911-1966) – národopisce, autor Starozlínských pověstí

Karel Absolón (1877-1961) – paleontolog, profesor UK, průvodce Moravského zemského muzea.

František Fryšák (1874-1939) - spisovatel

5.2.4 Kašava

Obec jejíž patronkou je sv. Kateřina, se nachází 17 km od Zlína, na soutoku řeky Dřevnice s Vlčkovským potokem. Současný tvar názvu obce se objevuje v letech 1846 a 1872 a jeho původ je nejasný.

První zmínky o Kašavě jsou z roku 1440, dále pak v Zemských deskách kraje Olomouckého z roku 1548 a v Děkanské matrice holešovské z roku 1718 a 1751. [12]

5.2.5 Lípa

Samostatná katastrální a politická obec o rozloze 825 ha, nacházející se 8,2 km od Zlína. Leží na soutoku Dřevnice vizovické a slušovické. Název obce vypovídá o založení vsi u lípy, kolem lípy, či v lipí.

První písemná zmínka o Lípě roku 1261, v souvislosti s zakládací listinou kláštera vizovického. Jako klášterní majetek se uvádí také v listině papežské kurie z roku 1361 a figuruje v písemných pramenech i v dalších letech při převodech vizovického panství jako jeho součást. [12]

Významné osobnosti Lípy:

Emil Scholaster (1871 – 1942) – mlynář a starosta věnující se vlastivědě. Napsal historii stavby dráhy Otrokovice – Zlín – Vizovice. Podílel se na vydávání vlastivědného časopisu

Podřevnicko. Zpracoval historicko-topografický popis lesního a půdního majetku lipských singularistů.

Jaroslav Žíla – zakladatel a redaktor časopisu Podřevnicko. A jeho otec František Žíla, který se zde sice nenarodil (rodák z Vlachovic), ale působil zde více jak 30 let, jako učitel, výborný ovocář a veřejný činitel.

5.2.6 Luhačovice

Luhačovice leží 12 km severovýchodně od Uherského Brodu. Lázeňské město. Původně se jednalo o ves, od roku 1936 jde o město. Lázně známe již od roku 1658. První zmínky z roku 1412 – Luhaczowicze, nynější název Luhačovice patrně odvozen od Luhačovic zaniklých na Ždánicku. Název vznikl přidáním přípony –ovice k osobnímu jménu Luhač, což znamená ves lidí Luhačových.

První zmínky o Luhačovicích z roku 1412, kdy byly poddanskou vesnicí patřící k velkému světlovskému panství. Rok 1950 zlom a naprosté odtržení Luhačovic od novosvětlovského panství. [12]

Významné osobnosti Luhačovic a návštěvníci Luhačovických lázní:

František Brzobohatý – rodák, jeden ze zakladatelů českého těsnopisu

Žili zde malíři Fr. Pečínka a Oto Ottmar, spousta dalších malířů a grafiků Lázně a okolí zachytilo ve svých dílech, např. O. Blažíček, F. Hlavica, B. Jaroněk, A. Slavíček, F. Duša a další.

Lidové písně v Luhačovicích a okolí sbírali Fr. Sušil a J. Černík.

Hudební skladatelé O. Ostrčil, J. Suk, J. Kvapil, O. Nedbal.

Významní návštěvníci Luhačovických lázní:

Leoš Janáček – hudební skladatel, pravidelný návštěvník v letech 1903 – 1928, dále pak Alois a Vilém Mrštíkovi, Svetozár Hurban Vajanský, Pavol Országh Hviezdoslav, Alois Jirásek, Jozef Gregor-Tajovský, Ignát Herrman, Martin Kukučín, Jiří Mahen, Ivan Krasko, F. X. Šalda, Petr Bezruč, Otakar Březina, Viktor Dyk

5.2.7 Lukov

Lukov se rozprostírá pod stejnojmenným hradem, s nímž úzce souvisí i historie obce. První zmínka o hradu pochází z roku 1332. Lukov leží asi 10 km severovýchodně od Zlína, protéká jím Lukovský potok, na jehož hlavní větvi se nachází dva „bělovodské“ rybníky. [12]

Významné osobnosti Lukova:

Rudolf Matouš (1908 – 1988) – učitel a kronikář

František Pavlíček (1923 - 2004) – dramatik a scénárista

5.2.8 Lukoveček

Od roku 2001 se jedná o samostatnou obec, dříve součástí Fryštáku. Nacházející se v údolí na úpatí Hostýnských vrchů, asi 10 km severně od Zlína. Název obce Lukoveček je zdvořilinou Lukova.

První zmínka o vsi je z roku 1480. Do roku 1849 patřil Lukoveček k lukovskému panství. Od roku 1976 pak spadal stejně jako Horní ves, Dolní ves a Vítová pod město Fryšták. [12]

5.2.9 Slušovice

Městečko rozprostírající se v údolí asi 5 km severozápadně od Vizovic. Název obce vznikl přidáním přípony ke jménu Sluš, které vzniklo krácením osobního jména Posluch. Významově lze přiřadit ke sluch od poslouchat, slyšet.

První zmínka o Slušovicích se objevuje v Zemských deskách kraje olomouckého roku 1321. [12]

Významné osobnosti Slušovic:

Zikmund Skyba – novinář, básník a spisovatel, který zde prožil své dětství

Miroslav J. Sousedík – narodil se zde, učil ve Zlíně, psal pohádkové hry pro děti, scénky a verše. Ve 30. letech začal psát prózu. Jeho romány jsou většinou z Valašska, z prostředí pasekářů, dřevařů a pastevců. Jeho román Paprádná nenaříká, byl zfilmován pod názvem Děvčica z Beskyd.

5.2.10 Trnava

Obec ležící na rozhraní Hostýnských a Vizovických Vrchů, kterou protéká potok Trnávka, se nachází v klikatém údolí, 8,5 km severovýchodně od Vizovic. Název obce vznikl přidáním přípony –ava k základu trn, což znamená trnité místo nebo říčku tekoucí trním.

První zmínka o Trnavě v historických pramenech roku 1368, kdy ji Aleš z Komárova prodal Jarouškovi z Vícemílic.

Až do roku 1906 byla Trnava součástí Slušovic. [12]

Významné osobnosti Trnavy:

Slavomír Kratochvíl (1889-1914) – stal se první obětí protirakouského odboje. Jeho smrt ovlivnila např. T. G. Masaryka pro jeho definitivní protirakouské rozhodnutí.

5.2.11 Vizovice

Město rozkládající se v široké kotlině obklopené kopci na soutoku potoků Lutoninky a Říky. Nad městem ležícím 15,1 km východně od Zlína se vypíná Janova Hora. Název ze základu slova viz, tzn. Ves lidí Vizových a přidáním přípony ovice. Definitivní podobě dnešního názvu předcházela velký jazykový boj. V důsledku rozdílného výkladu původu města totiž vznikly dvě pravopisné podoby – Vizovice a Vyzovice.

První zmínky roku 1261 v zakládací listině vizovického kláštera Smilheim, to ještě v podobě „in Byzowitz“. Následují tvary jako in Wizowitz, Wyzowiez, městečko Vyzovice, v Wizowiczach, Vyzovice a roku 1924 pak dnešní název Vizovice. [12]

Významné osobnosti Vizovic:

Miroslav Holas – básník, spisovatel, kritik, redaktor. Jeho román Smutek těla r. 1929 se vztahuje právě k Vizovicím.

Vladimír Rýpar – publicista

Bratři Hábové – Alois jako hudební skladatel a Karel hudební kritik a spisovatel.

Antonín Kratochvíl – učitel a ředitel měšťanské školy ve Vizovicích. Psal také básně, humoresky a pedagogické stati. Využíval pseudonymu Jaroslav Bodrý a Filip Kavka.

Klementina Pilátová – Ptáčková – autorka knih pro děti, prožila ve Vizovicích mládí.

Eduard Peck – sběratel lidových pohádek a vlastivědný pracovník, působil ve Vizovicích jako učitel v letech 1876 – 1888.

Jaroslav Žíla – Lipjan – redaktor, básník, spisovatel, vydavatel vlastivědného časopisu Podřevnicko.

PHM. Josef Čižmář – lékárník, vlastivědný pracovník a spisovatel, sběratel lidové slovesnosti a autor knih o Vizovicích.

Jaroslav Čižmář – legionářský spisovatel

Magdalena Komenská – první manželka Jana Amose Komenského.

5.2.12 Vlčková

Obec nacházející se 12 km severovýchodně od Zlína v jihozápadní části Hostýnských vrchů. Název obce spjat s pověstí o statečném panoši, který se postavil smečce hladových vlků a zachránil tak syna svého pána.

První písemná zmínka o vsi je z roku 1373 v podobě Wilczkow.

5.2.13 Všemina

Obec obklopena rozlehlými lesy, ležící v údolí, kterým protéká potok Všeminka, je vzdálená asi 6,5 km severně od Vizovic. Název vznikl postupným krácením jména Všemysl, Všemír na Všema a k tomuto osobnímu jménu byla přidána přípona – ina.

První zmínka o obci roku 1373 v zemských deskách kraje olomouckého, kde se píše o osadě - o Zemině. V současném gramatickém tvaru Všemina prvně roku 1872, 1881 a 1924.

[12]

Významné osobnosti Všeminy:

Martin Aloisů (1879-1943) – rodák ze Všeminy, akademický sochař a malíř, profesor kreslení a sochařství v Litovli. Jeho práce se nacházejí především v sakrálních budovách, např. kostel sv. Jana Nepomuckého ve Všemíně je vyzdoben jeho stropními malbami a pozoruhodnou křížovou cestou řezanou ze dřeva.

Klement Urban (1880-1973) – rodák ze Všeminy, doktor filozofie, přední metodik v zeměpisu, velké jazykové znalosti. Za jeho vědeckou a pedagogickou práci dostal mnohá ocenění.

Čala František Antonín (1907-1984) – rodák ze Všeminy, doktor teologie, hudební teoretik, pedagog, spisovatel. Studoval v Římě, Belgii. Autorem náboženské, sociologické a filozofické literatury.

5.2.14 Zádveřice – Raková

Obec Zádveřice-Raková vznikla sloučením dvou obcí, Zádveřic a Rakové, v roce 1960.

Zádveřice

Obec rozprostírající se v údolí potoka Lutoninky pouhé 4 km západně od Vizovic.

Název obce vznikl pravděpodobně od osobního jména Zádveří, tj. ves lidí Zádveřových. Existuje ale spousta dalších výkladů, jako např. Zádveřice jsou ves lidí sídlících za dveřmi. Symbolizuje to přechod přes Vizovské vrchy do otevřené doliny kolem Dřevnice a tuto teorii potvrzuje i skutečnost, že v obci bývala brána.

V písemných pramenech jsou Zádveřice zmiňovány v nejrůznějších podobách, ze 14. století je to Zadwasicz, následuje hromada dalších podobných a roku 1924 pak již dnešní podoba – Zádveřice.

První zmínka o Zádveřích pochází z roku 1261, kdy Smil ze Střílek daroval nově založenému klášteru Smilheim ve Vizovicích svůj díl Zádveřic. Stejně tak učinil i majitel druhé části Vilém z Hustopečí. [26]

Raková

Obec Raková se nachází v údolí asi 3 km na sever od Zádveřic. Název obce byl odvozen od jejího zakladatele - Rak. Vesnice byla pojmenována Rakova ves. Postupem času se slovo ves vytrácelo, začínalo se používat pouze přivlastňovací jméno Rakova. První tvar byl Rakowau, později Rakowa a od roku 1881 se používal tvar Raková.

Přestože Raková náležela ve svých počátcích k majetku kláštera Smilheimu ve Vizovicích stejně jako Zádveřice, první zmínky o Rakové jsou až z roku 1549, zakládací listina kláštera z roku 1261 Rakovou ještě nezmiňuje. [26]

Významné osobnosti Zádveřice - Raková:

Josef Kalda – pseudonym Ozef Kalda, nenarodil se tu, ale prožil zde u svých příbuzných část dětství, o čemž vypovídá jeho kniha „Ogaři“, která se stala námětem pro stejnojmennou operu Jaroslava Křičky. O kraji vypovídá i kniha „Jalovinky“

Zikmund Skyba – spisovatel, rodák z Hvozdné, navštěvoval zejména Zádveřické paseky, dílo o obci a Josefu Kaldovi – „Co Ozef Kalda nenapsal“.

Marie Rafajová – Zádveřice byly rodištěm jejího otce, své pocity a dojmy z obce zachytila v některých svých básních i v próze „Na pasekách“.

5.2.15 Zlín

Správní, kulturní a hospodářské centrum rozprostírající se v údolí řeky Dřevnice.

Jméno města Zlína se objevuje v archivních zápisech v několika podobách např. in Slyn opido, de Zlina, in Slina, municionem Zlyn cum oppido, na tvrzi a městečku Zlynu, 1512 tych zlynskych lidí, ve Zlinie, v statek zljnskej a roku 1924 dnešní podoba Zlín.

V lidovém pojetí název odvozen od zlých událostí, které údajně město v dávných dobách postihly. Mohl by být ale také odvozen od jílovité půdy – slínu, který se v tomto místě hojně nachází. V pojetí moderního výkladu je název vysvětlován spojením osobního jména Zla s přivlastňující příponou – ín.

První písemná zmínka o existenci Zlína je z roku 1322 a to v souvislosti prodeje statků Fricka a Viléma z Berberka z rodu vladyků z Hustopečí královně Elišce Rejče.

Významné osobnosti Zlína:

Hynek Vojáček (1825-1916) – hudební skladatel, pedagog, sběratel valašských lidových písní

Bratři Bohumír (1866-1933) a Alois (1870-1944) Jarošovi – zakladatelé Valašského muzea v přírodě v Rožnově pod Radhoštěm. Alois byl malířem a keramikem, Bohumír malířem, grafikem a ilustrátorem.

Tomáš Baťa (1876-1932) – podnikatel, měl pro Zlín velký význam

Karel Stloukal (1877-1957) – historik, profesor na Karlově univerzitě v Praze, členem Královské české společnosti nauk, členem České akademie věd a umění, členem Polské akademie věd.

F. L. Gahura (1891-1958) – architekt a sochař, autor radnice, Masarykovy školy, Památníku Tomáše Bati aj., spoluzakladatel zlínského urbanismu.

Vincenc Makovský (1900 - 1966) – významný osobnost působící ve Zlíně, zakladatel zlínského průmyslového designu [12]

5.3 Zeměpisné určení

Obce regionu Zlínsko se nacházejí ve velmi rozmanité krajině. Na severu regionu Zlínsko se rozprostírá Hostýnská vrchovina. Jedná se o pohoří s mírně zvlňnými hřebeny, patří k velmi oblíbeným rekreačním oblastem. Z větší části pak tuto oblast vyplňují Vizovické vrchy. Vizovická vrchovina však směrem na západ ztrácí svou členitost a u Zlína jde již o málo výraznou pahorkatinu, přecházející do roviny. Vrchol Vizovických vrchů Komonec, nacházející se ve výšce 672 metrů nabízí krásný výhled. Při jasném počasí lze zahlédnout Hostýnské Vrchy, či blízké Bílé Karpaty, chráněnou krajinou oblast, ve které leží lázeňské město a člen regionu Zlínsko, Luhačovice. Regionu dominuje řeka Dřevnice, která pramení na jihu Hostýnských vrchů a je jedním z největších přítoků řeky Moravy.

Rybníky v regionu: Zboženské, Lukov, Vlčkovský,

Vodní nádrže regionu: Vodní nádrž Fryšták slouží jako zásobárna pitné vody. Zrovna tak vodní nádrž Slušovice je zásobárnou pitné vody a proto neslouží k rekreačním účelům. Vodní nádrž v Luhačovicích, byla původně postavena aby zabránila povodňovým situacím, dnes slouží k rekreačním účelům, umožňuje rybolov i koupání. Zrovna tak vodní nádrž Všemina slouží ke koupání a rybolovu.

5.4 Obyvatelstvo

Následující tabulku ukazuje populační vývoj jednotlivých obcí regionu v letech 2004 – 2008.

Tab. 3. Populační vývoj obcí v letech 2004 – 2008. [vlastní zpracování]

	2004	2005	2006	2007	2008
Zlín	78599	78285	78122	78066	77 803
Vizovice	4495	4514	4521	4548	4 636
Lípa	661	679	691	712	715
Zádveřice-Raková	1307	1324	1330	1349	1 347
Lukov	1723	1738	1761	1748	1 749
Fryšták	3516	3501	3552	3593	3 656
Lukoveček	416	425	425	422	423
Vičková	374	376	377	383	380
Luhačovice	5500	5442	5400	5399	5 368
Držková	331	343	352	362	356
Trnava	1124	1125	1134	1131	1 150
Kašava	893	903	912	908	916
Březnice	1157	1174	1175	1187	1 200
Všemina	1074	1088	1093	1096	1 118
Slušovice	2922	2948	2951	2959	2 973
CELKEM	104092	103865	103796	103863	103 790

Tabulka populačního vývoje v čele se Zlínem, který můžeme považovat za centrum regionu vykazuje následující. Zlín s největším počtem obyvatel, jako jediný vykazuje klesající tendenci počtu obyvatel rok co rok. Zda-li tomu tak bude i v následujících letech se můžeme jen domnívat a nezbyvá tedy než doufat, že se klesající tendence zastaví. Zaměříme-li se na další obce tabulky populačního vývoje, dostaneme se k závěru, že až na nepatrné výjimky, se téměř ve všech obcích s téměř každým rokem počet obyvatel zvyšuje. I když toto zvýšení není nijak závratně vysoké, jistě je pozitivní.

5.5 Doprava

Dopravní situace na Zlínsku je nedostatečná až kritická. Zlínu chybí napojení na komunikace vyššího typu. Významné by mohlo být pro Zlínsko napojení na rychlostní silnici R 49, která by měla vést od Fryštáku přes Vizovice až ke státní hranici se Slovenskem. Výstavba komunikace se ale nesmírně protahuje a má také řadu svých odpůrců.

Železniční páteří je trať Otrokovice – Zlín střed – Vizovice. Původní plánovaná elektrifikace a přestavba z jednokolejové trati na dvoukolejku měla spoustu příznivců i odpůrců. Na jedné straně navýšení intenzity spojů a zvýšení kapacity přepravovaných osob, vymizení nutnosti přestupů, či čekání na lokomotivu a na straně druhé nespokojení obyvatelé Zlínských částí a obcí, kterými železnice prochází a zasáhla by tak negativně jejich životy. V současnosti je tedy plánováno jednokolejnou trať zachovat a zmodernizovat. Ke snížení

intervalu průjezdu by došlo díky vybudování dvou nových výhyben, jejichž prostřednictvím by se vyhnuly dva protijedoucí vlaky.

Městskou hromadnou dopravu zajišťuje trolejbusy a autobusy Dopravní společnost Zlín – Otrokovice s.r.o. Plánek tras MHD v příloze PI.

Součástí integrovaného dopravního systému, který je propojen s městskou hromadnou dopravou je i část železniční trati mezi Zlínem a Otrokovicemi.

Hlavním spojení mezi jednotlivými obcemi regionu zajišťuje doprava autobusová.

5.6 Průmysl

Z hlediska průmyslu navazuje Zlínsko na existenci dříve klíčových strojírenských výrobních podniků. Značný význam zpracovatelského průmyslu, především gumárenství (výroba pneumatik). Dále pak stojí za zmínku průmysl dřevozpracujících, kožedělný a potravinářství (Luhačovice – nealko nápoje, Vizovice – destiláty). Za zmínku také jistě stojí sklářství, kterému se věnuje soukromá sklářská huť ve Vizovicích. Co se výroby obuvi týká ta má ve Zlíně významnou tradici, tehdejší Baťovy závody byly nejmodernějšími továrnami na výrobu bot v Evropě, ale v současnosti obuvnictví ve Zlíně již upadá.

Podniky v současnosti nedisponují dostatečnou výkonností a chybí jim potřebná úroveň modernizace. Mnohé podniky se drží a nezanikají jen díky vstupu zahraničních investorů.

Lidé v regionu se věnují zejména obchodní činnosti, stavebnictví, zpracovatelskému průmyslu, pohostinství či opravám motorových vozidel. Značně významné je také lázeňství v Luhačovicích.

5.7 Školství

Co se týká školství v městech regionu je situace následující. Ve Fryštáku a zrovna tak ve Slušovicích se nachází jedna mateřská škola a jedna základní škola, střední škola ve městech není. Ve Vizovicích mají jednu mateřskou školu, jednu základní a dvě střední školy. V Luhačovicích se nachází také jen jedna mateřská škola, ale za to dvě školy základní a dvě školy střední. Ve Zlíně pak nalezneme 28 mateřských škol, 15 škol základních a stejný počet škol středních. Tento stav je aktuální k 31. 12. 2008 a informace jsou čerpány z Českého statistického úřadu.

5.8 Zdravotnictví

V regionu se nacházejí celkem tři nemocnice. Nemocnici milosrdných bratří nacházející se ve Vizovicích a pak ve Zlíně Baťova krajská nemocnice a Nemocnice Atlas.

Ordinací praktických lékařů pro dospělé má Zlín okolo 47, Vizovice, Luhačovice a Slušovice pak shodně po dvou ordinacích a Fryšták disponuje dvěma ordinacemi. Ordinací praktických lékařů pro děti je pak ve Zlíně 17, ve Vizovicích, Luhačovicích a Slušovicích po dvou a ve Fryštáku jedna ordinace dětského lékaře Tento stav je aktuální k 31. 12. 2008 a informace jsou čerpány z Českého statistického úřadu..

5.9 Sociální služby

Domovy pro seniory se nacházejí ve Zlíně – na Burešově, v Malenovicích, Jižních Svazích. Další domovy důchodců jsou ve Fryštáku, Lukově, Luhačovicích a Vizovicích.

Domovů s pečovatelskou službou se nachází spousta ve Zlíně, další pak nalezneme ve Vizovicích a Luhačovicích.

Domov pro osoby se zdravotním postižením se nachází ve Fryštáku. Hrádek, jak se tento domov jmenuje poskytuje svým klientům celodenní stravování a typy služeb podle cíle stanoveného smlouvou. Každý klient má svého kontaktního pracovníka, se kterým dle individuálních plánů pracuje. Dále je zde zajištěna ošetrovatelská péče, je zde stanoven hygienický dozor, probíhají zde rehabilitace, relaxace a volnočasové aktivity.

6 TURISTICKÉ ATRAKTIVITY REGIONU

Region má spoustu zajímavých atraktivit, které stojí za to vidět. V následující části se na ty nejvýznamnější zaměřím a stručnou charakteristikou je představím.

6.1 Přírodní památky

Následující přírodní památky, (dále jen PP) se nacházejí v přírodním parku Hostýnské Vrchy.

Bezedník

Tuto PP tvoří rybník se stejným názvem a jeho bezprostřední okolí. Součástí památky je i krátký úsek potoka nad i pod rybníkem, včetně smíšeného lesního porostu. Nachází se na jižním úpatí Hostýnských vrchů, 1 km severozápadně od obce Lukov.

Botanika – olše lepkavá, olše šedá, devětsil bílý, prvosenka vyšší, mokryš střídavolistý, blatouch bahenní, bažanka vytrvalá, habr obecný, buk lesní, dub letní, jasan ztepilý, smrk ztepilý, javor klen, borovice lesní, dub zimní.

Najdeme zde také různé druhy obojživelníků jako je – mlok skvrnitý, čolek obecný či horský, kuňka žlutobřichá, ropucha obecná a zelená, rosnička zelená, skokan hnědý, ostronosý, nebo štíhlý.

Čertova skála

Tento pískovcový skalní útvar se nachází nad obcí Lukov směrem na západ od sochy sv. Jana Nepomuckého. K tomuto místu se váže pověst o čertu, který uzavřel dohodu s hradním pánem o postavění věže na hradě Lukov. Jelikož čert nestihl dohodu do svítání splnit, lekl se zakokrhání kohouta, následovalo upuštění posledního kamene a vznik této PP.

Krátky

Jedná se o pískovcové a slepencové skalní útvary zasazené do kouzelného smíšeného lesního porostu na jižním úbočí Hostýnských vrchů asi 1 km severovýchodně od obce Lukov. Pískovce i valouny a balvany jsou tvořeny převážně zrny křemene a živce. Největší útvar Králek má při dolním okraji délku asi 38 m a výšku 10 m. Na horní ploše se nachází několik vedle sebe vytesaných sedaček, ke kterým se váže pověst, že zde zasedalo tzv. valašské lovcí právo. K vidění je zde také drobná rozsedlinová jeskyně.

Lesní porost je tvořen zejména smrkem ztepilým, borovicí lesní, bukem lesním, dubem zimním, habrem obecným, jedlým a břízou bělokorou, lípou velkolistou, či modřínem opadavým. Z vegetace kromě běžných mechů, lišejníků, kaprad'orostů stojí za zmínku jistě devětsil bílý, který zde kvete brzy zjara.

Vela

Jedná se o jeden z posledních zbytků původních lesních porostů typu přirozených bučin v jižní části Hostýnských vrchů. Bukový lesní porost na ploše 8,3 ha rozprostírající se na vrcholu a jižním svahu vrchu Vela asi 2 km severozápadně od Lukova. Stáří stromů, které se zde nacházejí, se pohybuje v rozmezí 130 až 200 let. Jinak je tato oblast z botanického hlediska velmi chudá. Z fauny bych jmenovala z řad motýlů martináčka bukového, z ptactva jestřába lesního, káně lesní, krkavce velkého, datla černého, strakapouda velkého, holub doupňáka, čížka lesního, lejka malého, sýkorku uhelníček, šoupálka dlouhoprstého, poštolku obecnou, či vzácného jeřábka lesního.

Naučná stezka Lukov

Stezka vybudována roku 1992 Českým svazem ochránců přírody Zlín, vhodná pro pěší, je zaměřena na přírodní zajímavosti v okolí Lukova.

Začátek stezky je u hájenky „Růžová“, kde je také její konec, jedná se o okruh. Návštěvníci si mohou vybrat, zda absolvují okruh malý o délce 5 km, či okruh velký 9 km. Stezka je značená a informační tabule doplňují fotografie a mapy.

Zastávky na naučné stezce Lukov: Niva Lukovského potoka, rybník Bezední, Rověnka (starý dub u lesní školky), trasa umělých hnízdišť, chráněný přírodní výtvar Velá, studánka Rybárka, chráněný přírodní výtvar Ondřejovsko, chráněný přírodní výtvar Bzová.

Holíková rezervace

Nachází se v exponovaném kamenitém svahu asi 1 km severně od obce Držková v povodí Dřevnice. Jde o zbytek původního karpatského lesa. Předmětem ochrany je zachování původní synusie dřevin a podrostu v uvedených typech porostů na magurském flyši Hostýnských vrchů. Rezervace je také hnízdištěm a útočištěm různých druhů ptactva a ostatních živočichů. Z ohrožených druhů např. jestřáb lesní, holub hřivnáč, rehek zahradní nebo strakapoud velký. Co se lesnictví týká je zde zastoupena kapradinová jasanová javořina,

jedlová bučina a skeletová jedlová bučina na exponovaném skalnatém hřbetu. Tento smíšený porost s převahou buku je tvořen dvěma etážemi, věk první etáže je 130 let.

Solisko

PP v katastrálním území obce Držková. Jedná se o jedlo-bukový porost v centrální části Hostýnských vrchů. Předmětem ochrany je ukázka původní a dříve rozsáhlé karpatské jedlo-bučiny. Vždyť stáří zdejšího porostu se pohybuje kolem 150 let. Zdejší porost vznikl přirozenou obnovou, je zdravý a dobře vzrostlý. Je ponechán samovolnému vývoji bez odstraňování padlých kmenů a vývrátů. Na rozpadávající se kmeny je vázána fauna bezobratlých, především hmyzu, z entomofauny významný výskyt střevlíkovitých, z motýlů martináček bukový či batolec duhový. Z ptactva se zde vyskytuje např. datel černý, či ořešník kropenatý, také holub hřivnáč, křivka obecná a kos horský. Ze savců pak liška obecná, daňek a srnec evropský, rejsek horský a v posledních letech byl zaznamenán vysoký výskyt prasete divokého.

Skály

PP nacházející se asi 0,5 km severně od obce Držková. Jedná se o pískovcové skalní útvary ve smíšeném lesním porostu v jihovýchodní části Hostýnských vrchů. Nachází se zde např. smrk ztepilý, borovice lesní či buk lesní. Co se fauny týká, nebyl zde doposud proveden podrobný zoologický průzkum. Předmětem ochrany této přírodní památky jsou skalní útvary tvořené pískovci a slepenci soluňského souvrství magurského flyše.

Jalovcová louka

Tato PP se nachází mimo vyznačené trasy, asi 0,5 km od Trnavy na jihovýchodním svahu vrchu Skalky.

Chrání zbytek původní pastvinné vegetace s bohatým výskytem jalovce obecného. Flora tvořena teplomilnějšími druhy, jako šalvěj přeslenitá, či různé druhy jetelů. Z významnější flóry bych zmínila vemeník dvoulistý a prvosenku jarní. Fauna v této oblasti není nijak zajímavá, teplomilný hmyz, vřetenušky a zelenáčci, či konopka obecná ráda hnízdí v jalovcích.

Bzová

Tato PP se nachází 2,5 km od obce Vlčková a za PP byla vyhlášena roku 1991. Zahrnuje lesní porost ve vrcholových partiích Hostýnských vrchů. Les tvořený silnou bukovou kmeninou, je starý 160 let, v menší míře se zde vyskytuje javor klen a na jižním svahu jilm.

Ondřejovsko

PP představující zachovalé lesní porosty ve vrcholových partiích zalesněného skalnatého hřbetu Ondřejovsko. Nachází se nedaleko PP Bzová, asi 3 km severozápadně od obce Vlčková. Převážnou část porostu tvoří buk lesní, dále javor klen, v menší míře jilm horský drsný, dub zimní habr obecný jeřáb ptačí a vrbu jívu. Při troše štěstí, zde lze najít některé druhy chráněných rostlin, jako lilii zlatohlávek, měsíčníci vytrvalou či sněženku podsněžník. Ondřejovsko se stalo útočištěm řady druhů ptactva – ořešník kropenatý, datel černý, včelojed lesní, krkavec velký a vyskytuje se zde také řada druhů stěvlíků.

Následující PP se nacházejí v přírodním parku Vizovické Vrchy.

Naučná stezka Vizovické prameny

Na sedmi zastaveních podává historické a přírodovědné zajímavosti Vizovic a okolí. Stezku o celkové délce 14 km je možné absolvovat jak pěšky tak na kole.

Rozhledna na kopci Doubrava

Jedná se o 55 metrů vysoký stožár společnosti T-Mobile, který slouží zároveň i jako rozhledna. Lesní družstvo Malinova stráň, na jehož pozemku stožár stojí, si vyžádalo, aby součástí stožáru byl ochoz určený k výhledu. Podařilo se a od 17. července roku 2004 je možno, se po zdolání 177 schodů dostat až do výšky 33,5 metru a kochat se výhledem, který jistě stojí za to. Přístup na rozhlednu omezen otevíracími hodinami.

Pod Drdolem

Úzký pás louky a lesa v délce 125 metrů nacházející se ve Vizovické vrchovině, vyhlášený přírodní památkou z důvodu výskytu zvláště chráněných a ohrožených druhů rostlin, např. vstavače bledého.

Následující PP se nacházejí v přírodním parku Želechovice paseky

Lipské paseky

Krásnou přírodu Lipských pasek, nacházející se asi 1 km jižně nad obcí Lípa, si lze vychutnat jak na kole, z koňského sedla, tak při procházce.

Nachází se zde **Ranč na Vyhlídce**, který nabízí projížďky na koních po okolí i výuku jízdy na koni.

6.2 Hradý a zámky

Hrad Lukov

Jedna z nejstarších zřícenin moravských hradů. Nachází se v prostředí krásného bukového lesu a pískovcových skal.

+ Naučná stezka Hrad Lukov

Jedná se o 10 zastavení na 1 km dlouhé stezce, vedené uvnitř areálu hradu, které přibližují historii a stavební vývoj hradu Lukov.

Hrad Malenovice

Jedná se původně o gotický hrad ze 2. poloviny 14. století. Po několika rekonstrukcích spíše renesanční dílo zámeckého typu a ještě později došlo na úpravu barokní. Od roku 1952 ve vlastnictví krajského muzea, dnes Muzeum jihovýchodní Moravy Zlín. Část hradu přístupná veřejnosti, včetně hradní věže. Během sezóny se zde konají různé akce: koncerty, divadelní představení, či vystoupení historického šermu. [11]

Zámek Lešná

Jedná se o secesní zámek z konce 19. století, který byl postaven dle návrhů vídeňského architekta Johanna Micka. Lešenský park, ve kterém se zámek nachází dotváří pohádkovou krásu zámku a dendrologicky patří k nejcennějším zámeckým parkům celé Moravy.

Zámek Luhačovice

Barokní zámek z druhé poloviny 18. století. V současné době je využíván pro potřeby školství a volnočasové aktivity dětí.

Zámek Vizovice

Jedná se o pozdně barokní zámek postavený do tvaru písmene U. Bohaté zámecké interiéry jsou zařízeny ve stylu baroka, rokoka, empíru a biedermeieru. Součástí zámeckého areálu je anglický park s rybníkem a francouzskou zahradou.

Zámek Zlín

Čtyřkřídlý zámek s vnitřním nádvořím se nachází v centru Zlína uprostřed parku, který patří také k chráněným památkám. V zámku sídlí Muzeum jihovýchodní Moravy a Krajská galerie výtvarného umění. Stálými expozicemi jsou např. Pamětní síň Františka Bartoše, nebo expozice S inženýry Havelkou a Zikmundem pěti světadílů. Dále se zde nachází Zámecká restaurace a vinárna.

6.3 Církevní památky

Kostel svatého Filipa a Jakuba ve Zlíně

Kostel pravděpodobně z 15. století se nachází v centru Zlína. Několikrát byl přestavován. Nynější podoba kostela pochází z 2. poloviny 19. století.

Kostel Panny Marie Pomocnice křesťanů

Kostel navrhnutý architektem Janem Kovářem, nacházející se na městském sídlišti Jižní Svahy, byl roku 2003 vysvěcen olomouckým arcibiskupem Graubnerem. Areál zahrnuje kostel, zázemí farnosti, ubytování pro členy salesiánské komunity, klubovny, učebny, společenský sál a hřiště patřící ke středisku mládeže. Kostel má tři zvony a každý z nich má své jméno - Don Bosko, sv. Vojtěch a sv. Ludmila.

Evangelický kostel ve Zlíně

Pro kostel, dle návrhů architekta Vladimíra Karfíka, je charakteristická jednoduchost a funkcionalita. Jedná se o dvě jednoduché hranolovité stavby na ulici Štefánikově, s dominující štíhlou věží zvonice. [11]

Poutní chrám Narození Panny Marie ve Štípa

Stavba barokního poutního kostela a klášter nacházející se ve Zlíně, místní části Štípa. Interiér, který zůstal autenticky zachován je zcela ojedinělý a tvoří umělecky hodnotný celek. Soška Panny Marie Štípské, nacházející se na hlavním oltáři pochází ze začátku 14. století.

Kostel sv. Bartoloměje

Kostel s pozdně gotickým jádrem se nachází v Březnici a je jedním z nejstarších na Moravě a jistě právem je i chráněnou památkou. První zmínky o kostelu již v roce 1437.

Kostel sv. Mikuláše

Kostel se nachází ve Fryštáku, jeho gotické základy pocházejí ze 14. století, nynější barokní podoba je ze století 18., 19. V podzemí tohoto kostela se nachází krypta, kde byli pohřbíváni bývalí páni z hradu Lukova. Traduje se, že z krypty vede podzemní tunel až na Lukovský hrad. Před kostelem se nachází kříž z roku 1763. V blízkosti kostela pak stojí fara, farní dvůr a v sousedství Dům Ignáce Ztuchlého, který je salesiánským střediskem.

Farní kostel Narození sv. Jana Křtitele

Kostel nacházející se na náměstí ve Slušovicích s uměřenou a čistou architekturou konce 18. století. Kříž u kostela je kamenickou prací z roku 1817.

6.4 Lázně, léčivé prameny

Luhačovické minerální prameny – Prostor luhačovických lázní nabízí celkem 18 významných minerálních pramenů. Jedná se o prameny s venkovní úpravou, přístupné široké veřejnosti jako jsou: Aloiska, Ottovka, Vincentka, pramen Dr. Šťastného a pramen Svatého Josefa. Dále jde o prameny využívající se k uhličitém koupelím, z vrtů Nová Janovka, Nová Čítárna, Elektra a Nový Jubilejní. Další prameny slouží jako pozorovací zdroje, nebo nejsou v současnosti využívány.

Lázně Luhačovice – jsou největšími moravskými lázněmi s dlouhou tradicí. Jsou zde léčeny nemoci dýchacího ústrojí (astma, alergické onemocnění dýchacích cest, chronická bronchitida), nemoci trávicího ústrojí (poruchy trávení, pooperační stavy jícnu, žaludku a žlučníku), nemoci z poruch látkové výměny (cukrovka, otylost), poruchy pohybového aparátu (bolestivé onemocnění šlach, svalů, revmatismus).

Luhačovice – kolonáda - 130 metrů dlouhá a 13 metrů široká kolonáda, která byla postavena roku 1947 dle návrhů O. Pořízka. Právě zde se nachází nejznámější pramen minerální vody Vincentky.

Zlín – Lázně Kostelec - První zmínka o léčivých pramenech je již z roku 1742 v místní kronice. Prameny nacházející se na půdě Jana Zbořila, si pronajala Lukovská vrchnost. Panu Zbořilovi odpustila jednodenní robotu a po té co došlo vídeňskými lékaři k potvrzení léčivosti sirovodíkové vody, staví budovu a jednoduché zařízení pro koupele – základ k pozdějším sirným lázním. Na přelomu 19. a 20. století dosahují lázně rozkvětu a jsou přebudovány na moderní léčebné středisko. Během 2. světové války byla hlavní budova zničena. Činnost lázní obnovila společnost Zlínsat, která roku 1995 dostala souhlas k provozování lázeňské péče. Léčí se zde problémy pohybového ústrojí, jako jsou revmatické choroby, ischias a kožní choroby jako ekzémy či lupénka.

Zlín Kostelec – V kapli – studna o hloubce 5m, umístěná ve zděné kapli, se nachází na levém břehu Štípského potoka, na úpatí lesnatého svahu, jižně od budovy lázní.

Zlín Kostelec – Pod vilami – studna o hloubce 4m, u místní komunikace, 150 m západně od hotelu Lázně. Byl zde roku 1996 vyhotoven nový vrt z něhož se odebírá sirovodíková voda pro potřeby lázní.

Zlín Kostelec – U tanečního kola – studna o hloubce 5,5 m poblíž lázeňské budovy. V současné době se z ní nečerpá. Sloužila jako retenční nádrž pro vodu ze studny v kapli.

Zlín Kostelec – Naproti ordinaci – studna vyzděná kamenem o hloubce 6 m se nachází u lázeňské budovy. Dříve používaná jako akumulární nádrž pro studnu Pod vilami.

Zlín Kostelec – Pod Babou – pramen nacházející se na levém břehu potoka v údolí, asi 200 m jižně od rekreačního objektu. Původní zdroj sirovodíkové vody zanikl.

Zlín Malenovice – Sirné lázně – Provoz lázní ukončen roku 1952. Na tomto místě byla umístěna studna, která byla roku 1997 vyčerpána a vyčištěna a následně opatřena ručním stojanovým čerpadlem s odkapávací mísou.

Zlín Malenovice – U rybníka – pramen nacházející se v údolí potoka Baláš. Po záplavách roku 1997 zanesen bahnem, následně opatřen poklopem a roku 1980 vkusně upraven, umístěn přístřešek a lavičky podél potoka.

Zlín Prštné – Slanice – studna v údolí Slanického potoka založena roku 1952. Podzemní voda pramene silně mineralizovaná, hydrogenuhličitano-chloridová sodná se zvýšeným obsahem Lithia a aniontů fluoridů a jodidů. V letech 1995 – 1997 vysoká stálost chemizmu.

Zlín Prštné – Slanice pramen 2 – Voda z pramene silně mineralizovaná hydrogenuhličitano-chloridová sodná se zvýšeným obsahem fluoridů a jodidů. Zmínka o pramenu již z roku 1944. Poslední úprava roku 2008 osazení nové skruže s kovovým poklopem.

Držková – Tři vývěry sirovodíkové vody nacházející se v korytě potoka.

Lípa – vývěr nacházející se na levém břehu Lipského potoka je přímo vázán na hladinu potoka, tudíž je obtížné jej najít.

Vizovice – Mojžíšovy lázně – Nacházely se v areálu dnešního Vizovického šenku. Zachována zůstala pouze studna, nacházející se na levém břehu potoka při okraji areálu.

Vizovice – Studna na louce nad domem č. 592, s betonovým poklopem a dřevěnou stříškou. Slouží jako zdroj pitné a užitkové vody obytného stavení.

Zádveřice - Raková 1 – studánka hluboká 20 cm s upravenou odtokovou stružkou a přístřeškem nacházející se jižním směrem od obce na pravé straně Horského potoka asi 6 m od silnice Zádveřice – Luhačovice.

Zádveřice - Raková 2 – studánka s prohloubenou odtokovou stružkou na levém břehu Horského potoka asi 50 m od silnice Zádveřice – Luhačovice.

Zádveřice – Raková 3 – malá bažina se znaky sirné vody nacházející se na Zádveřických pasekách. V přírodním stavu, zanesená naplavenou půdou a listím. Další vývěr sirného pramene nacházející se zde byl drobně upraven a opatřen odtokovou stružkou.

Zádveřice – Raková 4 – studánka s betonovou skruží a dřevěným poklopem asi 2 km jižně od Zádveřic. [3]

6.5 Kultura

Městské Divadlo Zlín – Divadlo nacházející se v centru města disponující třemi hracími prostory a to, velkým sálem (691 míst), studiem Z (84 míst) a Divadélkem v klubu určené pro hudebně dramatické pořady (80 míst). Vstupní hala divadla je využívána k pořádání výstav. V divadle se nachází také půjčovna kostýmů sloužící veřejnosti.

Malá scéna – Divadlo, které se z dětského a mládežnického amatérského divadla vypracovalo až na současnou profesionální scénu. Představení se odehrávají buď v klasickém divadelním sále, nebo v Komorním sále.

Divadlo Mandragora – studentské divadlo, nacházející se v prostorách Zlínské soukromé vyšší odborné školy na ulici Dřevnická ve Zlíně.

Lázeňské Divadlo v Luhačovicích – navrženo architektem Františkem Skopalíkem.

Obuvnické muzeum Zlín – nachází se v centru města, při vstupu do průmyslového areálu. Stálá expozice seznamuje s dějinami ševcovského řemesla, s výrobou obuvi a jejím vývojem, s obouváním v minulosti a současnosti.

Muzeum historických vozidel – nachází se ve druhém patře centrální budovy akciové společnosti Samohýl motor Zlín. Unikátní sbírka historických vozidel obsahuje přes 100 exponátů, včetně motocyklů. K vidění značky jako Laurin&Klement, Škoda, Mercedes-Benz. Muzeum půjčuje exponáty k natáčení filmů.

Muzeum Luhačovického Zálesí – se zaměřuje na poznávání historie a kulturních tradic Luhačovic a okolí. Mezi stálé expozice patří Lidová umění Luhačovického Zálesí, nebo expozice Luhačovické lázeňství.

Církev a Vystěhovalctví Zádveřice – Raková – jedná se o stálou expozici v budově místní fary. Popisuje význam církve, příčiny imigrace, přehledy vystěhovalců, jejich nelehkou cestu do Ameriky i následný život v ní. Součástí výstavy je i ukázka místního lidového kroje.

Filharmonie Bohuslava Martinů – vznik orchestru se datuje k roku 1946, kdy se jmenoval Symfonický orchestr národního podniku, nynější název získal orchestr roku 1988. Sídlí v domu Umění, který byl postaven dle návrhů architekta Františka Lydie Gahury, roku 1933, jako památník na počest Tomáše Bati.

Czechtalent Zlín – Jedná se o hudební soutěž mladých zpěváků, která se pořádá letos již po patnácté. Finále Czechtalent Zlín 2010 se uskuteční 29. května 2010 ve Velkém kině ve Zlíně.

Talentinum – Mezinárodní hudební festival mladých koncertních umělců, konající se každé dva roky v Domě umění ve Zlíně. Letos se bude konat již 20. ročník toho festivalu. (6. a 13. května 2010).

Mezinárodní festival filmů pro děti a mládež - Každoročně konaný filmový festival, který si za léta svého působení získal již mnoho příznivců nabízí kvalitní program jak pro filmové profesionály, tak pro širokou veřejnost. Každý rok navštíví Zlínský festival spousta uznávaných umělců a filmových profesionálů nejen z České republiky, ale z celého světa.

Letos se bude festival konat od 29.5. – 6.6. 2010.

6.6 Tradice

Vizovické trnkobraní – festival pořádaný již od roku 1967, kdy ho založili vizovičtí nadšenci za účelem oslavení nejvýznamnějšího plodu tohoto regionu – švestky, nebo-li trnky a její tradiční oblíbený produkt – pravou valašskou slivovici. Svou exkluzivitu si trnkobraní získalo především maximální tolerancí vůči různým žánrům. Vystupují zde jak hvězdy pop stars, baviči, rockeři, představitelé world music tak ti nejlepší DJ's. Oblíbenou se stala i mezinárodně proslulá soutěž v pojídání švestkových knedlíků.

Datum konání: 20.8. – 22.8. 2010

Likérka R. Jelínek Vizovice – výroba alkoholických nápojů s šestnáctiletou tradicí. Destiláty té nejvyšší kvality, jako je slivovice v několika variantách, dále pak hruškovice, meruňkovice, třešňovice nebo jablkovice. Exkurze zahrnuje návštěvnické centrum s prodejnou, kinosál, pálenici, provoz egalizace a obří dřevěné sudy, stáčírnu, degustační místnost a nechybí ani ochutnávka místních výrobků. Celá trasa je bezbariérová.

Sklárna Glass Atelier Morava Vizovice – jedná se o první soukromou sklářskou huť v Čechách, která byla postavena po listopadu 1989. Tvorba ručního, hutně zdobeného sortimentu a uměleckého skla je založena na práci zkušeného designéra Jiřího Vosmíka a kvalitní práci sklářských mistrů.

6.6.1 Tradiční svátky

- **Fašank neboli Masopust** – Tnava, Lukoveček, Kašava, Vlčková, Lukov, Držková, Fryšták, Všemina.
- **Vynášení „Mařeny“** – Kašava
- **Velikonoce** – velikonoční jarmark na náměstí Míru ve Zlíně

- **Stavění a kácení máje** – Trnava, Držková, Lukoveček, Kašava, Vlčková, Lukov, Březnice, Všemina, Slušovice.
- **Otevírání a svěcení pramenů** – v Luhačovicích pravidelně v květnu. Letos 7.5. – 9.5.2010.
- **Hody a poutě** – Všemina (pout' květen), Trnava (pout' červen), Březnice (pout' v srpnu), Kašava (hodová zábava na sv. Kateřinu)
- **Vánoce** – vánoční trhy, jarmarky, výstavy betlému. Zlín, Fryšták, Zádveřice - Raková, Držková a Slušovice pořádají i ukázkou Živého betlému.

6.7 Historie

Baťův mrakodrap Zlín – Mrakodrap se 17-ti patry o výšce 77,5 metru, nechal dle projektu architekta Vladimíra Karfíka postavit Jan Antonín Baťa. Funkcionalistická budova tzv. „jedenadvacítka“ (dle označení budov v areálu) sloužila jako sídlo ředitelství obuvnické firmy Baťa, dnes je sídlem krajského úřadu. V posledním patře se nachází kavárna.

Vila Tomáše Bati – Podle plánů Jana Kotěry vznikla nejen vila ale i park, ve kterém se vila nachází. Po rekonstrukci koncem 20. století slouží jako místo konání obchodních a společenských akcí. Zároveň je sídlem Nadace Tomáše Bati.

Areál bývalých Baťových závodů – vznikl na počátku 20. století v době rozmachu Baťova průmyslového impéria. Po roce 1948 a zestátnění Baťových závodů došlo k přejmenování na Svit. Stát do technologického vybavení ani do budov neinvestoval, tudíž dochází k chátrání. V současnosti část továrních budov nevyužítá, čeká na revitalizaci.

6.8 Sportovní vyžití

Lanové centrum Zlín – Mladcová - Areál vhodný pro školní výlety, dětské tábory, sportovní dny, rodinné výlety, či jako zpestření firemního setkání. V areálu se nachází lanové centrum a lezecká stěna vysoká 10 metrů. Proměnlivá skladba nízkých překážek, 14 vysokých individuálních, 6 vysokých týmových překážek a 1 skok. Dále se v areálu nachází školící místnost, 2 klubovny, terasa s venkovním posezením a ohniště.

Programy v lanovém centru se konají pod dohledem vyškolených instruktorů na základě objednávky. Celotělové úvazky a horolezecký materiál je na místě k zapůjčení a je součástí

ceny vstupu. Běžný provoz je od dubna do listopadu, kdy je otevřeno denně od 8:00 do 20:00, v měsících prosinci až březnu je provoz částečně omezen. [23]

Stezka zdraví – Tlustá hora - Jedná se o sportovně-rekreační areál, vybudovaný v letech 1999 – 2001 ve Zlíně na Tlusté hoře. Nachází se zde dřevěný altán s informačními tabulemi a možnostmi posezení, pět stanovišť, na každém z nich dřevěné prvky k cvičení a posilování různých skupin svalů a dřevěná lanová lávka.

Barum Rally Zlín - Letos se pojede jubilejní 40. ročník této velmi oblíbené automobilové rally. Termín konání je od 27. do 29. srpna 2010.

Městské lázně Zlín - Disponují velkým 50 metrovým bazénem, středním 25 metrovým bazénem, dětským bazénem a venkovním bazénem. K dalším službám, které lázně nabízejí patří parní kabiny, finská sauna, vodoléčba, aquaerobic, posilovna, či možnost masáží.

Koupaliště v regionu

– „Zelené“ Zlín, Zlín - Louky, Zlín - Kostelec, Malenovice – riviéra (mimo provoz), Lukoveček, Vizovice (mimo provoz),

Golfové hřiště, Kostelec - 9 ti jamkové hřiště, celoročně fungující indoor golf a 3D simulátor.

Golfové hřiště ve Slušovicích – 9 ti jamkové hřiště vzniklo uprostřed dostihového oválu.

Umělý lyžařský svah ve Zlíně – Svah o délce 220 metrů, s lyžařským vlekem poma se nachází za Domem umění ve Zlíně. Snowboardy na svahu povoleny a navíc vybudován nový snowpark. K dispozici jsou i další služby jako lyžařský Profi Servis Montana, lyžařská škola, občerstvení, či neplacené parkoviště. Možnost večerního lyžování, či pronajetí svahu.

Lyžařský areál Trnava – Sjezdovka o délce 400 m, s nočním osvětlením a snowboardovými překážkami. Na sjezdovce vlek poma a v dolní plýtké části sjezdovky tažné lano, vhodné pro děti a začátečníky. V okolí jsou podmínky vhodné i pro běžkaře. Přilehlé rekreační středisko nabízí služby ubytovací, stravovací, či relaxační, jako saunu, whirlpool, či služby maséra.

6.9 Ostatní

ZOO Zlín Lešná

Jedná se o zoologickou zahradu středoevropského významu. Areál zoo leží v historickém lešenském parku, kde se nachází více než tisíc druhů dřevin a okrasných bylin. Při procházce zahradou se návštěvníci seznámí s typickými zvířecími zástupci čtyř kontinentů a to Afriky, Asie, Austrálie a Jižní Ameriky.

Velmi zajímavých zpestření při prohlídce, je sledování krmení zvířat s odborným výkladem. Konkrétní informace kdy jsou která zvířátka krmeny obsahuje prospekt zoologické zahrady.

K dalšímu pobavení ratolestí slouží nejrůznější prolézačky a atrakce v zábavní části zahrady, zde lze využít i svezení na poníkově, či velbloudovi.

Na své si přijdou i romantické duše, které jistě zaujme zámek Lešná nacházející se v areálu zoologické zahrady, který bývá často využíván k uzavření sňatku.

Dostihový areál Slušovice

Jedná se o nejmladší závodiště v České republice. Základní ovál měří 1600 metrů, uvnitř oválu se nachází překážková dráha s charakterem klasické steeplechase, 9-ti jamkové golfové hřiště a dvě jezírka sloužící k zavlažování závodiště.

Termíny dostihů v roce 2010: 30. květen, 3. červenec, 22. srpen, 28. říjen.

Zábavní park Galaxie Zlín

Jedná se o nově vybudovaný rodinný zábavní park nabízející zábavu, sport a odpočinek nejen pro děti, ale pro celou rodinu. Galaxie nabízí 20 hracích a sportovních zařízení pro děti od 2 do 12 let (horolezeckou stěnu, skákací hrad, trampolín), restauraci, čtenářský koutek, různé projekce, vystoupení a pestré programy.

Hvězdárna Zlín

Hvězdárna se nachází na Lesní čtvrti, její první část – pozorovatelná a klubovna byla otevřena 6. června 1953. Podoba hvězdárny z roku 1954 sloužila veřejnosti až do roku 2002. Stavba nové hvězdárny byla započata roku 2001 a ukončena a otevřena v lednu roku 2004. Dalekohled, který podstoupil generální opravu byl usazen o měsíc později. Novou

hvězdárnu provozuje Zlínská astronomická společnost, ta nahradila původní Astronomický kroužek z roku 1950. [11]

7 SWOT ANALÝZA

Při zpracování SWOT analýzy jsem vycházela z poznatků získaných analýzou současného stavu regionu a také z vlastních zkušeností.

Silné stránky

- Atraktivita krajiny, využitelnost pro aktivní trávení volného času
- Slavná tradice lázeňství v Luhačovicích a stále stoupající zájem o wellness pobyty a významné léčivé prameny v Luhačovicích a Kostelci
- Město Zlín proslavené Tomášem Baťou
- Spousta návštěvnických atraktivit (hrady, zámky, církevní památky)
- Existence přírodních památek
- Bohatý program na kulturně-společenské akce
- Chov koní (Příluky, ranč na Vyhlídce, ranč Lucky Valley v Zádveřicích)
- Dobré podmínky pro rozvoj agroturistiky
- Kvalitní devítijamkové hřiště Golf Club Lázně Kostelec v areálu lázní + celoročně fungující indoor golf a 3D simulátor. + 9ti jamkové hřiště ve Slušovicích
- ZOO Lešná, jako samostatný turistický cíl
- Pořádání Barum Czech Rally Zlín, která patří do kategorie IRC
- Pořádání Mezinárodního festivalu filmů pro děti a mládež
- Tradiční Vizovické trnkobrání v areálu firmy Rudolf Jelínek
- Pětihvězdičkový hotel Baltaci Atrium Congress Hotel v centru Zlína, jediný tohoto typu v celém Zlínském kraji
- Luhačovice se svým velmi pozitivním image města a vysokou koncentrací ubytovacích zařízení

- Rezervace UNESCO Bílé Karpaty a blízkost města Kroměříže, jehož zahrady a zámek biskupské rezidence jsou na Seznamu světového kulturního dědictví UNESCO
- Relativně dobrý poměr co se týče ceny a kvality

Slabé stránky

- Nedostatečná dopravní infrastruktura, špatná úroveň místních komunikací a nedostatečná finanční podpora na jejich údržbu
- Nízká profesionální úroveň zaměstnanců pracujících v oblasti cestovního ruchu
- Neochota některých místních obyvatel regionu přizpůsobit se rozvoji cestovního ruchu v regionu
- Nízká kvalita poskytovaných služeb, především v oblasti gastronomie a ubytování
- Nedostatečná nabídka ucelených produktů cestovního ruchu
- Nedostatek financí pro údržbu a rekonstrukci památek
- Nedostatečné využití předností regionu
- Chybějící turistická značení
- Absence služeb pro cykloturistiku, jako jsou úschovny a půjčovny kol, odpočívadla, cyklobusy. Zrovna tak i absence služeb na pěších trasách
- Nevědomost potenciálních návštěvníků o tom, co vše region nabízí
- Přílišná zainteresovanost turistů ze zahraničí na hlavní město Prahu
- Nestálost počasí, nelze zaručit v zimě sníh, aby bylo možno se věnovat zimním sportům a také v létě nelze zaručit vyhovující počasí k aktivnímu trávení dovolené
- Špatná kvalita vodních ploch v regionu, nevhodnost ke koupání, mnohdy až zákazy koupání, např. luhačovická přehrada
- Nedostatek atrakcí pro rodiny s dětmi

Příležitosti

- Rostoucí zájem obyvatel České republiky o domácí turistiku.
- Zaměření se na segment seniorů, za účelem snížení výkyvu zájmu o region v sezóně a mimo sezónu
- Rozvoj agroturistiky a ekoturistiky
- Rozvoj hipoturistiky
- Rozsáhlé kulturní dědictví a folklórní tradice
- Rostoucí zájem trávit dovolenou aktivně
- Využití podpor Evropské Unie, financování projektů cestovního ruchu z fondů EU
- Užší spolupráce mezi veřejným a soukromým sektorem
- Možnost zvýšení atraktivity regionu napojením na dálnici, či silnice vyšších tříd
- Stále se zvyšující zájem o lázeňské a relaxační pobyty
- Rozšíření stávajícího devítijamkového hřiště Golf Club Lázně Kostelec o další tři jamky. viz příloha PII.
- Stoupající zájem o aktivní trávení víkendů mimo domov
- Rozvoj komplexnosti služeb formou produktových balíčků

Ohrožení

- Citlivost sektoru cestovního ruchu na ekonomické a společenské události
- V důsledku ekonomické krize pokles návštěvnosti. Např. velmi riziková kongresová turistika, která je přímo závislá na finanční situaci podnikatelského sektoru
- Neschopnost využít potenciálu regionu pro rozvoj cestovního ruchu
- Nedostatek finančních prostředků
- Místní nedostatek kvalifikované pracovní síly

- Nekvalitní nabídka služeb a produktů v cestovním ruchu
- Rozvoj v oblasti cestovního ruchu konkurenčních regionů
- Neustále se opožďující výstavby klíčových koridorů a cest
- Problém v oblastech ochrany přírody, při intenzivnějším rozvoji turismu.
- Nízká aktivita členů regionu

8 SHRNU TÍ POZNATKŮ Z ANALYTICKÉ ČÁSTI

Analytická část se nejdříve věnuje celkovému pohledu na region Zlínsko. Po úvodní charakteristice dané lokality je vybráno a představeno několik významných návštěvnických aktivit regionu.

Ty jsou rozděleny do devíti částí: přírodní památky, hrady, zámky a zříceniny, církevní památky, lázně, léčivé prameny, kultura, tradice, historie, sportovní vyžití, a ostatní. Jedná se o širokou nabídku turistických aktivit, nejsou však natolik významné a známé aby přitáhly i zahraniční návštěvníky.

Dále je na základě získaných údajů sestavena SWOT analýza regionu, z té vyplývá, že má region spoustu silných stránek. Tyto silné stránky mají za výsledek, že je region turisty navštěvován. K tomu aby byl region konkurenceschopný nestačí jen silnými stránkami disponovat, ale také umět je správně využít. Totéž platí o příležitostech regionu. Zároveň je pak třeba, aby region eliminoval své slabé stránky a dokázal čelit hrozbám, které mohou jeho atraktivitu ohrozit. Poznatky ze SWOT analýzy jsou pak zároveň základem pro následující projekt, který si klade za úkol zvýšit turistickou atraktivitu regionu Zlínsko.

9 ZVÝŠENÍ TURISTICKÉ ATRAKTIVITY REGIONU ZLÍNSKO

Z předešlé analýzy současného stavu a SWOT analýzy je zřejmé, že region Zlínsko je z hlediska své atraktivity příhodnou oblastí pro cestovní ruch.

Region Zlínsko je velmi zajímavou oblastí. Jeho malebná krajina, nespočetné množství památek, kulturních akcí, možnost sportovního vyžití či lázeňských služeb, jsou jistě lákavou atraktivitou pro spoustu potenciálních návštěvníků všech věkových skupin.

Je nutné vyzvednout přednosti regionu a nezanedbat jeho potenciál.

Vize regionu:

- Region Zlínsko jako oblíbený region s historií a tradicí, ideální pro aktivní trávení dovolené lidí všech věkových kategorií.
- Dostatečné využití potenciálu, kterým region disponuje.
- Cestovní ruch jako významná součást regionu.

Obecným cílem regionu je uspokojování potřeb a přání svých návštěvníků, ať už domácích či zahraničních. Dále pak udržet region v atraktivnosti pro své klienty, aby všeobecný zájem turistů o destinaci měl nejlépe stále se zvyšující charakter. To vše ale v takové míře a intenzitě, aby nedocházelo k narušení životního, sociálního ani kulturního prostředí. Důležitá je také spokojenost místních obyvatel, kteří mají rádi region, ve kterém žijí.

Strategické cíle:

1. zvýšení atraktivnosti
2. růst počtu domácích i zahraničních turistů
3. zvýšení příjmů z cestovního ruchu
4. pokračovat ve spolupráci mezi obcemi

9.1 Základní projektová zaměření

Tato zaměření byla stanovena na základě vizí a strategií regionu. Jedná se o nástin projektů, které by mohly přispět ke zvýšení turistické atraktivity regionu Zlínsko.

9.1.1 Projekt I. Školení pracovníků v cestovním ruchu

Je důležité si uvědomit, že úspěch mnohdy stojí a nebo padá na kvalitě lidí. Proto je důležité se o pracovníky správně „starat“, věnovat se jim, zkrátka jevit o ně zájem.

Tato školení by byla zaměřená na vzdělávání pracovníků a prohlubování jejich současných znalostí a dovedností.

K základním chybám, kterých se pracovníci ve službách, či veřejných organizacích dopouštějí patří neochota a neprofesionální přístup. K dalším problémům, které by mohly kurzy a školení vyřešit patří jazyková neznalost, neznalost výpočetní techniky, či nedostatečný přehled o aktuálních trendech.

Typy kurzů, které by mohly být součástí tohoto projektu:

- kurzy jazykové
- kurzy komunikační
- kurzy výpočetní techniky
- kurzy pro marketingové specialisty
- kurzy zabývající se novými trendy v cestovním ruchu

Cílem tohoto projektu je zvýšení profesní úrovně pracovníků v oblasti cestovního ruchu. Prioritou je spokojený klient. Spokojený klient svou návštěvu opakuje, dále doporučuje přátelům, či příbuzným a tím regionu dělá reklamu. Dochází tak k šetření času a peněz regionu na získávání nových klientů.

9.1.2 Projekt II. Kampaně k potlačení xenofobních nálad místního obyvatelstva

Jelikož xenofobní nálady místních obyvatel nejsou nic jiného než, jen strach z neznámého, může být kampaň tím pravým nástrojem, jak předejít případným problémům. Strach z neznámého a nechtít se přizpůsobovat změnám, se totiž u místních obyvatel navenek projeví méně přátelským přístupem k turistům, neochotou a mnohdy až přístupem nezdvořilým. To pak samozřejmě negativně ovlivní celkový dojem, který si turista o regionu udělá. Což může vést až k tomu, že už se do dané lokality nevrátí. Navíc při předávání negativních zkušeností s místním obyvatelstvem své rodině a známým dělá regionu negativní reklamu a může ho tak připravit o další potenciální návštěvníky.

Proto bych navrhla kampaně, které by místní obyvatelstvo vždy nenásilnou formou, prezentací s nějakými doprovodnými akcemi, seznámilo s plánovanými projekty a úmysly.

9.1.3 Projekt III. Tvorba produktových balíčků

Jedná se o kompletaci základních (strava, ubytování, doprava) a doplňkových služeb, za účasti spolupráce a partnerství více subjektů.

Mezi turisty jsou produktové balíčky velmi oblíbeny. Nejenže jim šetří čas při plánování pobytu v dané destinaci, ale balíčky jsou i cenově výhodné a jako bonus získává klient různé výhody. (např. informační balíček, mapy, propagační materiál)

Programová náplň následujících balíčků vychází z toho co destinace nabízí a taky ze současné poptávky.

Ukázka možných produktových balíčků v regionu Zlínsko:**Velikonoce na Vizovicku**

- Prodloužený velikonoční víkend na Vizovicku.

Cílová skupina : rodiny s dětmi, domácí i zahraniční návštěvníci, např. Slováci.

Termín: pondělí velikonoční a víkend před velikonočním pondělím

Délka pobytu: 3 dny/2 noci

Program: Seznámení se s tradičními velikonočními zvyky. Ukázka výroby Vizovického pečiva. Pro dospělé ochutnávka tradiční slivovice, pro děti spousta soutěží, malování vajíčků.

Ubytování: penzion střední kategorie

Stravování: v místě ubytování

Doprava: vlastní

Cena zahrnuje: 2x nocleh, polopenze, program

Křížem krázem Zlínem a okolím

- pobyt zaměřený na poznání nejrůznějších atraktivit regionu Zlínsko.

Cílová skupina: mladí lidé, lidé středního věku, senioři, domácí i zahraniční návštěvníci.

Termín: květen, červen, či září, říjen.

Délka pobytu: 4 dny/3 noci

Program:

1. den – Zlín: návštěva Zlínského mrakodrapu, kde bude podávána lehká snídaně, návštěva Bařovy Vily, včetně krátké úvodní přednášky o Zlíně a jeho historii. Následuje návštěva Zlínského zámku a Obuvnického muzea Zlín. Přesun na hrad v Malenovicích. Cestou zastávka v muzeu historických vozidel ve společnosti Samohýl motor Zlín. Na hradě v Malenovicích ukázka historického šermu. Návrat do centra Zlína, ubytování v Parkhotelu Zlín včetně večeře.

2. den – Po snídani v Parkhotelu návštěva Filharmonie Bohuslava Martinů a odjezd ze Zlína směr ZOO Lešná, s krátkou zastávkou v poutním kostel Narození Panny Marie ve Zlíně – Štípkě, včetně kouzelné ukázky hry štípských varhanů, následuje návštěva zoologické zahrady ZOO Lešná, včetně prohlídky zámku. Večeře v hotelu Tuskulum v Lukově, včetně noclehu. V ceně využití bazénu, whirlpoolu a sauny.

3. den – Po snídani v hotelu Tuskulum následuje pěší túra na hrad Lukov. Po té přesun autobusem do Držkové, procházka po přírodních památkách Držkové (Holíkova rezervace, Solisko, Skály). Cíl v areálu Patriot Campu Držková, kde následuje večer s programem a podávat se budou tradiční česká jídla. Hlavním programem večera karaoke show.

4. den – Po snídani odjezd z Držkové směr Lipské paseky, následuje individuální program, krásné prostředí k procházce nebo možnost projížďky na koních. Následuje odjezd do Vizovic, návštěva místního zámku a po té exkurze v Likérce Rudolf Jelínek. Závěrečné ukončení v areálu likérky Rudolfa Jelínka s grilováním a ochutnávkou slivovice.

Ubytování: různé, dle aktuálního programu, vždy ale polopenze zařízena.

Stravování: dle aktuálního programu

Doprava: organizovaná cestovní kanceláří

Cena zahrnuje: 3x nocleh, stravu, program včetně vstupného na zámky, hrady, či do muzeí. Propagační balíček s mapami regionu Zlínsko.

Dámská jízda

- prodloužený relaxační víkend pro ženy v areálu lázně Luhačovice

Cílová skupina: ženy všech věkových kategorií, domácí i zahraniční návštěvnice.

Termín: celoročně (vždy sobota, neděle, pondělí).

Délka pobytu: 3 dny/2 noci

Program:

3denní pobyt pro ženy zaměřený na odpočinek v krásném prostředí luhačovických lázní. Každá žena má možnost si v rámci tohoto balíčku vybrat 3 procedury z následujícího výbě-

ru - přírodní uhličitá koupel, perličková koupel, hydromasážní koupel, masáž proti celulitidě, čokoládová masáž, masáž lávovými kameny.

Dále pak má žena na výběr buď 1x návštěvu kosmetičky, či kadeřníka. Pokud nebude klientka zrovna na nějaké proceduře, může se věnovat relaxaci v sauně, či whirlpoolu, nebo odpočívat aktivně v hotelovém bazénu.

Zaleží na každé ženě, jak si svůj čas strávený v lázních Luhačovice rozplánuje.

Ubytování: hotel

Stravování: v hotelu, formou polopenze

Doprava: vlastní

Cena zahrnuje: Ubytování, stravu - polopenze, ovoce na pokoji, 3 procedury dle vlastního výběru, volný vstup do bazénu, sauny, whirlpoolu.

9.1.4 Projekt IV. Projekt výstavby sportovně – relaxačního komplexu

Vzhledem k nedostatečnému možnému vyžití v regionu Zlínsko pro rodiny s dětmi, bych navrhla výstavbu sportovně – relaxačního komplexu ve Zlíně na Jižních svazích. Komplex by nabízel služby aquacentra, hotelu, včetně restaurace a dalších služeb jako manikúry, pedikúry, masáží, kadeřnictví, kosmetiky, solária atd. Díky širokému spektru nabízených služeb by se tak stal vyhledávanou atraktivitou nejen pro rodiny s dětmi, ale i pro ostatní věkové skupiny.

Možnost ubytování přímo v komplexu se pak stane výhodou především pro turisty z ostatních regionů, popřípadě i jiných zemí. Ti zde pak budou moci strávit nejen jedno odpoledne, ale i celý víkend a spojit tak tuhle návštěvu i s ostatními atraktivitami, které region Zlínsko nabízí.

10 PROJEKT VÝSTAVBY SPORTOVNĚ – RELAXAČNÍHO KOMPLEXU VE ZLÍNĚ

Vzhledem k časovému aspektu se ve své diplomové práci zaměřím pouze na jeden projekt a to na projekt výstavby sportovně – relaxačního komplexu ve Zlíně. Zařízení tohoto typu nemá v regionu ani v blízkém okolí konkurenci a je pravděpodobné, že by nejen přilákalo spoustu turistů, ale bylo by značně pozitivně hodnoceno i ze strany místních obyvatel.

Sportovně – relaxační komplex by se stal útočištěm pro trávení volného času rodin s dětmi, mládeže, dospělých i seniorů.

Cíl projektu:

Cílem projektu je výstavba sportovně-relaxačního komplexu. Dojde tak k rozšíření nabídky regionu o další produkt, tím ke zvýšení atraktivity regionu pro potenciální návštěvníky a zároveň rozšíření možností volnočasových aktivit pro obyvatelstvo místní.

Současná situace:

Na místě, kde je zamýšlena výstavba sportovně-relaxačního komplexu, již několik let beze změny stojí stavba, který měla původně vyrůst v obchodní centrum. Chátrající stavba jen kazí celkový dojem z okolí a stává se útočištěm pro podivné existence. Proto navrhuji, tohle místo srovnat se zemí a do parku, který objekt obklopuje zasadit objekt zcela nový, sportovně-relaxačního typu. Toto zařízení nemá na Zlínsku obdoby. Co se aquaparku týče, ty se nacházejí ve Zlínském kraji pouze dva a to ve Valašském Meziříčí a Uherském Brodu. Žádný ale není součástí komplexu s možností ubytování a spoustou dalších služeb.

Charakteristika projektu:

Výstavba sportovně – relaxačního komplexu ve Zlíně na sídlišti Jižní Svahy, na místě chátrající stavby, původně zamýšleného obchodního centra.

Realizace projektu je přímo závislá na finančních prostředcích, jelikož nejde o zanedbatelnou investici.

S odkoupením pozemků a stávající stavby by neměl být problém. Firma EKZ Zlín, která má nyní objekt a pozemky ve vlastnictví jej koupila za účelem dostavby, vzhledem k nedostatku finančních prostředků se tak neděje a firma by se odkupu nebránila.

Dle listů vlastnictví a následného porovnání se snímkem z katastrální mapy se jedná o následující parcely:

2144/46	11 686 m ²	- jiná plocha
7196	2657 m ²	- zastavěná plocha, nádvoří
7197	1330 m ²	- zastavěná plocha, nádvoří
2126/8	7 697 m ²	- jiná plocha
2144/59	3170 m ²	- jiná plocha
2144/61	3654 m ²	- jiná plocha
2144/62	1805 m ²	- jiná plocha
2144/64	1466 m ²	- jiná plocha
2126/9	2000 m ²	- jiná plocha

Celková plocha: 35 465 m²

Dle cenové mapy, viz. Příloha PIII. se v této lokalitě pohybuje cena 1200 Kč/m².
Celková plocha 35465 m² x 1200 Kč/m² = 42 558 000 Kč.

Tudíž odkup pozemků by se mohl pohybovat v ceně okolo **43 000 000 Kč**.

Charakteristika komplexu

Celý komplex se bude nacházet na ploše 35 465 m², z toho bude využito 1 800 m² na výstavbu hotelu, 1000 m² na výstavbu patrového parkovacího domu, 1500 m² budou tvořit venkovní nekryté parkovací plochy a přes 5000 m² bude rozloha aquacentra. Zastavěná plocha včetně komunikací v rámci realizace tohoto projektu bude zaujímat cca 30 % z celkové plochy pozemku. Tudíž lze do budoucna předpokládat rozšíření tohoto komplexu o další „atrakce“, jako minigolf, tenisové kurty, hřiště na beach volejbal či venkovní vyhřívaný bazén atd.

V komplexu by se nacházel aquapark s kapacitou 600 lidí, s tobogány, skluzavkami a nej-různějšími vodními atrakcemi. Dále pak wellness centrum, různé druhy saun, solná jeskyně, solárium, fitness a další. Součástí komplexu by byl i hotel a restaurace, což by mohlo při-

spět i k prodloužení návštěv potenciálních zákazníků v tomto komplexu. K dispozici bude přes 300 parkovacích míst, větší část parkovacích míst bude krytá.

Aquacentrum:

- plavecký bazén 50 m
- víceúčelový bazén
- bazén se slanou vodou a umělými vlnami
- písčiná pláž
- dětský bazének
- dva tobogány (jeden přizpůsoben k ježdění na nafukovacích kruzích)
- skluzavka
- různé protiproudy
- masážní trysky
- vodopád
- lezecká stěna
- nejrůznější vodní atrakce
- vodní bar

Zóna relaxační:

- finská sauna
- infrasauna
- parní lázeň
- solná jeskyně
- tři vířivé vany
- relaxační místnost

Ceník vstupného a provozní doby sportovně – relaxačního komplexu:

– ceny jsou uvedené v Kč včetně DPH, záloha na skříňku 100 Kč.

Sportovně – relaxační komplex je otevřen celoročně, mimo 24. 12. a 1.1.

Provozní doba Aquacentra (včetně relaxační zóny):

Ne – Čt: 10:00 – 22:00

Pá, So, Svátky: 9:00 – 24:00

V následující tabulce jsou uvedeny ceny celodenního vstupného to aquaparku, v rámci kterého je i vstup do relaxační zóny. Snížení celodenního vstupného o 50% z částky uvedené v tabulce, v případě vstupu do aquacentra po 16 hod od neděle do čtvrtku, či po 18 hodině v pátek, sobotu, či svátky.

Děti do 6 let v den jejich narozenin vstup zcela zdarma. Nutno prokázat nějakým dokladem.

Tab. 4 Ceny celodenního vstupného aquapark [vlastní zpracování]

	Celodenní vstupné
Děti do 3 let	Zdarma
Děti do 6 let	250
Děti od 6 let do 18 let a studenti do 26 let	280
Dospělí	300
Důchodci	280
Rodinné vstupné (dva dospělí a dítě)	600
Rodinné vstupné (dva dospělí a dvě děti)	950

Plavecký bazén 50m

Lze využít samostatně plavecký bazén 50 m, s osmi drahami a skokanskými můstky. Při samostatném vstupu do plaveckého bazénu, nelze využívat služeb relaxační zóny ani aquacentra. Klienti při vstupu obdrží čip, který jim dovolí vstup pouze do těch částí sportovně relaxačního komplexu, které si při vstupu uhradili.

Provoz bazénu 50m:

Ne – Čt: 7:00 – 22:00

Pá, So, Svátky: 8:00 – 24:00

V tabulce jsou uvedeny ceny za vstup do 50 m bazénu za 1 osobu na 1 hodinu a 30 minut.

V rámci tohoto vstupného nemá klient nárok na jiné služby aquacentra, či relaxační zóny.

Tab. 5 Ceny vstupného plavecký bazén 50 m [vlastní zpracování]

	Pondělí - pátek			Sobota, neděle, svátky
	Dopoledne (7:00-13:00)	Odpoledne (13:00 -19:00)	Večer (19:00-20:00)	8:00 – 22:00
Děti, studenti	50	60	50	70
Dospělí	60	80	60	90
Důchodci	50	60	50	70

Hotel:

Jedná se o pětipatrovou budovu. V přízemí se nachází restaurace a kongresová místnost s kapacitou 250 lidí. Další čtyři patra zabírají hotelové pokoje. Celková kapacita hotelu je cca 500 míst. Součástí pokojů apartmánového typu je i malý kuchyňský kout. Vhodné pro rodiny s dětmi, které tak mohou využít vlastního stravování.

Jinak je k dispozici stravování v místní moderní restauraci, která je součástí komplexu a je k dispozici všem návštěvníkům, nejen ubytovaným hostům.

Ubytování hosté mají zajištěno parkování zdarma a 1x volný vstup do fitness centra, či plaveckého bazénu.

V následujících tabulkách jsou uvedeny ceny za ubytování v hotelu komplexu a ceny za pronájem konferenční místnosti.

Tab. 6 Ceny ubytování [vlastní]

	Cena v Kč včetně DPH
Hotelové pokoje	
Dvoulůžkový pokoj (80 pokojů)	1 200,-
Čtyřlůžkový pokoj (40 pokojů)	1 800,-
Apartmán s kuchyňským koutem (40 pokojů)	2 000,-
Přistýlka	500,-

Tab. 7 Ceny za pronájem konferenční místnosti [vlastní]

Konferenční místnost (kapacita 250 osob)	
- 2 hodiny	2 500,-
- 4 hodiny	3 500,-
- 1 den	7 000,-
Možnost zapůjčení projektoru atd.	Po domluvě, nutno nahlásit předem.

Některé prostory ve sportovně – relaxačním komplexu budou pronajaty soukromníkům.

Bude se jednat o Fitness centrum a dvě tělocvičny se zrcadlovými stěnami, vhodné jak k aerobicu, pilates, různým druhům jógy, cvičení na balonech, či jiným aktivitám. V nájemní smlouvě budou obsaženy určité dodatky týkající se zvýhodněných cen pro hotelové hosty.

Další prostory budou pronajímány za účelem poskytování doplňkových relaxačních a zkrášlujících služeb, jako např. kadeřnictví, kosmetické služby, manikúra, pedikúra, různé masáže, solárium, či poradenství v oblasti zdravého životního stylu.

Personální složení sportovně relaxačního komplexu:**Hotel** (Na jednu směnu)

3 kuchaři

2 pomocné síly

2 číšníci

1 recepční

1 barman

2 uklízečky

1 technik, údržbář

Bude-li brán v úvahu třísměnný provoz: 36 zaměstnanců + 3 osoby management hotelu = 39 zaměstnanců.

Aquacentrum (Na jednu směnu)

2 recepční

2 uklízečky

1 lékař

4 plavčíci

1 technik

Bude-li brán v úvahu třísměnný provoz: 30 zaměstnanců.

Další pracovní síly:

3 zaměstnanci parkoviště (vždy jeden na směnu)

3 zaměstnanci ostraha (vždy jeden na směnu)

Celkem na provoz sportovně relaxačního komplexu: **75 zaměstnanců**

Na provoz celého sportovně – relaxačního komplexu je tedy počítáno celkem se 75 zaměstnanci. Nejsou zde zahrnuti pracovníci doplňkových služeb, jako solária, fitness centra, masáže atd. tohle je již otázkou soukromníků, kteří si prostory k těmto činnostem pronajmou.

Časový plán realizace projektu

V následující části bude zjištěna přepokládaná délka doby realizace projektu výstavby sportovně – relaxačního komplexu a nejen to. Pomocí program WinQSB a metody PERT/CP zjistím také které činnosti se nacházejí na kritické cestě a tudíž je třeba jim věnovat větší pozornost.

Postup je následující. Nejdříve je důležité vyjmenování a seřazení jednotlivých činností realizace projektu do tabulky. Každé činnosti je přiděleno označení, písmeno abecedy. Dále je dosazena do tabulky každé činnosti její předcházející činnost a je určeno jakou délku trvání bude každá činnost mít.

Tab. 8 Činnosti projektu výstavby sportovně-relaxačního komplexu [vlastní zpracování]

Název činnosti	označení	Předcházející činnosti	Doba trvání v týdnech
Majetkoprávní vztahy	A	-	8
Ekologická likvidace současné stavby	B	A	6
Příprava stavby, zasíťování pozemků	C	B	5
Tepelné čerpadla	D	C	4
Hrubá stavba komplexu	E	D	18
Hrubá stavba parkoviště	F	D	15
Hrubá stavba příjezdové komunikace	G	D	6
Vodo-topo, elektřina	H	E, F, G	5
Vnitřní zařízení komplexu	I	H	24
Fotovoltaické panely	J	I	3
Úpravy exteriéru komplexu, zeleň, atd.	K	I	4
Zkouška provozu a dodatečné odstranění chyb	L	J, K	2
Zahájení činnosti komplexu	M	L	1

Následuje zadání potřebných dat do programu WinQSB modelu PERT/CPM, s jehož pomocí bude sestaven harmonogram prací a zjištěna celková doba nutná pro výstavbu sportovně – relaxačního komplexu. Také se touto metodou dojde ke zjištění, které činnosti leží na kritické cestě.

Activity Number	Activity Name	Immediate Predecessor (list number/name, separated by ',')	Normal Time
1	A		8
2	B	A	6
3	C	B	5
4	D	C	4
5	E	D	18
6	F	D	15
7	G	D	6
8	H	E,F,G	5
9	I	H	24
10	J	I	3
11	K	I	4
12	L	J,K	2
13	M	L	1

Obr. 4 Program WinQSB – zadání do tabulky
[vlastní zpracování]

Následující obrázek je již výchozí tabulkou z programu WinQSB. Sloupec **Activity Name** obsahuje písmena abecedy, které jsou přiřazené jednotlivým činnostem. Následující sloupec **On Critical Path** sděluje, zda daná činnost leží, nebo neleží na kritické cestě a sloupec s názvem **Activity Time** znázorňuje čas nutný k vykonání jednotlivých činností. Další čtyři po sobě jdoucí sloupce tabulky značí následující: **Earliest Start** (nejdříve možný začátek), **Earliest Finish** (nejdříve možný konec), **Latest Start** (nejpozději přípustný začátek) a **Latest Finish** (nejpozději přípustný konec). Poslední sloupec s názvem Slack (LS-ES) znázorňuje časovou rezervu.

Ve spodní části tabulky je uveden čas nutný k vykonání všech činností, neboli **Project Completion Time** a také počet kritických cest, **number of critical path(s)**.

04-12-2010 17:17:41	Activity Name	On Critical Path	Activity Time	Earliest Start	Earliest Finish	Latest Start	Latest Finish	Slack (LS-ES)
1	A	Yes	8	0	8	0	8	0
2	B	Yes	6	8	14	8	14	0
3	C	Yes	5	14	19	14	19	0
4	D	Yes	4	19	23	19	23	0
5	E	Yes	18	23	41	23	41	0
6	F	no	15	23	38	26	41	3
7	G	no	6	23	29	35	41	12
8	H	Yes	5	41	46	41	46	0
9	I	Yes	24	46	70	46	70	0
10	J	no	3	70	73	71	74	1
11	K	Yes	4	70	74	70	74	0
12	L	Yes	2	74	76	74	76	0
13	M	Yes	1	76	77	76	77	0
	Project	Completion	Time	=	77	weeks		
	Number of	Critical	Path(s)	=	1			

Obr. 5 Program WinQSB – vyhodnocená výstupní tabulka [vlastní zpracování]

Následuje obrázek kritické cesty, ze kterého je zřejmé, že předpokládaný čas nutný k realizaci projektu, tedy k výstavbě sportovní – relaxačního komplexu je 77 týdnů a že činnosti, ležící na kritické cestě, jsou činnosti s označením A, B, C, D, E, H, I, K, L a M. Tyto činnosti, je třeba důkladně sledovat. Pokud by došlo k prodloužení některé činnosti, která je na kritické cestě, dojde i k prodloužení celkové doby určené pro projekt.

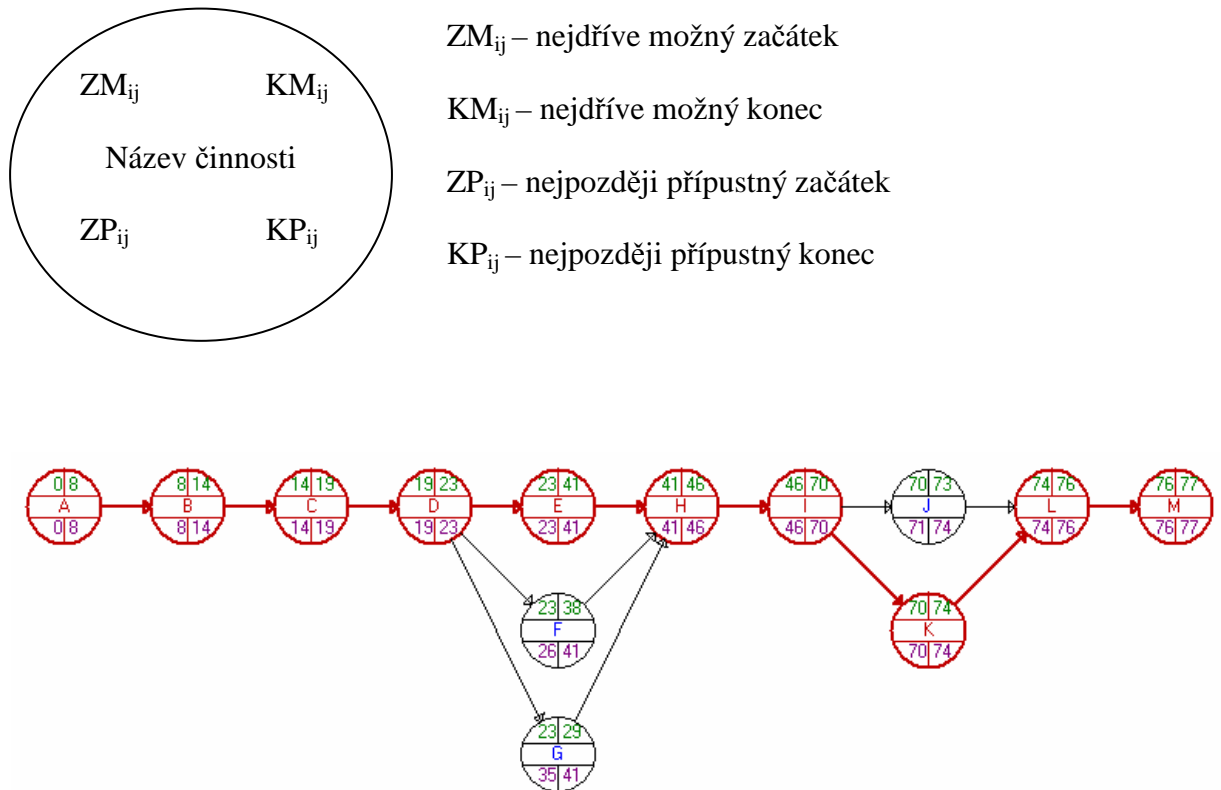
04-12-2010	Critical Path 1
1	A
2	B
3	C
4	D
5	E
6	H
7	I
8	K
9	L
10	M
Completion Time	77

Obr. 6 Program WinQSB

- Kritická cesta

[vlastní zpracování]

Následuje grafické znázornění kritické cesty při realizaci projektu výstavby sportovně – relaxačního komplexu.



Obr. 7 Program WinQSB – grafické znázornění realizace projektu [vlastní zpracování]

Náklady projektu

Náklady na projekt jsou pouze orientační a byly stanoveny na základě odhadu po konzultaci s jednou nejmenovanou zlínskou stavební firmou. Dodavatel, který se na projektu bude podílet ještě není znám a bude vybrán až na základě výběrového řízení.

Vzhledem k tomu, že je počítáno s čerpáním z Regionálního operačního programu Střední Morava, bude nutné průběžné informování veřejnosti o stavu projektu. Bude se tak dít formou reklamních billboardů a také prostřednictvím článků, které budou vycházet v regionálních publikacích. Na tyto náklady během doby realizace bude vyčleněn 1 mil Kč.

Následuje tabulka, která nastiňuje odhadované finanční náklady na výstavbu sportovně-relaxačního komplexu.

Tab. 9 Finanční náklady na výstavbu sportovně-relaxačního komplexu [vlastní zpracování]

Popis nákladové položky	Náklady v Kč
Odkoupení pozemků	43 000 000,-
Ekologická likvidace současné stavby	5 000 000,-
Příprava stavby, zasíťování pozemků	9 000 000,-
Hrubá stavba komplexu – hotel	65 000 000,-
- aquacentrum	75 000 000,-
- parkoviště	25 000 000,-
Vodo-topo, elektřina	9 000 000,-
Fotovoltaické panely	20 000 000,-
Tepelná čerpadla, včetně přístrojů na rekuperaci vzduchu	15 000 000,-
Vnitřní zařízení komplexu	123 000 000,-
Úpravy exteriéru komplexu, příjezdová komunikace	15 000 000,-
Zkouška provozu a dodatečné odstranění potenciálních chyb	5 000 000,-
Marketing a reklama	1 000 000,-
Celkem	410 000 000,-

Vzhledem k tomu, že jsou finanční náklady na výstavbu sportovně – relaxačního komplexu značně vysoké, bude způsob financování následující. Velkou část, téměř polovinu financí by tvořily dotace ze strukturálních fondů Evropské unie. Čerpáno by bylo z Regionálního operačního programu pro střední Moravu.

ROP Střední Morava - v roce 2010 na základě Rozhodnutí ministra pro místní rozvoj č. 25/2010 ze dne 10. února 2010 byl schválen Národní program podpory cestovního ruchu pro rok 2010, včetně zaměření podprogramu Cestovní ruch pro všechny. Podprogram je zaměřený na tvorbu nových produktů domácího cestovního ruchu, včetně marketingové podpory nově vytvořených produktů a také na vytvoření podmínek pro realizaci nových produktů domácího cestovního ruchu ve vztahu k cestovnímu ruchu pro všechny.

Podpora je poskytována formou dotace, která může dosáhnout maximální výše 50 % celkových způsobilých výdajů akce. [19]

Dále by bylo využito dotace z Operačního programu podnikání a inovace, konkrétněji pak programu efektivní energie, ze které by byly částečně financovány tepelné čerpadla a fotovoltaické panely. Při dotaci ve výši 20% by se jednalo o částku 7 mil Kč.

Zbývá část finančních prostředků by byla řešena formou úvěru od obchodní banky. Při částce 198 000 000 Kč na dobu 15 let s fixací úrokové sazby po celou dobu splácení by úroková sazba byla 8,74 % p.a., tudíž měsíční splátka by činila 1 977 700 Kč.

Následuje tabulka odhadovaných provozních nákladů sportovně-relaxačního komplexu.

Tab. 10 Měsíční náklady na provoz sportovně-relaxačního komplexu [vlastní zpracování]

Popis nákladové položky	Náklady v Kč
Personální náklady (hotel, aquacentrum, parkoviště)	2 250 000,-
Provozní náklady aquacentrum (chemie, filtry, ..)	300 000,-
Provozní náklady hotelu	100 000,-
Provozní náklady restaurace	1 600 000,-
Provozní náklady parkoviště	20 000,-
Zálohy vodo-topo, elektrika na celý objekt	200 000,-
Pojištění objektu	40 000,-
Splátka úvěru	1 977 700,-
Fond oprav a údržby	250 000,-
Fond mimořádných výdajů	100 000,-
Marketing a reklama	100 000,-
Celkem	6 937 700,-

Následuje tabulka odhadovaných příjmů, které by vznikly majiteli při provozu tohoto sportovní – relaxačního komplexu.

Tab. 11 Měsíční příjmy z provozu sportovní-relaxačního komplexu [vlastní zpracování]

Popis příjmové položky	Příjmy v Kč
Tržby hotelu - ubytování	700 000,-
- restaurace a bar	2 100 000,-
- pronájem kongresového centra	100 000,-
Tržby ze vstupného aquacentra	3 600 000,-
Tržby z parkoviště	360 000,-
Nájemné (pronájem prostor soukromníkům)	200 000,-
Pronájem reklamních ploch	100 000,-
Celkem	7 160 000,-

Budeme – li brát v úvahu výše zmíněné náklady a příjmy z provozu sportovního komplexu, vychází zisk před zdaněním 2 667 600 Kč ročně. Roční zisky se značně zvýší po 15 letech, kdy dojde ke splacení úvěru.

Zisk je pouze orientační, tabulka příjmů je sestavena na základě odhadů návštěvnosti, ta se může v průběhu životnosti komplexu průběžně měnit a tím zásadně ovlivňovat zisky. Pro výpočet současného zisku je počítáno s návštěvností aquacentra 144 000 návštěvníků za rok, což dělá zhruba 65 % z celkové možné návštěvnosti. Dále je počítáno s minimální obsazeností hotelu, což činí 12,5 % z možného využití denně.

Výstavba a provoz sportovní – relaxačního komplexu se zdá být rentabilní záležitostí. Jedná se zde o návratnost nižší než 15 let.

11 ANALÝZA RIZIK A PŘÍNOSŮ REALIZACE PROJEKTU

Analýza rizik

Analýza rizik je standardním nástrojem pro řízení a eliminaci rizik. Rizika jsou konkrétní hrozby, které mohou projekt ohrozit. Čím vyšší je pravděpodobnost rizika, tím vyšší je i předpokládaná škoda. Eliminací rizik můžeme dosáhnout právě jejich správným vyhodnocením při plánování projektu.

Jak je riziko důležité, tzv. **Váha rizika** se vypočítá, když vynásobíme *pravděpodobnost výskytu rizika* a *stupeň dopadu rizika*.

Pravděpodobnost výskytu rizika

- 0 – nemožná
- 1 – výjimečně možná
- 2 – běžně možná
- 3 – pravděpodobná
- 4 – téměř jistá

Stupeň dopadu rizika

- 0 – zvládnutelný
- 1 – drobný
- 2 – významný
- 3 – velmi významný
- 4 – nepřijatelný

Nejnebezpečnější rizika pro projekt jsou samozřejmě ty, které mají nejvyšší hodnotu váhy rizika.

Následující tabulka popisuje veškerá rizika, která by mohla nastat v souvislosti s projektem výstavby sportovně – relaxačního komplexu.

Tab. 12 Rizika projektu [vlastní zpracování]

Riziko č.	Popis rizika	P	D	Váha rizika (PxD)
1	Nedostatek finančních prostředků	2	4	8
2	Nedodržení stanoveného rozpočtu	2	3	6
3	Zamítnutí patřičných povolení	1	4	4
4	Špatný výběr dodavatele	2	2	4
5	Špatný výběr zhotovitele stavby	2	3	6
6	Nedodržení termínu stavby	2	2	4
7	Špatný výběr zaměstnanců	1	2	2
8	Nedostatečná poptávka po službách komplexu	1	3	3

Nejvýznamnějším rizikem tohoto projektu je zajisté **nedostatek finančních prostředků**. Může se totiž stát, že dotace nebudou poskytnuty v takové výši se kterou bylo počítáno, nebo v nejhorsím případě nebudou poskytnuty vůbec. Také může dojít k problému s poskytnutím úvěru a tudíž mohou být finance nutné k realizaci projektu ohroženy. Pokud by se jednalo o značnou část finančních prostředků, které by chyběly, realizace projektu by se stávala nemožnou.

Váha dalších dvou významných rizik je totožná. Jedná se o riziko **nedodržení stanoveného rozpočtu** a riziko **špatného výběru zhotovitele stavby**. Pokud nebude dodrženo stanovený rozpočet, tzn. rozpočet bude překročen, bude třeba dalších finančních prostředků a to prostředků, se kterými nebylo počítáno. Pokud bude vybrán špatný zhotovitel stavby, může dojít ke spoustě problémům od nekvalitně odvedené práce, předražení stavby, s tím související již zmiňované překročení rozpočtu, až po nedorozumění, která mohou vést k zastavení stavby a nutnosti výběrového řízení na nového zhotovitele stavby.

Další rizika se stejnou váhou jsou následující riziko **zamítnutí patřičných povolení**, jedná se o riziko výjimečné, ale pokud by nastalo, tento projekt by již neměl šanci. Dále riziko **nedodržení termínu stavby**, které sice není tak hrozné, ale jistě je nepříjemné. Záleží sa-

možřejmě, jak moc se termín protáhne. A riziko **špatného výběru dodavatele**, které je také rizikem nepříjemným a proto je třeba věnovat dostatek času a pozornosti výběrovému řízení.

Dalším rizikem, které sice neovlivní realizaci projektu, ale může ovlivnit značně jeho provoz, je **špatný výběr zaměstnanců**. Protože co se lidí ve službách týká, jsou velmi důležití. Mnohdy přicházejí do přímého kontaktu se zákazníkem a mohou tak ovlivnit to, zda se k nám zákazník vrátí či nikoliv.

K dalšímu méně možnému riziku lze zahrnout **nedostatečnou poptávku po službách komplexu**. Jedná se o riziko nepravděpodobné, ale pokud by nastalo, byl by tak ohrožen provoz komplexu. Proto je třeba jak se lidově říká, neusnout na vavřínech po uvedení komplexu do provozu, ale dostatečně se věnovat provozu a snažit udělat maximum pro spokojenost potenciálních návštěvníků.

Analýza přínosů

Přínosy vyplývající z realizace projektu jsou následující:

- Větší atraktivita regionu Zlínsko, jak pro domácí, tak pro zahraniční turisty.
- Zatraktivnění místní části Zlína Jižní Svahy
- Prodloužení pobytu potenciálních návštěvníků v regionu, díky návštěvě sportovně - relaxačního centra a možnosti ubytování přímo v komplexu.
- Rozšíření možností jak trávit volný čas pro místní obyvatelstvo.
- Vytvoření nových pracovních míst
- Zvýšení přísunu peněz do rozpočtu města Zlína
- Zařízení podobného typu nemá zatím v regionu ani v blízkém okolí konkurenci.

Největším přínosem tohoto projektu je samozřejmě zatraktivnění regionu pro potenciální návštěvníky regionu.

V rámci projektu dojde také k zatraktivnění místní části Jižních svahů. Místní obyvatelstvo jistě velmi pozitivně ohodnotí nápad realizace komplexu takového typu, který ve Zlíně ani

okolí nemá konkurenci, a ve kterém budou rádi trávit svůj volný čas. Mimo jiné také určitě uvítají s výstavbou komplexu související, zlikvidování stávající hrozivě vypadající rozestavené železobetonové konstrukce, která zde beze změny stojí již několik let.

ZÁVĚR

Z analýz provedených v této práci jednoznačně vyplývá, že region Zlínsko má dobrý potenciál a je vhodným kandidátem na rozvoj cestovního ruchu a služeb v něm. Na tento region jsem se zaměřila z důvodu, že je mi tato oblast velmi blízká. Ve Zlíně jsem se narodila a žiji zde dodnes.

Z analýzy současného stavu regionu jsem došla k závěru, že se jedná o region rozprostírající se v nádherné rozmanité krajině, vhodné k trávení aktivního turismu. Dále je Zlínsko regionem s bohatou historií a tradicí. Ke každoročně pořádaným akcím patří Mezinárodní filmový festival pro děti a mládež, dále pak automobilový závod Barum Czech Rally Zlín, či tradiční vizovické trnkobranní. Jedná se o akce velmi oblíbené, což dosvědčuje i každoroční vysoká účast návštěvníků.

Ze zpracované SWOT analýzy vyplývá značné množství silných stránek regionu. Silné stránky regionu se stávají základem, na kterém je stavěno a ze kterého pak vychází nabídka regionu. Zlínsko je regionem ideálním pro rozvoj cestovního ruchu, ať už z hlediska atraktivity krajiny či různorodosti nabízených možností jak volný čas strávit. Malebná krajina je ideální pro různé druhy aktivního turismu, který je v poslední době tolik oblíben. Různorodost nabídky regionu zaručuje spokojenost všech věkových i sociálních skupin obyvatel. Nabídka regionu zahrnuje snad vše, na co si jen vzpomenete, ať se jedná o hrady, zámky, církevní památky, přírodní památky, či různé kulturně – společenské akce. Na své si přijdou i zastánci lázeňského turismu, milovníci koní, či třeba golfu. Za velmi významnou turistickou atraktivitu považují zoologickou zahradu Zlín Lešná, která je jako jedna z mála atraktivit Zlínska samostatným turistickým cílem.

Slabé stránky je třeba včas správně vyhodnotit a následně se snažit je eliminovat. Pokud nebude slabá stránka eliminována, stává se pak jistou bariérou, která může bránit regionu v patřičném rozvoji.

K hlavním slabým stránkám regionu Zlínsko, které byly na základě provedené SWOT analýzy zjištěny, patří zejména nedostatečná dopravní infrastruktura regionu a s tím související jeho špatná dostupnost. Doprava regionu je většinou tvořena dopravou autobusovou, některé regiony disponují železniční stanicí, především se jedná o obce na trati Otrokovice – Zlín – Vizovice. Síť místních komunikací nižších tříd je rozsáhlá, ale nachází se ve velmi špatném stavu, což je způsobeno nedostatkem finančních prostředků na jejich údržbu a

opravy. K dalším významným slabým stránkám regionu patří nízká profesionální úroveň zaměstnanců pracujících v oblasti cestovního ruchu. Tato slabá stránka je problémem velmi častým a trápí nejen tento region. V neposlední řadě patří mezi slabé stránky nedostatečné využití předností, kterými jednotlivé regiony disponují. Této chybě se nevyvaroval ani region Zlínsko.

Dalším bodem SWOT analýzy bylo vyhodnocení hrozeb. Z aktuálních hrozeb, které mohou region postihnout, bych zmínila především možný pokles návštěvnosti v regionu, který můžeme chápat jako důsledek hospodářské krize. A nebude se jednat jistě o hrozbu jen pro tento region.

Pomocí SWOT analýzy byly vyhodnoceny také příležitosti regionu. K těm patří zejména vhodný potenciál k rozvoji agroturistiky, ekoturistiky, či hipoturistiky. Pozitivem je jistě i stoupající zájem turistů o aktivní trávení volného času a celkově zvyšující se zájem obyvatel České republiky o domácí turistiku.

Cílem diplomové práce, bylo vypracování projektu, který by napomohl zvýšit turistickou atraktivitu v regionu Zlínsko.

Projektová část je nejdříve soustředěna na vize a cíle regionu, z těch je vycházeno a následně navrženo několik projektových opatření. Jedná se o různá opatření, která by měla vést v konečné fázi ke stejnému cíli, a to ke zvýšení turistické atraktivity regionu. Jedná se např. o projekt školení pracovníků v cestovním ruchu, či o kampaně k potlačení xenofobních nálad místních obyvatel, nebo třeba o projekt tvorby produktových balíčků. Projektová část disponuje i ukázkou, jak by takové produktové balíčky mohly vypadat. Vzhledem k časovému aspektu je ale vybrán pouze jeden projekt, kterému se věnuji podrobněji. Po důkladném zvážení jsem vybrala a zpracovala projekt na výstavbu sportovně – relaxačního komplexu ve Zlíně na Jižních Svazích. Důvodem tohoto rozhodnutí byla především skutečnost, že Zlín ani jeho blízké okolí komplexem podobného typu nedisponuje. A jedním z důvodů byla také osobní sympatie s tímto projektem.

Realizace tohoto projektu by jistě mohla napomoci ke zvýšení turistické atraktivity regionu Zlínsko a přilákat tak více potenciálních turistů do těchto koutů. Domnívám se tedy, že stanovený cíl mé diplomové práce byl splněn.

SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

Monografie:

- [1] ČECH, J. *Malá encyklopedie cestovního ruchu*. 1. vyd. Praha: IDEA SERVIS, konsorcium. 1998. 130 s. ISBN 80-85-970-19-8.
- [2] FORET, M., FORETOVÁ, V. *Jak rozvíjet místní cestovní ruch*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing. 2001. 180 s. ISBN 80-247-0207-X.
- [3] GIRGEL, M. *Minerální prameny Zlínského kraje*. 1. vyd. Zlín: Zlínský kraj, 2008. 116 s. bez ISBN
- [4] HESKOVÁ, M. a kol. *Cestovní ruch pro vyšší odborné školy a vysoké školy*. 1. vyd. Praha: Fortuna, 2006. 224 s. ISBN 80-7168-948-3.
- [5] HLADKÁ, J. *Technika cestovního ruchu*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 1997. 168 s. ISBN 80-7169-476-2.
- [6] HORNER, S., SWARBROOKE, J. *Cestovní ruch, ubytování a stravování, využití volného času*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2003. 488 s. ISBN 80-247-0202-9.
- [7] INDROVÁ M. a kol. *Cestovní ruch*. 1. vyd. Praha: Oeconomica, 2009. 122 s. ISBN 978-80-245-1569-4.
- [8] JAKUBÍKOVÁ, D. *Marketing v cestovním ruchu*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2009. 288 s. ISBN 978-80-247-3247-3.
- [9] JAKUBÍKOVÁ, D. *Strategický marketing*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2008. 272 s. ISBN 978-80-247-2690-8.
- [10] JANEČKOVÁ, L., VAŠTÍKOVÁ, M. *Marketing měst a obcí*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 1999. 184 s. ISBN 80-7169-750-8.
- [11] KLIMEŠ, R. *Zlín – Zlínsko*. 1. vyd. Zlín: Ateliér Regulus, 2004. 399s. ISBN 80-239-2973-9.
- [12] NEKUDA, V. *Zlínsko*. 1. vyd. Brno: Muzejní a vlastivědná společnost, 1995. 783 s. ISBN 80-85048-57-4.
- [13] PALÁTKOVÁ, M. *Marketingová strategie destinace cestovního ruchu*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2006. 224 s. ISBN 80-247-1014-5.

- [14] PÁSKOVÁ, M., ZELENKA, J. *Cestovní ruch – výkladový slovník*. 1. vyd. Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj ČR, 2002. 448 s. ISBN 80-239-0152-4.
- [15] PAULIČKOVÁ, R. *Teoretické otázky regionálního a městského marketingu*. 1. vyd. Plzeň: Západočeská univerzita v Plzni, 2005. 126 s. ISBN 80-7043-365-5.
- [16] PETRŮ, Z. *Základy ekonomiky cestovního ruchu*. 1. vyd. Praha: IDEA SERVIS, konsorcium. 1999. 103 s. ISBN 80-85970-29-5.
- [17] RYGLOVÁ, K. *Cestovní ruch – soubor studijních materiálů*. 3. rozšířené vyd. Ostrava: KEY Publishing s.r.o., 2009. 187 s. ISBN 978-80-7418-28-6.

Internetové zdroje:

- [18] *Český statistický úřad: demografické údaje* [online]. [cit. 2010-03-09]. Dostupný z WWW: <http://www.zlin.czso.cz/xz/redakce.nsf/i/mesta_a_obce>.
- [19] *Fondy Evropské Unie: regionální operační program NUTS II Střední Morava* [online]. [cit. 2010-04-05]. Dostupný z WWW: <<http://www.strukturalni-fondy.cz/getdoc/d67b43ba-143b-4541-9624-8f9943ac3c15/ROP-NUTS-II-Stredni-Morava.>>
- [20] *Golf Club Lázně Kostelec: mapa nového hřiště* [online]. [cit. 2010-04-04]. Dostupný z WWW: <<http://www.gclk.cz/aktuality/mapa-noveho-hriste/>>.
- [21] *Chráněná území Zlínského kraje: přírodní památky Zlínska* [online]. [cit. 2010-03-12]. Dostupný z WWW: <<http://nature.hyperlink.cz/>>.
- [22] *Katastr nemovitostí: informace o pozemku* [online]. [cit. 2010-04-11]. Dostupný z WWW: <<http://nahlizenidokn.cuzk.cz/>>.
- [23] *C.V.AK. Zlín: lanové centrum Zlín-Mladcová* [online]. [cit. 2010-03-19]. Dostupný z WWW: <<http://www.cvakzlin.cz/lanove-centrum/>>.
- [24] *Region Zlínsko: základní informace o svazku* [online]. [cit. 2010-02-27]. Dostupný z WWW: <http://www.regionzlinisko.cz/zak_info.htm>.
- [25] *Wikipedie – encyklopedie: informace o členech regionu* [online]. [cit. 2010-03-13]. Dostupný z WWW: <http://cs.wikipedia.org/wiki/Hlavn%C3%AD_strana>.

[26] *Zádveřice-Raková: základní informace o obci* [online]. [cit. 2010-03-15]. Dostupný z WWW: <<http://www.zadverice.cz/>>.

[27] *Zlín: informace o městě Zlín* [online]. [cit. 2010-03-15]. Dostupný z WWW: <<http://www.zlin.eu/>>.

Ostatní zdroje:

[28] Propagační materiály členů regionu Zlínsko

SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK

CR Cestovní ruch

IRC Intercontinental Rally Challenge

PP Přírodní památka

PR Public relations

WTO World Tourism Organization – Světová organizace cestovního ruchu

SEZNAM OBRÁZKŮ

Obr. 1 Systém cestovního ruchu	17
Obr. 2 Tradiční marketingový komunikační mix.....	28
Obr. 3 Mapa – členové regionu Zlínsko	37
Obr. 4 Program WinQSB – Zadání do tabulky.....	85
Obr. 5 Program WinQSB – Vyhodnocená výstupní tabulka	86
Obr. 6 Program WinQSB – Kritická cesta	86
Obr. 7 Program WinQSB – Grafické znázornění kritické cesty	87

SEZNAM TABULEK

Tab. 1 Marketingový mix pro produkt obce	25
Tab. 2 SWOT analýza.....	32
Tab. 3 Populační vývoj obcí v letech 2004 – 2008.....	48
Tab. 4 Ceny celodenního vstupného aquaparku	80
Tab. 5 Ceny vstupného plavecký bazén 50 m.....	81
Tab. 6 Ceny ubytování	82
Tab. 7 Ceny za pronájem konferenční místnosti	82
Tab. 8 Činnosti projektu výstavby sportovně – relaxačního komplexu	84
Tab. 9 Finanční náklady na výstavbu sportovně – relaxačního komplexu	88
Tab. 10 Měsíční náklady na provoz sportovně – relaxačního komplexu	89
Tab. 11 Měsíční příjmy z provozu sportovně – relaxačního komplexu	90
Tab. 12 Rizika projektu	92

SEZNAM PŘÍLOH

Příloha P I: Síť MHD Dopravní společnost Zlín – Otrokovice s.r.o.

Příloha P II: Mapa plánovaného rozšířeného golfového hřiště ve Zlíně Kostelci

Příloha P III: Cenová mapa lokality realizace projektu Zlín Jižní Svahy

Příloha P IV: Fotogalerie atraktivit regionu Zlínsko

**PŘÍLOHA P II: MAPA PLÁNOVANÉHO ROZŠÍŘENÉHO
GOLFOVÉHO HŘIŠTĚ VE ZLÍNĚ- KOSTELECI**



PŘÍLOHA P IV: FOTOGALERIE ATRAKTIVIT REGIONU ZLÍNSKO



Zámek Zlín



Zámek Luhačovice



Hrad Malenovice



Zámek Lešná



Zámek Vizovice



Hrad Lukov



Kostel sv. Filipa a Jakuba ve Zlíně



Kostel Panny Marie Pomocnice křesťanů, Zlín



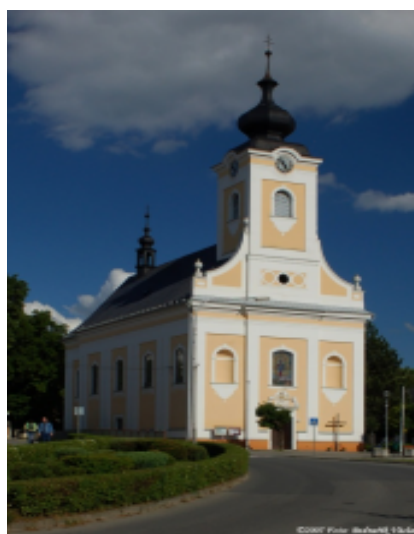
Evangelický kostel ve Zlíně



Kostel sv. Bartoloměje, Březnice



Kostel sv. Mikuláše, Fryšták



Kostel Narození sv. Jana Křtitele



Poutní chrám Narození Panny Marie ve Štíplě



Lázně Luhačovice



Lázně Luhačovice - prameny



Lázně Zlín-Kostelec



Hotel-Lázně Zlín-Kostelec



Bezedník



Čertova skála



Krátky



Vela



Holíková rezervace



Bzová



Obuvnické muzeum ve Zlíně



Vila Tomáše Bati



„jedenadvacítká“



Hvězdárna Zlín