Rozvojová strategie v území působnosti MAS Luhačovského Zálesí v oblasti cestovního ruchu

Bc. Eva Melicharová

Diplomová práce
2013

Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta managementu a ekonomiky

Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta managementu a ekonomiky
Ústav managementu a marketingu
akademický rok: 2012/2013

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

Jméno a příjmení:	**Eva MELICHAROVÁ**
Osobní číslo:	**M090529**
Studijní program:	**N6208 Ekonomika a management**
Studijní obor:	**Management a marketing**
Forma studia:	**kombinovaná**
Téma práce:	**Rozvojová strategie v území působnosti MAS Luhačovského Zálesí v oblasti cestovního ruchu**

Zásady pro vypracování:

Úvod

I. Teoretická část

- **Zpracujte teoretické poznatky týkající se regionálního marketingu.**

II. Praktická část

- **Charakterizujte MAS Luhačovské Zálesí.**
- **Analyzujte současný stav vymezeného území MAS se zaměřením na cestovní ruch.**
- **Vypracujte projekt strategie rozvoje MAS Luhačovského Zálesí v oblasti cestovního ruchu.**

Závěr

Rozsah diplomové práce: **70 stran**

Rozsah příloh:

Forma zpracování diplomové práce: **tištěná/elektronická**

Seznam odborné literatury:

ANDERSON, C. H. a J. W. VINZE. Strategic Marketing Management. 2 ed. Boston: HMN, 2003, 863 s. ISBN 978-0618338078.
BLAŽEK, Jiří a David UHLÍŘ. Teorie regionálního rozvoje. 2. vyd. Praha: Karolinum, 2011, 344 s. ISBN 978-80-246-1974-3.
FORET, Miroslav a Věra FORETOVÁ. Jak rozvíjet místní cestovní ruch. 1. vyd. Praha: Grada, 2001, 178 s. ISBN 80-247-0207-X.
KOTLER, Philips a Kevin Lane KELLER. Marketing management. 12. vyd. Praha: Grada, 2007, 792 s. ISBN 978-80-247-1359-5.

Vedoucí diplomové práce: **Ing. Jaromír Schneider**
Ústav managementu a marketingu

Datum zadání diplomové práce: **22. února 2013**

Termín odevzdání diplomové práce: **2. května 2013**

Ve Zlíně dne 22. února 2013

prof. Dr. Ing. Drahomíra Pavelková
děkanka

L.S.

UNIVERZITA TOMÁŠE BATI VE ZLÍNĚ
Fakulta managementu a ekonomiky

Ing. Pavla Staňková, Ph.D.
ředitel ústavu

PROHLÁŠENÍ AUTORA
BAKALÁŘSKÉ/DIPLOMOVÉ PRÁCE

Beru na vědomí, že:

- odevzdáním bakalářské/diplomové 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];

- bakalářská/diplomová práce bude uložena v elektronické podobě v univerzitním informačním systému,

- na mou bakalářskou/diplomovou 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;

---

[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 závěrečných prací:*

(1) Vysoká škola nevýdělečně 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 uchazečem k obhajobě musí být též nejméně pět pracovních dnů před konáním obhajoby zveřejněny k nahlížení veřejnosti v místě určeném vnitřním předpisem vysoké školy nebo není-li tak určeno, v místě pracoviště vysoké školy, kde se má konat obhajoba práce. Každý si může ze zveřejněné práce pořizovat na své náklady výpisy, opisy nebo rozmnoženiny.

(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 nezasahuje škola nebo školské či vzdělávací zařízení, užije-li nikoli za účelem přímého nebo nepřímého hospodářského nebo obchodního prospěchu k výuce nebo k vlastní potřebě dílo vytvořené žákem nebo studentem ke splnění školních nebo studijních povinností vyplývajících z jeho právního vztahu ke škole nebo školskému či vzdělávacího 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 vážného důvodu, mohou se tyto osoby domáhat nahrazení chybějícího projevu jeho vůle u soudu. Ustanovení § 35 odst. 3 zůstává nedotčeno.

- podle § 60[4] odst. 2 a 3 mohu užít své dílo – bakalářskou/diplomovou 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 bakalářské/diplomové práce využito softwaru poskytnutého Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně nebo jinými subjekty pouze ke studijním a výzkumným účelům (tj. k nekomerčnímu využití), nelze výsledky bakalářské/diplomové práce využít ke komerčním účelům.

Prohlašuji, že:

- jsem bakalářskou/diplomovou práci zpracoval/a samostatně a použité informační zdroje jsem citoval/a;

- odevzdaná verze bakalářské/diplomové práce a verze elektronická nahraná do IS/STAG jsou totožné.

Ve Zlíně 10.4.2013 .....

.....

---

[4] *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:*

(2) Není-li sjednáno jinak, může autor školního díla své dílo užít 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 výdělku jím dosaženého v souvislosti s užitím díla či poskytnutím licence podle odstavce 2 přiměřeně přispěl na úhradu nákladů, které na vytvoření díla vynaložily, a to podle okolností až do jejich skutečné výše; přitom se přihlédne k výši výdělku dosaženého školou nebo školským či vzdělávacím zařízením z užití školního díla podle odstavce 1.

ABSTRAKT

Cílem diplomové práce je vytvoření strategie a navržení konkrétního projektu pro rozvoj cestovního ruchu na území MAS Luhačovského Zálesí. Práce je rozdělena na dvě základní části. Teoretická část obsahuje teoretické poznatky potřebné k vypracování této strategie. Praktická část je věnována analýze zkoumaného území, dále obsahuje SWOT analýzu, která třídí poznatky z analýzy a současně je východiskem pro stanovení vize a jednotlivých strategických cílů. Následuje navržení konkrétního projektu pro rozvoj cestovního ruchu včetně časové a nákladové analýzy.

Klíčová slova: regionální politika, cestovní ruch, SWOT analýza, strategické cíle, strategie, projekt.

ABSTRACT

The aim of this thesis is to create a strategy and design of a specific project for the development of tourism in the MAS Luhačovského Zálesí. The work is divided into two parts. The theoretical part includes theoretical knowledge necessary for the development of this strategy. The practical part is devoted to an analysis of the area, also includes a SWOT analysis which sort findings from the analysis and also the basis for the determination of individual vision and strategic objectives. Followed by the design of a specific project for the development of tourism, including the time and cost analysis.

Keywords: regional policy, tourism, SWOT analysis, strategic objectives, strategy, project..

Ráda bych poděkovala panu Ing. Jaromíru Schneiderovi za odborné vedení diplomové práce a za cenné rady z teoretické i praktické oblasti, které mi velmi ochotně poskytoval.

Dále děkuji panu RNDr. Romanu Kašparovi za poskytnuté informace nezbytné pro napsání této diplomové práce.

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

OBSAH

ÚVOD **12**

I TEORETICKÁ ČÁST **13**

1 MANAGEMENT **14**

1.1 PROCES ŘÍZENÍ 14

1.2 DRUHY ŘÍZENÍ 15

1.3 ŘÍZENÍ VEŘEJNÉ SPRÁVY 16

1.3.1 Manažeři ve veřejném sektoru 17

1.4 MANAGEMENT ÚZEMÍ 17

2 STRATEGICKÉ ŘÍZENÍ A STRATEGIE **19**

2.1 TVORBA STRATEGIE OBCE (REGIONU) 19

2.1.1 Stanovení vize obce (regionu) 19

2.1.2 Externí analýza obce (regionu) 20

2.1.3 Interní analýza obce (regionu) 20

2.1.4 SWOT analýza 21

2.1.5 Formulace strategie a jednotlivých strategických cílů 21

2.1.6 Strategický plán a jeho implementace 21

2.1.7 Zpětná vazba a kontrola 22

3 MARKETING **23**

3.1 PŘEDMĚT MARKETINGU 23

3.2 REGIONÁLNÍ MARKETING 23

3.2.1 Udržitelný rozvoj území 24

3.2.2 Regionální rozvoj 24

3.3 STRATEGIE ROZVOJE MIKROREGIONU 24

3.4 STRATEGIE ROZVOJE OBCE 25

3.5 MARKETING NEZISKOVÝCH ORGANIZACÍ 25

3.5.1 Marketingové prostředí neziskových organizací 26

3.5.1.1 Mikroprostředí 26

3.5.1.2 Makroprostředí 27

4 REGIONÁLNÍ POLITIKA **28**

4.1 REGION 28

4.1.1 Mikroregion 28

4.1.1.1 Místní akční skupina (MAS) 29

4.1.1.2 LEADER ČR 30

4.2 REGIONÁLNÍ STRUKTURA DLE EU 31

4.3 TRENDY V REGIONÁLNÍ POLITICE 32

5 CESTOVNÍ RUCH **34**

5.1 DRUHY CESTOVNÍHO RUCHU 34
5.2 PŘÍNOS CESTOVNÍHO RUCHU 35
5.3 SPECIFIKA TRHU CESTOVNÍHO RUCHU 35
5.4 CESTOVNÍ RUCH V ČR 36
5.5 TRENDY V CESTOVNÍM RUCHU 37
II PRAKTICKÁ ČÁST 39
6 ANALÝZA SOUČASNÉHO STAVU MAS LUHAČOVSKÉ ZÁLESÍ 40
6.1 VYMEZENÍ ÚZEMÍ 40
6.2 GEOGRAFICKÉ HLEDISKO 41
6.3 HISTORIE VZNIKU MAS LUHAČOVSKÉ ZÁLESÍ, O.P.S. 41
6.4 OBYVATELSTVO 41
6.4.1 Vývoj počtu obyvatel 42
6.4.2 Migrace obyvatel 43
6.4.3 Věkové složení obyvatelstva 43
6.4.4 Úroveň vzdělání 44
6.4.5 Trh práce a nezaměstnanost 44
6.5 ŽIVOTNÍ PROSTŘEDÍ 45
6.5.1 Ochrana životního prostředí 46
6.6 PRŮMYSL 46
6.7 ZEMĚDĚLSTVÍ 47
6.8 LESNICTVÍ 48
6.9 ŠKOLSTVÍ 49
6.10 ZDRAVOTNICTVÍ 49
6.11 TECHNICKÁ INFRASTRUKTURA 50
6.11.1 Kanalizace a čistírny odpadních vod 50
6.11.2 Vodovody 50
6.11.3 Plynofikace 51
6.11.4 Mobilní pokryktí a internetové připojení 51
6.12 DOPRAVA 51
6.12.1 Silniční 51
6.12.2 Železniční 52
6.12.3 Autobusová 52
6.13 KULTURNÍ PAMÁTKY 52
6.14 KULTURNÍ AKCE 52
6.15 CESTOVNÍ RUCH 53
6.15.1 Ubytování 53
6.15.2 Stravování 54
6.15.3 Turistika 55
6.15.4 Cykloturistika 57
6.15.5 Běžkování a lyžování 58

6.15.6 Plavání 58
7 SWOT ANALÝZA 60
7.1 Silné stránky 60
7.2 Slabé stránky 60
7.3 Příležitosti 61
7.4 Hrozby 61
8 ROZVOJOVÁ STRATEGIE ÚZEMÍ MAS LUHAČOVSKÉ ZÁLESÍ V OBLASTI CESTOVNÍHO RUCHU 62
8.1 Kritické body 62
8.2 Vize rozvoje území MAS Luhačovské Zálesí v oblasti cestovního ruchu 63
8.3 Strategické cíle rozvoje regionu 63
8.3.1 Rozšíření nabídky lázeňské oblasti pro jiné cílové skupiny 63
8.3.2 Propagace regionu – snadno přístupné informace pro turisty 63
8.3.3 Podpora rozvoje tradic a tradičních regionálních produktů 64
8.3.4 Kvalifikovaný personál 65
8.3.5 Cestovní ruch trochu jinak – agroturistika 65
9 VYBRANÝ PROJEKT – LANOVÝ PARK U LUHAČOVICKÉ PŘEHRADY 66
9.1 Popis projektu 66
9.2 Cíl projektu 66
9.3 Financování projektu 66
9.4 Cílové skupiny projektu 67
9.5 Výběr lokality 67
9.6 Typy lanových parků 68
9.6.1 Lanový park na kůlech 68
9.6.2 Dětský lanový park 69
9.6.3 Lanový park s nízkými lanovými překážkami 70
9.6.4 Lanový park s vysokými lanovými překážkami 70
9.7 Jistící systémy 71
9.8 Výběr dodavatele 72
9.9 Návrh lanového parku 72
9.9.1 Cenový odhad 73
9.9.2 Provoz lanového parku 73
9.9.2.1 Školení obsluhy 74
9.9.2.2 Otevírací doba 74
9.9.2.3 Ceník 74
9.9.2.4 Revize lanového parku 74
10 ČASOVÁ A NÁKLADOVÁ ANALÝZA, STANOVENÍ RIZIK A PŘÍNOSŮ NAVRHOVANÉHO PROJEKTU 76

10.1 ČASOVÁ ANALÝZA 76
10.1.1 Časová analýza pomocí programu WinQSB 76
10.2 NÁKLADOVÁ ANALÝZA 79
10.3 STANOVENÍ RIZIK 80
10.4 STANOVENÍ PŘÍNOSŮ 81
10.5 ZHODNOCENÍ RIZIK A PŘÍNOSŮ 82
ZÁVĚR 83
SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY 84
SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK 88
SEZNAM OBRÁZKŮ ..... CHYBA! ZÁLOŽKA NENÍ DEFINOVÁNA.
SEZNAM TABULEK 90
SEZNAM PŘÍLOH 91

ÚVOD

Cestovní ruch je součástí moderního života dnešní společnosti a je také nezanedbatelnou součástí národního hospodářství. Česká republika je vhodnou destinací cestovní ruchu nejen pro místní obyvatele, ale i pro zahraniční turisty, kteří přijíždějí za poznáním a odpočinkem. Jejími přednostmi jsou přírodní, kulturní a historické památky, které jsou jedinečné a unikátní. Cestovní ruch není v současné době spojován pouze s krásnou přírodou a památkami. V dnešní době roste poptávka po zážitkových produktech a zábavě.

Území pro které jsem si vybrala toto téma diplomové práce je převážně lázeňským územím a právě lázně jsou jedním z největších lákadel cestovního ruchu v této oblasti. V posledních letech klesá počet návštěvníků lázeňských zařízení a proto je třeba zaujmout návštěvníky i jinými možnostmi, které tato oblast nabízí nebo vybudovat zcela nové atraktivity, které budou lákat návštěvníky k trávení volného času do těchto míst. Tyto nové atraktivity jsou odrazem moderního života a nabízejí člověku nová poznání a zážitky. Zdroje z cestovního ruchu tvoří nemalý příjem pro místní i celostátní ekonomiku, proto je žádoucí neustále vynakládat investice a úsilí na podporu udržitelnosti a rozvoje cestovního ruchu.

Cílem této diplomové práce je zpracovat projekt na podporu cestovního ruchu na území MAS Luhačovského Zálesí (dále jen MAS LZ). V teoretické části jsou zmíněny hlavní oblasti dané problematiky. V následující praktické části je provedena analýza území například z pohledu přírodního, geografického, demografického a kulturního. Na základě této analýzy je sestavena SWOT analýza, která třídí získané informace a je východiskem pro strategickou část práce. Zde je stanovena vize daného území a jednotlivé strategické cíle.

Na základě těchto strategických cílů je vybrán projekt, který by měl zatraktivnit dané území a přilákat návštěvníky do tohoto krásného kouta České republiky.

I. TEORETICKÁ ČÁST

1 MANAGEMENT

Podle R. J. Aldaga a R. J. Stearnse (1987) je management neboli řízení procesu systematického plánování, organizování, vedení lidí a kontrolování, který směřuje k dosažení cílů organizace.

Jde o vzájemně provázaný systematický sled aktivit a úkonů, které jsou odvozeny z konkrétních cílů stanovených členy organizace. (Bělohlávek, Košťan, Šuleř, 2001, s.24).

1.1 Proces řízení

Všechny manažerské aktivity jsou nedílnou součástí procesu řízení a jsou vzájemně propojeny. Těmito aktivitami jsou:

- **Plánování** – je organizační proces, který zahrnuje stanovení cílů společnosti, výběr vhodných prostředků a způsobu jejich dosažení a definování očekávaných výsledků ve stanoveném čase a požadované úrovni. Součástí je také stanovení měřítka kontroly a způsobu hodnocení dosažených výsledků. Plánování má přímý vliv na efektivitu organizačních činností, rozvoj organizace, snižování rizika a celkovou výkonnost společnosti. (Bělohlávek, Košťan, Šuleř, 2001 s. 24 a 95-98)
- **Organizování** – smyslem je rozdělení práce mezi členy organizace, přidělování potřebných zdrojů a koordinace jejich aktivit, tak aby byly zaměřeny k dosahování stanovených cílů. Organizování umožňuje sledování jednotlivých aktivit organizace, přidělení odpovědností za jednotlivé oblasti činností, což vede k efektivní činnosti a efektivnějšímu využití zdrojů. (Bělohlávek, Košťan, Šuleř, 2001 s. 24 a 115)
- **Vedení** – je motivování a ovlivňování aktivit podřízených pracovníků. Důležitá je práce manažerů, aby správně motivovali podřízené pracovníky k vyvinutí nejvýše možného úsilí k plnění jednotlivých úkolů a toto úsilí usměrňovat požadovaným cílům. Tomuto přístupu k podřízeným říkáme styl vedení. (Bělohlávek, Košťan, Šuleř, 2001 s. 24 a 133)
- **Kontrolování** – znamená sběr a následné vyhodnocování a srovnávání dosažených informací s plánovanými cíli. To umožňuje napravovat chybné nebo nedostatečné plnění úkolů tzv. odchylky a jejich nápravu. Kontrola je nezbytnou součástí všech úrovní řízení. (Bělohlávek, Košťan, Šuleř, 2001 s. 24 a 175 -176)

1.2 Druhy řízení

Proces řízení se objevuje v různých oblastech života jakékoli organizace a nabývají specifického charakteru. Druhy řízení jsou např.:

- **strategické řízení** – součástí je stanovení vize a poslání společnosti, z nichž se vyvozují dlouhodobé strategické cíle na základě strategické analýzy, stanovené současné pozice organizace a trendů budoucího vývoje. Zvolí se optimální strategie, jejíž součástí je také implementace zvolených strategických plánů, jejich monitorování a vyhodnocování. Stěžejním smyslem strategického řízení je získat v určeném čase silnější strategickou konkurenční pozici než je ta současná. (Bělohlávek, Košťan, Šuleř, 2001 s. 24 a 189-190)
- **řízení trhu (marketing)** – marketing stimuluje výzkum a nové myšlenky a dává zákazníkům možnost vybrat si mezi různými druhy zboží, čímž uspokojují své potřeby. Součástí marketingu je vývoj a výroba výrobku, určování jeho ceny, distribuce, propagace, prodej a poprodejní služby. Součástí je také analýza trhu a prostředí, chování zákazníka, styk s veřejností, služby zákazníkům a mnoho jiných činností. (Bělohlávek, Košťan, Šuleř, 2001 s. 25 a 277-279)
- **řízení financí** – stanovuje finanční cíle, optimální financování k dosažení finančních cílů, hledá metody efektivního řízení kapitálu a zabezpečení finanční rovnováhy organizace. (Bělohlávek, Košťan, Šuleř, 2001 s. 25 a 315)
- **řízení lidských zdrojů –** dosahuje organizačních cílů za pomoci lidských zdrojů. Zahrnuje vyhledávání, výběr, přijímání pracovníků a jejich rozvoj a vzdělání v souladu s potřebami organizace. Dále hledá a stanovuje optimální formy motivace pracovníků, jejich hodnocení a odměny. (Bělohlávek, Košťan, Šuleř, 2001 s. 25 a 357)
- **řízení kvality** – zahrnuje činnosti, které vedou ke splnění požadavků na kvalitu, postupů, procesů a zdrojů potřebných k uspokojování interních potřeb organizace, stejně jako externích potřeb zákazníků. (Bělohlávek, Košťan, Šuleř, 2001 s .25 a 418)
- **řízení informací** – základem je vyhledávání, zpracovávání a přenášení informací, dat a znalostí. Je to prostředek zpracování údajů do informací, které jsou využity manažery v procesech rozhodování pro plánování, řízení a kontrolu všech aktivit,

za které jsou odpovědni, a které vedou k dosažení stanovených cílů společnosti. (Bělohlávek, Košťan, Šuleř, 2001 s. 25 a 397-398)

- **krizové řízení** – je proces, který pomáhá společnosti vyrovnat se s významnými a neočekávanými situacemi, které mohou ohrozit stanovené strategické cíle, stejně jako celou organizaci. Vede rozhodovací proces k rychlému, ale neuspěchanému rozhodnutí krizové situace, ve které se organizace ocitla. (Bělohlávek, Košťan, Šuleř, 2001 s. 25 a 227)
- **řízení změn –** realizuje cílené změny v organizaci na základě změněných nových podmínek. Vztahuje se k jakékoli změně činností v organizaci. Důležité je včas rozeznat potřebu změny v organizaci, což může někdy mít pro společnost existenční význam. Cílem je zlepšení podnikové výkonnosti a konkurenční schopnosti. (Bělohlávek, Košťan, Šuleř, 2001 s. 25 a 251)

Mezi další oblasti s uplatněním principů řízení patří především řízení výroby a služeb, řízení inovací, řízení vztahů k veřejnosti, řízení obchodu, řízení rizik atd. (Bělohlávek, Košťan, Šuleř, 2001, s. 26)

Všechny druhy řízení jsou uplatňovány, jak v podnikových organizacích, tak také ve veřejné správě.

1.3 Řízení veřejné správy

70. léta minulého století byla poznamenána ropnými krizemi, politickými konflikty a prohlubující se globalizací, což mělo za následek změnu v pojetí managementu. Docházelo k uplatňování managementu změny. Změny v prostředí, kde působily podniky, byly stále častější a prostředí stále více nestabilní. Tento vývoj společnosti mělo za důsledek i zásah do veřejné správy, který se ubíral směrem k pojetí řízení ve veřejné správě. S tím souvisel vznik různých teorií a praktických modelů. Řízení veřejné správy zahrnuje správu stejně tak i její organizaci k dosažení cílů s maximální úspěšností a odpovědností za výsledky. S tím jsou spojené i změny požadavků na dovednosti a schopnosti manažerů ve veřejné správě. (Tittelbachová, 2011, s. 156-157)

1.3.1 Manažeři ve veřejném sektoru

Zásadním kritériem pro rozhodování ve veřejném sektoru je sledování tzv. veřejného zájmu. Ale i za těchto okolností je nutné aplikovat manažerské přístupy do řízení veřejného sektoru.

Manažer ve veřejné správě musí umět:

- tvořit strategické vize a plány pro rozvoj státu i místní samosprávy,
- zajistit sběr a analýzu informací pro rozhodování,
- spravovat přidělené fondy a financovat z nich programy a služby,
- hodnotit dosahování výsledků.

Manažeři veřejné správy reprezentují organizaci na veřejnosti, kde prezentují organizaci a její cíle a zároveň získávají podporu vnějšího prostředí pro realizaci svých cílů. V praxi využívají především strategický management k formulaci vize organizace a její realizaci prostřednictvím strategického plánování, jehož součástí jsou dlouhodobé cíle. Musí být schopni reagovat na měnící se požadavky veřejnosti v měnícím se ekonomickém, společenském a politickém prostředí. (Tittelbachová, 2011, s. 158-159)

1.4 Management území

Centralizovaně pojatý management byl v průběhu první poloviny minulého století jedním z rozhodujících faktorů, který pomáhal vytvořit koncentrované ekonomické a správní celky jak v tržních, tak centrálně plánujících ekonomikách. To vedlo ke vzniku velkých ekonomicky i územně centralizovaných celků. Od 70. let docházelo ke změnám od centrálně řízených podnikových celků k decentralizačním představám představovaným především delegováním autorit a pravomocí.

Rozvoj území je víceúčelový proces, na který nelze použít jeden pracovní styl, či ekonomickou metodu. Využití ploch v území jako ekonomického zdroje, představována rozmanitostí změnou, což je klíčem vytváření užitků a ekonomických efektů. V každém území existují speciální vztahy, pracovní potenciál, produkty a suroviny, které se odlišují od ostatních. Investiční návrh je může zhodnotit, ale také promrhat. Například průmyslově využívané plochy se mohou stát plochami pro smíšené využití bytového a administrativního charakteru či pro využití ve službách. Projekty podporující rozvoj infrastruktury, finan-

cované z veřejných prostředků je tzv. iniciující situací. Jejich rozsah a dosah ve směru financí a počtu vytvořených pracovních míst má být násobně vyšší a trvalejší než počáteční veřejné investice. (Beran, Dlask, 2005, s. 110-113)

2 STRATEGICKÉ ŘÍZENÍ A STRATEGIE

Strategické řízení je souborem manažerských rozhodnutí, která ovlivňují dlouhodobou výkonnost firmy. V důsledku vývojových trendů (internacionalizace, globalizace, informatizace, ekologizace aj.) se před firmami objevují stále nové příležitosti. K využití těchto příležitostí ve prospěch firmy z dlouhodobého hlediska je nutné uplatňovat vhodné strategické řízení. (Srpová, 2011, s. 161)

Nezbytnou součástí strategického řízení pro úspěšný rozvoj podniku je kvalitní strategie. To platí pro firmy různých velikostí i různých typů. (Dedouchová, 2001, s.1)

Vytvoření strategie firmy je klíčovým úkolem společnosti a má rozhodující vliv na budoucí pozici firmy na trhu. Tvoří základ pro veškeré rozhodování, plánování a realizaci operativních cílů. Krátkodobé cíle všech oddělení podniku se musí přizpůsobovat celkovým strategickým cílům firmy. (Srpová, 2011, s.160)

Zpracování strategie se odvíjí od poslání společnosti a stanovení strategických cílů. Důležitou součástí je strategická analýza. Ta obsahuje analýzu okolí podniku tzv. externí analýzu a analýzu zdrojů a schopností podniku tzv. interní analýzu. Následuje výběr vhodné varianty strategie na jednotlivých úrovních řízení a její samotné zavedení neboli implementace. V daném časovém intervalu např. jednoho roku se zpětnou vazbou kontroluje, zda bylo dosaženo stanovených cílů a k jakým došlo změnám uvnitř i v okolí podniku. (Dedouchová, 2007, s. 12; 2001, s. 5)

Výše popsané teoretické poznatky vycházejí ze strategického řízení podniku. Stejné principy tohoto řízení platí i pro strategické řízení ve veřejné správě, které je podstatou této diplomové práce. Následující část je věnována tvoření strategie obce (regionu).

2.1 Tvorba strategie obce (regionu)

2.1.1 Stanovení vize obce (regionu)

Vize obce (regionu) je to, čeho chce dosáhnout. Měla by být průnikem názorů tzv. společným zájmem zúčastněných subjektů a měla by vyjadřovat základní představy obce (regionu) např.:

- obec je přitažlivým, bezpečným a zdravým místem,

- jsou zde příležitosti k podnikání,
- jsou zde dobré komunikace a infrastruktura,
- jsou zde kulturní a společenské akce. (Harasimová, 2009, s. 99)

2.1.2 Externí analýza obce (regionu)

Analýza prostředí – technické, zákonodárné, ekonomické, kulturní a demografické. Analýza spotřebitelů, segmentace, motivace, analýza konkurenčních obcí (regionů), rozbor úspěšnosti některých akcí realizovaných srovnatelnými obcemi (regiony), analýza image, kultury, tržní analýza – velikost jednotlivých trhů (cestovního ruchu, nabídky stavebních parcel, vytváření podnikatelských zón apod.), jejich předpokládaný růst, náklady a bariéry vstupu, klíčové faktory úspěchu. (Harasimová, 2009, s. 100)

Součástí je analýza externích faktorů, které ovlivňují vývoj obce (regionu). Tyto faktory se stále v pomalém tempu mění, proto je vhodné je do analýzy zařadit. Jedná se např. o rostoucí mobilitu firem, propojení rychlostními železnicemi, vstupy zahraničního kapitálu, rostoucí význam čistého životního prostředí, využívání nových surovinových nebo energetických zdrojů aj. (Harasimová, 2009, s. 104)

Výsledkem externí analýzy je stanovení příležitostí a hrozeb pro SWOT analýzu, která je dalším krokem v tvořené strategii.

2.1.3 Interní analýza obce (regionu)

Vychází z analýzy organizace obecního úřadu, schopnosti a kvalifikace zaměstnanců, rozbor minulé a současné strategie, analýza financování obce, spokojenost občanů, kvalita poskytovaných služeb atd. (Harasimová, 2009, s. 100)

Součástí interní analýzy je také zhodnocení vnitřních faktorů vymezeného území obce (regionu). Patří sem analýza přírodních podmínek (např. poloha, přírodní zdroje, kvalita životního prostředí aj.), demografická analýza (např. počet obyvatel, věková struktura, hustota osídlení, vzdělanost aj.), ekonomická analýza obce (regionu) (např. zaměstnanost, podíl cestovního ruchu na ekonomice, velikosti podniků aj.), analýza dopravní infrastruktury (např. úroveň komunikací, silniční, autobusová, železniční doprava aj.) analýza občanské infrastruktury (např. školství, zdravotnictví, kultura, ubytovací a stravovací zařízení aj.) (Harasimová, 2009, s. 101-103)

Výsledkem interní analýzy je stanovení silných a slabých stránek pro SWOT analýzu, která je dalším krokem v tvořené strategii.

2.1.4 SWOT analýza

SWOT analýza třídí poznatky a vzájemné vztahy externího a interního marketingového prostředí získané na základě situační analýzy. Obsahuje celkové vyhodnocení silných a slabých stránek, příležitostí a hrozeb společnosti. (Kotler, Keller, 2007, s. 90)

SWOT analýza slouží jako základ pro vypracování strategie i jednotlivých rozvojových programů obce (regionu). Zároveň slouží jako nástroj informování interních a externích partnerů. (Harasimová, 2009, s. 101)

2.1.5 Formulace strategie a jednotlivých strategických cílů

Strategie by měla být jedinečná, postavena na schopnostech a přednostech firmy (obce). Měla by vytvářet, posilovat nebo rozšiřovat konkurenční výhodu dané organizace (obce). Dále by měla reagovat na stanovené hrozby, potlačovat slabé stránky a hledat a využívat nové příležitosti. Zároveň by měla předvídat a rozpoznávat změny a využívat je ve svůj prospěch. To vše v souladu se stanovenou vizí. (Srpová, 2011, s. 177)

Úspěšná strategie by měla:

- být orientovaná na budoucnost
- využívat konkurenční výhodu firmy (obce), její silné stránky
- být konzistentní s trendy probíhajícími v okolí firmy (obce)
- zohledňovat firemní kulturu (Dedouchová 2001 cit. podle Srpová, 2011, s. 161)

2.1.6 Strategický plán a jeho implementace

Strategie je jasně definovaný proces, který popisuje aktuální stav a způsob, jak za daných podmínek dosáhne společnost (obec) stanovených strategických cílů. To lze učinit pomocí strategických scénářů, které jsou součástí strategického plánu. Strategickými scénáři rozumíme koordinovaný sled kroků a činností, které je nutno udělat k dosažení vytyčených cílů. Zjednodušeně můžeme říci, že strategický plán popisuje KDE se společnost nachází a KAM směřuje. (Havlíček 2009 cit. podle Srpová, 2011, s. 160)

2.1.7 Zpětná vazba a kontrola

Při realizaci strategie je nutné sledovat výsledky a monitorovat nový vývoj. Prostředí v okolí společnosti se mění a vyvíjí se, některé pomalu a předvídatelně, některé zůstává stejné a některé se mění rychle a dokonce značně a nepředvídatelně. Stejně tak i společnost (obec) sledující stanovenou strategii musí občas přehodnotit implementaci strategie, její cíle a někdy dokonce strategii samotnou. (Kotler a Keller, 2007, s. 97)

3 MARKETING

Dle Kotlera (2007) se marketing zabývá zjišťováním a naplňováním lidských a společenských potřeb. Na marketingových schopnostech často závisí finanční úspěch organizace, protože dostatečná poptávka po výrobcích a službách je klíčovým vodítkem k dosažení zisku. Neméně důležitou skutečností je pozorné sledování zákazníků, ale stejně tak i konkurentů na trhu a s tím související neustálé zlepšování nabídek. Pracovníci v marketingu musí činit závažná rozhodnutí, na kterých závisí úspěch společnosti. Marketing je nikdy nekončící činností. (Kotler a Keller, 2007, s. 278).

Marketing začíná už před vývojem samotného produktu a pokračuje i po jeho prodeji. Můžeme říci, že začíná u potřeb potenciálních zákazníků. Poskytuje směr pro výrobu a zajišťuje, aby se výrobek dostal včas k zákazníkovi. (Bělohlávek, Košťan, Šuleř, 2001, s. 279).

3.1 Předmět marketingu

Předmětem marketingu je deset typů objektů:

- Výrobky – fyzické zboží, hlavní část výroby většiny zemí,
- Služby – stále se zvětšující potenciál,
- Události – časově omezené akce (např. umělecká představení, olympijské hry…),
- Zážitky – sladění několika služeb a některého zboží (např. dirigování v orchestru),
- Osoby – celebrity,
- Místa – města, regiony, státy – snaha přilákat, turisty, investory, nové obyvatele…,
- Majetek – nemovitosti, finanční majetek (akcie a obligace),
- Firmy – snaha o dobrou image firem, univerzit, muzeí, neziskových organizací…,
- Informace – školy, univerzity, encyklopedie, odborná literatura…,
- Ideje – patří ke každé marketingové nabídce (Kotler, 2007, s. 25),

3.2 Regionální marketing

Dle Mayera (1999) je regionální marketing rozsáhlou koncepcí dalších disciplín. Komu-

nální marketing je součástí regionálního marketingu se zaměřením na veřejné instituce. Součástí je také marketing měst a obcí. (Pauličková, 2005, s. 13)

3.2.1 Udržitelný rozvoj území

Dle zákona č. 183/2006 Sb., o územním plánování a stavebním řádu udržitelný rozvoj území spočívá ve „vyváženém vztahu podmínek pro příznivé životní prostředí, pro hospodářský rozvoj a pro soudržnost společenství obyvatel území a který uspokojuje potřeby současné generace, aniž by ohrožoval podmínky života generací budoucích“ (§ 18 odstavec 1 stavebního zákona). Tento paragraf je postaven na principu vyváženosti mezi třemi tzv. pilíři udržitelného rozvoje. Těmito pilíři jsou sociální, ekologický a ekonomický pilíř. (Maier, 2012, s. 12)

3.2.2 Regionální rozvoj

Pojem regionální rozvoj je velmi široký pojem a neexistuje jednotná ustálená definice tohoto výrazu. Zahrnuje různé složky, které jsou navzájem propojené. Jsou to např. hospodářský rozvoj, sociální rozvoj, ale také rozvoj jednotlivých složek jako např. rozvoj dopravy či podnikání.

Hlavním smyslem rozvoje regionu je zlepšování podmínek v regionu, tak aby rostl popř. se udržoval blahobyt obyvatel. Zlepšování podmínek v regionu znamená také ekonomický růst samotného regionu a zlepšování kvality životního prostředí obyvatel. (Maier, 2012, s. 171-172)

3.3 Strategie rozvoje mikroregionu

Obce, které se sdružují v mikroregiony, posilují svoji konkurenceschopnost vůči větším městům. Investice budovaná v jedné z obcí mikroregionu může přinést pracovní příležitosti i ostatním obcím. Společná prezentace a propojení kulturních a společenských akcí, může přinést mnohem větší efekt než samostatné aktivity v jednotlivých obcích.

Ve strategii mikroregionu je důležité:

- podporovat a rozvíjet partnerské a rovnoprávné vztahy mezi členskými obcemi,
- dokázat využít možnosti, vědomosti i finanční prostředky jednotlivců a organizací,
- jasně formulovat co strategie nabízí, kam směřuje, čeho chce dosáhnout a jaké hod-

noty jsou důležité,

- spolupráce a zapojení široké veřejnosti, podnikatelů, škol…,
- chápat strategii jako kontinuální proces vyhodnocování dosažených výsledků, působení vnějších vlivů a vnitřních možností, jako průběžné hledání příležitostí a eliminaci hrozeb,
- soustavné sledování situace na trhu, nabízejících se příležitostí a hledání a získávání finančních zdrojů pro rozvoj regionu.

Záměrem je, aby investované prostředky byly zhodnocovány ke spokojenosti místních obyvatel a odrazily se v rostoucím zájmu návštěvníků, turistů, investorů atd.

Na počátku je nutné jasně a stručně formulovat vše, co je z hlediska rozvoje regionu důležité a společným zájmem a s ochotou vzájemné spolupráce pracovat na rozvoji regionu. (Foret a Foretová, 2001, s.162 – 164)

3.4 Strategie rozvoje obce

Strategické plánování obcí je obdobou strategického plánování podniku. Obsah strategického plánu obcí se týká hospodaření s majetkem obce a stanovování jejich rozpočtů. To má spíše krátkodobý charakter, ale stejně tak slouží také k dlouhodobému účelu. Strategický plán úzce souvisí s územním plánováním, který má platnost deset let a jeho změny se provádí formou doplňků. Strategie obcí bývají obvykle tvořeny na období 10 – 15 let. Problémem jsou konfliktní zájmy občanů a podnikatelů, které se setkávají při stanovení strategie obce. (Harasimová, 2009, s. 97)

3.5 Marketing neziskových organizací

Neziskové organizace nevytvářejí zisk k přerozdělení mezi vlastníky, správce nebo zakladatele. Tvoří-li zisk, musí ho vložit zpět k rozvoji organizace a plnění jejich cílů. Hlavním měřítkem neziskových organizací není zisk, ale schopnost naplňovat poslání organizace.

Marketing neziskových organizací má za cíl dostat se do povědomí veřejnosti. Dobrý marketingový program zvyšuje úroveň tohoto povědomí. Efektivní řízení záleží na integraci marketingu do koncepce služby. (Jakubíková, 2009, s. 76-78)

Marketing neziskových organizací se nezaměřuje pouze na objekty, které spotřebovávají jejich služby, ale hlavně na objekty, které je financují. Většina služeb je poskytována zdarma, nebo je hrazena jen částečně. Většina financí plyne z veřejných rozpočtů, od firem nebo od veřejných dárců.

Marketing je pro neziskové organizace důležitou součástí. Zejména pro zajišťování financování, pro aktivní vyhledávání potencionálních uživatelů, používání vhodných kanálů oslovení, protože někteří uživatelé si sami nedokáží informace vyhledat (např. senioři, zdravotně postižení, bezdomovci). Další důvod je tržní konkurence, konkurenti usilují o stejné zdroje financování.

U neziskových organizací je stále překážkou marketingu nedůvěra k samotnému marketingu. Ne tak často u manažerů jako u zaměstnanců na nižší úrovni. Úspěšné budou jen takové organizace, které budou pro okolí dobře čitelné, důvěryhodné a schopné komunikovat. Důležité je umět nabídnout projekty, které budou zajímavé pro firmy, veřejnost i veřejnou správu. (Bačuvčík, 2011, s. 17)

3.5.1 Marketingové prostředí neziskových organizací

Neziskové organizace se stejně jako komerční firmy pohybují v určitém marketingovém prostředí. Vlivy působící na oba typy subjektů mohou být principiálně stejné povahy, ale dopad či ovlivnění chodu organizace se může velmi lišit. Důvodem je především zdroj financování, který je u neziskových organizací zdrojem cizím.

Stejně jako u podniků dělíme marketingové prostředí na mikroprostředí a makroprostředí, ale vymezení mezi oběma typy není tak striktně vymezeno.

3.5.1.1 Mikroprostředí

Mikroprostředí je možné rozdělit na vnitřní a vnější. Do vnitřního mikroprostředí patří především zaměstnanci a dobrovolníci neziskových organizací, popř. jejich členové (např. různé spolky).

Do vnějšího mikroprostředí patří všechny prvky společensko-ekonomického okolí. Jsou to např. uživatelé služeb (zákazníci, odběratelé, návštěvníci, klienti), veřejnost, státní a místní správa, komerční firmy, ostatní neziskové organizace a média.

3.5.1.2 Makroprostředí

Makroprostředí má významný vliv na neziskové organizace. Tento vliv se může lišit dle konkrétních aktivit jednotlivých organizací. Patří sem demografické faktory, které určují potřebnost služeb neziskových organizací, dále ekonomické faktory, přírodní faktory, technologické faktory, politické a kulturní faktory. (Bačuvčík, 2011, s. 63-73)

4 REGIONÁLNÍ POLITIKA

Pojem regionální politika je velmi rozsáhlý, proto definice tohoto pojmu se od jednotlivých autorů různí. Dle Wokouna (2008): „Regionální politika představuje konkrétní projev úsilí společnosti o snížení (změnu) velikosti regionálních rozdílů. Regionální politiku je nutno chápat jako součást souboru ekonomických a sociálních (i ekologických) politik, pomocí nichž se státy snaží dosáhnout národních cílů jako jsou ekonomický růst, udržitelný rozvoj, kvalitní životní prostředí, sociální a politická stabilita, rovnost šancí obyvatel i rozdělování příjmů způsobem, který většina obyvatel považuje za spravedlivý, a který je současně ekonomicky stimulující."

4.1 Region

Pojem region se používá v různých pracích z různých hledisek např. geografického, funkčního, podle účelu, podle ekonomické výkonnosti atd. (Jáč, 2010, s. 14-16)

Region lze chápat jako komplex vznikající regionální diferenciací krajinné sféry. Původ tohoto pojmu spadá do oblasti geografie, kde se s tímto pojmem začalo pracovat. Významu nabyl s rozvojem geografie v novověku (v 18. a 19. století), kde došlo k diferenciaci pojmu na přirozený region (vytvořený na základě geografických vlastností) a umělý region (hranice byly stanoveny člověkem). V praxi se používá označení různých řádů regionů a to na:

- Makroregion – region velkého rozsahu (v případě malého státu, jde o celý stát)
- Mezoregion – charakterizován širšími funkčními vztahy např. dojíždění do škol vyššího stupně (vysoká škola) nebo za veřejnými službami vyšší hierarchické úrovně (specializované služby) apod. V ČR této úrovni odpovídají vyšší územní samosprávné celky.
- Mikroregion – malý územní celek vzniklým dobrovolným sdružením za účelem ekonomického, kulturního a sociálního rozvoje. V ČR lze přirovnat k dřívějším okresům. (Wokoun, Mates, Kadeřábková, 2011, s. 84 a 89; Jáč, 2010, s. 14-15.)

4.1.1 Mikroregion

Území, které je tvořeno správními obvody několika obcí, které se sdružili za účelem dosažení společného cíle. Je to spíše geografický pojem – nesouvisí s žádným oficiálním admi-

nistrativním členěním země. Jedná se o poměrně malé území, které je vymezené např. přírodním reliéfem krajiny nebo historicky vymezenými oblastmi např. CHKO, turisticky zajímavá místa nebo historicky existující seskupení obcí.Vzniká z vlastní iniciativy jako dobrovolný svazek obcí podle zákona 128/2000 Sb. o obcích (par. 46). Takto formalizované mikroregiony mají možnost žádat o finanční podporu z různých fondů. Někdy se obce sdružují spolu s občany a podniky ve formě občanského sdružení (zákon č. 83/1990 Sb., o sdružování občanů) nebo obecně prospěšné společnosti (zákon č. 248/1995 Sb.). Tyto formy volí obce zejména v případě, že potřebují ustanovit tzv. Místní akční skupiny (MAS), které mohou získat podporu z fondů Ministerstva zemědělství v iniciativě Leader. (Ryglová, Burian, Vajčnerová, 2011, s. 40)

4.1.1.1 Místní akční skupina (MAS)

Místní akční skupina neboli MAS je nestátní nezisková organizace založena na principu partnerství a spolupráce veřejného (obce, svazky obcí a instituce veřejné moci), soukromého (soukromé podnikatelské sféry) a neziskového (neziskové organizace) sektoru. Základním cílem je zlepšování kvality života a životního prostředí ve venkovských oblastech. Dále pak budování partnerství, sjednocování lidí a podporování dobrovolné činnosti na všech úrovních aktivit oživujících venkov. (Eagri Venkov, 2011)

Každá MAS musí bezpodmínečně splňovat následující podmínky. Musí mít geograficky homogenní území s počtem obyvatel od 10 000 do 100 000 mimo města s počtem obyvatel větším než 25 000. Účast veřejné správy nesmí překročit 50%, druhá polovina je tvořena zástupci podnikatelů a neziskových organizací. Musí mít právní subjektivitu. Dle Programu rozvoje venkova může být obecně prospěšnou společností, občanským sdružením nebo zájmovým sdružením právnických osob. Dále musí mít stanoven statut, stanovy, organizační řád, strukturu organizace a vlastní strategii pro dané území. Členové MAS musí mít v daném regionu bydliště, sídlo nebo v něm musí působit. Každá MAS musí být registrována u Ministerstva Vnitra ČR. (Eagri Venkov, 2011)

MAS má možnost získávat a rozdělovat finanční prostředky z EU a z národních programů.

Strategie pro období 2013 – 2020 by měla nastavit priority v regionu tak, aby bylo možné čerpat z více zdrojů. Tedy nejen ze zemědělské politiky (Program rozvoje venkova), ale také napříč jednotlivými operačními programy, kde by měla být opět využita také metoda LEADER.

V celém průběhu realizace projektů je kontroluje následnými aktivitami:

- napomáhá zpracovávat, zpracovává nebo kontroluje projekty
- provádí výběr projektů s jednoznačnými hodnotícími kritérii
- ověřuje přijatelnost žadatele a jeho projektu
- kontroluje průběh realizace projektu
- schvaluje projekty a předkládá je k rozhodnutí výběrové komisi. (Eagri Venkov, 2011)

První místní akční skupiny (MAS) vznikly na území ČR v roce 2003. V současnosti působí v ČR 171 místních akčních skupin. Právní forma těchto organizací je ve formě občanských sdružení (108), obecně prospěšných společností (52) a zájmových sdružení právnických osob (5). Pokrývají více jak 82 % území republiky a působí na území více jak 5200 venkovských obcí a měst. Z celkového počtu jich je 112 sdruženo v Národní síti místních akčních skupin České republiky (NS MAS CR, 2013).

4.1.1.2 LEADER ČR

Program LEADER ČR (Liaison Entre Actions Développement de l´Économie Rurale) neboli Propojení aktivit rozvíjejících venkovskou ekonomiku využívá investiční prostředky ze státního rozpočtu. Je zaměřen především na nové formy zlepšování kvality života ve venkovských oblastech, posílení ekonomického prostředí a zhodnocení přírodního a kulturního dědictví. Celkovým cílem programu je zlepšení organizačních schopností subjektů působících ve venkovských oblastech. (Eagri dotace, © 2009 – 2011)

Programy typu LEADER se uplatňují na území s 10 - 100 tis. obyvatel. Tato území mají vypracovanou svoji strategii rozvoje. Předkladatelem strategie je tzv. místní akční skupina (MAS), nikoliv obec nebo sdružení obcí. Regulační a kontrolní vliv však mají státní instituce, především Zemědělské agentury a pozemkové úřady v krajích a Státní zemědělský intervenční fond, který plní i funkci platební agentury. Program LEADER přinesl do ČR převratnou změnu. Dříve byla příprava dotačních programů výhradně věcí veřejné správy. Dle principů Leader konkrétní program pro místní příjemce příspěvků připravují sama místní partnerství, která také peníze rozdělují. (esf, © 2006)

V roce 2003 u nás byla zakládána první místní partnerství a od té doby se metoda

LEADER rozšířila téměř po celém území ČR. (Eagri dotace, © 2009 – 2011)

4.2 Regionální struktura dle EU

Z pohledu regionální politiky EU jsou regiony členěny na NUTS a Euroregiony.

- NUTS (rf. La Nomenclature des Unités Territoriales Statistiques – nomenklaturní jednotky teritoriální statistiky). Jednotky NUTS jsou stanovovány pro potřeby statistiky a hodnocení úrovně regionů i pro stanovení způsobu a výše jejich podpory ze společných prostředků EU. V praxi se s tímto termínem setkávají zejména žadatelé o dotace.

  V ČR vstoupila klasifikace územních statistických jednotek v platnost 1.1.2000 pod názvem CZ-NUTS.

  - NUTS 0 – stát CZ
  - NUTS 1 – území ČR
  - NUTS 2 – regiony 8 (větší územní celky, tzv. regiony soudržnosti)
  - NUTS 3 – kraje 14
  - NUTS 4 (LAU 1) – okresy 77
  - NUTS 5 (LAU 2) – obce 6249 (v roce 2008). (Jáč, 2010, s. 17)

  Od 1. ledna 2008 došlo k aktualizaci klasifikace CZ-NUTS a došlo k následujícím změnám. Zrušila se úroveň NUTS 4 (okresy) a změnil se kód u dvou krajů (Vysočina a Jihomoravský kraj)

  Zrušení úrovně NUTS 4 bylo z důvodu souladu s úrovněmi EU, která končí na úrovni NUTS 3. Regionální členění území je řešeno novým systémem LAU (Local Administrative Units). LAU 1 je tvořena bývalou úrovní NUTS 4 tedy okresy a LAU 2 je tvořena obcemi. (Žítek, 2008, s. 17)

- **Euroregion**

Oblast přeshraniční spolupráce, která vznikla na základě vzájemné dohody příhranič-

ních regionů 2 nebo více zemí. Nejen mezi zeměmi EU, ale také mezi členskými a nečlenskými zeměmi. Členství je dobrovolné a funguje na základě vlastních stanov. Podporuje zájmy měst a obcí, sdružení organizací i fyzických osob. Cílem je sbližování evropských zemí, nejen v hospodářské oblasti, jak tomu bylo zpočátku, ale také v oblasti společenského a kulturního života. Řeší např. společný strategický postup v oblasti dopravy, životního prostředí, územního plánování, rozvoje dopravní infrastruktury, cestovního ruchu a ekonomiky. (Ryglová, Burian, Vajčnerová, 2011, s. 42 ;Jáč, 2010, s.17)

4.3 Trendy v regionální politice

Současná regionální politika klade důraz především na využití a mobilizaci místního rozvojového potenciálu a mobilizaci místních aktiv (lidský potenciál, znalosti, kontakty, kulturní a přírodní dědictví atd.). Současně se projevuje snaha propojit regionální a celostátní úroveň politiky. Dochází k určitému přibližování soukromého a veřejného sektoru spočívající na vzájemné spolupráci bez jasné preference jedné či druhé strany.

Stejně jako v předchozích obdobích jsou i nyní aplikovány postupy a nástroje (např. podpora zahraničních investic), ale nyní s principem společné snahy o řešení příčin regionálních problémů a nikoli jen jejich následků, jak tomu bylo dříve. Regionální politika je chápána jako politika strategicky zaměřená do budoucna, která má být preventivním prostředkem tvorby a udržení konkurenceschopnosti v globální ekonomice. Dále má být prostředkem, který má zajistit realizaci aktivit s vysokou přidanou hodnotou, což vytvoří značný počet dobře placených pracovních míst pro vysoce kvalifikované pracovníky.

Dalším trendem je zvýšení citlivosti státní správy a samosprávy vůči konkrétním místním podmínkám a zároveň zvýšení odpovědnosti za regionální politiku přenesením pravomocí blíže k těm subjektům, kterých se budou přijatá opatření týkat. To směřuje k decentralizaci ve veřejné správě přesunem více kompetencí na regionální a lokální úroveň.

Mezi další trendy patří zvýšení důrazu na strategické plánování, stanovení měřitelných cílů, časový harmonogram, kvalitní implementační systém, monitorování průběhu podpůrných programů a hodnocení jejich účinnosti a efektivnosti. Dále pak důraz na vytvoření partnerských vazeb a vznik základen, které umožňují vzájemnou komunikaci mezi partnery v regionu i mimo něj.

Regionální orgány se snaží o využití vnitřního potenciálu např. vytvářením podmínek pro další rozvoj místních firem a napomáhá vzniku nových firem. Jde např. o poskytování volných prostor (pozemků, budov) podnikatelům, poradenství, rekvalifikační programy a drobná zvýhodnění v oblasti daní a místních poplatků. Podporou podnikání je také zajištění kvalitní technické i sociální infrastruktury, regionálního marketingu atd. (Blažek, Uhlíř, 2011, s. 260-262)

5 CESTOVNÍ RUCH

Cestovní ruch je součástí spotřeby a způsobu života dnešní globální společnosti, především v ekonomicky vyspělých státech. Z hlediska světového měřítka je cestovní ruch řazen vedle exportu s ropou a automobilovým průmyslem ke třem největším exportním odvětvím. (Hesková, 2011, s.7)

Definice cestovního ruchu dle Světové organizace cestovního ruchu (WTO) je: „ Cestovní ruch je činnost osoby, cestující ve volném čase na přechodnou dobu do místa mimo její trvalé bydliště, a to za jiným účelem, než je vykonávání výdělečné činnosti v navštíveném místě.“

V oblasti spotřeby je cestovní ruch charakterizován uspokojováním lidských potřeb např. potřeb poznání, odpočinku, kulturního vyžití, lázeňské péče, sportovního vyžití, neobvyklých zážitků atd. (Drobná, 2010, s. 9)

Cestovní ruch ovlivňuje mnoho oblastí společnosti. Některé ovlivňuje přímo např. ubytovací a stravovací zařízení, dopravu, muzea, divadla, přírodní a kulturní památky a některé ovlivňuje nepřímo např. stavebnictví, potravinovou výrobu, komunikační a prodejní síť atd. (Drobná, 2010, s. 10)

Základním předpokladem rozvoje cestovního ruchu je svoboda člověka cestovat, mít k dispozici volný čas a dostatek volných finančních prostředků. Volný čas je část mimopracovní doby, kterou člověk využívá podle vlastního rozhodnutí pro oddech, rozvoj osobnosti a pro různé formy zájmové činnosti. K dalším podmínkám rozvoje CR patří mír a příznivé mezinárodní klima. (Jakubíková, 2009, s. 16)

5.1 Druhy cestovního ruchu

Cestovní ruch je možné rozdělit na jednotlivé formy a druhy. U forem cestovního ruchu jsou zkoumány motivy lidí na účasti cestovního ruchu. Druhy cestovního ruchu se zabývají způsobem jeho realizace.

Cestovní ruch podle motivace účastníka:

- rekreační – odpočinková forma pro obnovu fyzických i duševních sil člověka
- kulturně-poznávací – zaměřený na poznávání kulturně-historických památek

- sportovně-turistický – s cílem posílit kondici člověka (pěší, vodní, horská, cyklo)
- zdravotně orientovaný – za účelem zlepšení zdravotního stavu (lázně, rekreace)
- přírodní – zaměřena na pobyt a poznávání přírody, součástí je ekoturismus
- venkovský – pobyty s rekreačními aktivitami na venkově, součástí agroturismus
- vzdělávací – s cílem získávání znalostí a dovedností (např. výuka jazyků)
- kongresový – setkání odborníků z určitého oboru (získání a výměna informací)
- cestovní ruch se společenskými motivy – cílem je navázání kontaktů s jinými lidmi

Výčet cestovního ruchu dle motivace účastníka není konečný. Existují další různé motivace cestovního ruchu např. religiózní, zážitkový, nákupní aj. (Drobná, Morávková, 2010, s. 14)

5.2 Přínos cestovního ruchu

Cestovní ruch vytváří nová pracovní místa a podnikatelské příležitosti, čímž snižuje nezaměstnanost a rozvíjí investiční aktivity v dané oblasti. To má za účinek růst poptávky v ostatních odvětvích např. ve stavebnictví (budování ubytovacích zařízení, silnic, parkovišť, obchodů atd.). Z ekonomického hlediska se cestovní ruch podílí na tvorbě HDP, má vliv na výsledném saldu běžného účtu platební bilance a je součástí příjmů státního, ale také místních rozpočtů. Cestovní ruch také ovlivňuje životní úroveň lidí. (Drobná, 2010, s. 10-12)

5.3 Specifika trhu cestovního ruchu

- produkt (služba) má nehmotný charakter, nelze ho vyrábět ani skladovat,
- produkt je pomíjivý (ztráta neobsazených kapacit),
- velká závislost na přírodních a historických atraktivitách,
- vliv politických podmínek v konkrétních oblastech,
- vliv legislativy daného státu,
- sezónnost,
- místní a časové oddělení nabídky, poptávky a spotřeby,

- závislost velikosti poptávky a nabídky na přírodních faktorech (např. počasí),
- těsný vztah nabídky a poptávky (Ryglová, Burian, Vajčnerová, 2011, s. 22)
- poptávka je výrazně ovlivňována důchody obyvatelstva, fondem volného času, cenovou hladinou nabízených služeb, spotřebitelskými preferencemi, motivací, módou a prestiží, celkovým způsobem života,
- nabídka silně ovlivňuje také rozvoj a využívání techniky a technologií (Jakubíková, 2009, s. 22)

5.4 Cestovní ruch v ČR

1948 - 1989

Po roce 1948 došlo k porušení dvou ze tří hlavních podmínek rozvoje cestovního ruchu. Ve východní Evropě došlo k významnému omezení svobody pohybu na území Československa. Současně zde byl nedostatek volných finančních prostředků. Tato situace trvala do konce roku 1989. To bylo příčinou situace, kdy 95% z celkového objemu cest tvořil domácí cestovní ruch. V 50. letech došlo k velkému rozvoji chataření, chalupaření a stanování. Převážný podíl měl vázaný cestovní ruch prostřednictvím závodních rekreací a rekreací ROH. U volného cestovního ruchu existoval nedostatek kapacit. Pasivní cestovní ruch byl z 90% realizován výjezdy do tzv. socialistických zemí. Výjezdy do jiných zemí byly přísně regulovány ze strany státu (devizový příslib, výjezdní doložka). Omezený počet cestovních kanceláří – Čedok, Autoturist aj. (Ryglová, Burian, Vajčnerová, 2011, s. 26)

1989 - 2000

Po roce 1989 došlo k výraznému zlepšení a uvolnění situace v oblasti cestovního ruchu. Stávající podniky byly privatizovány, došlo k rekonstrukci a výstavbě mnoha nových kapacit (zejména ubytovacích), což vytvořilo základnu pro konkurenční prostředí. Obrovský nárůst cestovních kanceláří a jejich nabídek dospěl ke značnému převisu nabídky nad poptávkou a to o 30% , což způsobilo krach mnohých z nich. Vznikali nové formy cestovního ruchu např. agroturistika a ekoagroturistika. Do roku 1996 prudce narostl aktivní cestovní ruch (příjezdy až 2,5krát převyšovaly výjezdy), čímž vzrostly výnosy. (Ryglová, Burian, Vajčnerová, 2011, s. 27-28)

Po roce 2000

Po roce 2000 vznikali nové strategické dokumenty (rozvojové strategie) na úrovni státu, krajů a mikroregionů. Zvyšoval se důraz na regionální aspekty a zvyšoval se rozvoj cestovního ruchu v regionech. Vznikali nové mikroregiony. Rozvíjeli se nové formy cestovního ruchu např. cykloturistika, lázeňství a wellness, golfová turistika. Dále se zvyšovala účast zahraničních společností na rozvoji cestovního ruchu např. řetězce hotelů Hilton. Státní agentura CzechTourism rozdělila území ČR na turistické regiony pro podporu propagace a koordinace turistické nabídky a poptávky. Vlivem posilování české koruny vůči dolaru i euru (v roce 2002 až 36 Kč/1 USD, v roce 2008 14 – 15 Kč/USD) se ČR stávala pro zahraniční návštěvníky stále dražší destinací, což mělo za důsledek stagnaci podílu cestovního ruchu na HDP. (Ryglová, Burian, Vajčnerová, 2011, s. 28-29)

Současnost

V současné době je stěžejním dokumentem Ministerstva pro místní rozvoj v oblasti cestovního ruchu Koncepce státní politiky cestovního ruchu v ČR na období 2007-2013. Tento dokument vychází z rozvojových možností cestovního ruchu v České republice. Důležitým cílem je využití legislativních nástrojů při vytváření podmínek pro rozvoj cestovního ruchu v ČR, dosáhnout lepší ochrany spotřebitele a stanovit pravidla pro provoz cestovních kanceláří a agentur. (Ryglová, Burian, Vajčnerová, 2011, s. 30)

5.5 Trendy v cestovním ruchu

Podle WEF (konference Mundial de Turismo, 2006) cestovní ruch první dekády 21. století směřuje k těmto trendům:

- **Nové trhy posilují pozice** – tyto trhy jsou stále konkurenceschopnější a navštěvovanější. Jde o nové země EU nebo exotické oblasti v Asii, Karibiku a v Africe. Přesto v návštěvnosti stále vede Evropa a v ní Francie.
- **Otázky ochrany životního prostředí a udržovatelnosti** – např. zdraví, tradicionalismus, návrat ke kořenům na kvalitativně vysoké úrovni.
- **Bezpečnost pro cestovatele** – jeden z prioritních požadavků a v případě, že ho destinace nemohou nabídnout utrpí ztráty.
- **Souboj značek** – roste poptávka po značkovém zboží cestovního ruchu (destinací, produktů…). Úspěšné destinace se představují prostřednictvím jednotných značek

(brandů). (Ryglová, Burian, Vajčnerová, 2011, s. 31-32)

K dalším trendům a rysům současného cestovního ruchu podle Ryglové (2009, 2011) a Buriana a kolektivu (2008) patří:

- Zvyšující se úloha cestovního ruchu v rámci ekonomik (přesun od výroby ke službám).
- S levnými aeroliniemi se zvyšuje dostupnost letecké přepravy.
- Mění se věková struktura obyvatelstva - především v Evropě a USA stárne populace, což vytváří atraktivní skupinu zámožných a vzdělaných seniorů v relativně dobré tělesné kondici (tzv. skupina 50+).
- Roste zájem o sebevzdělávání v různých typech zájezdových kurzů (např. kurzy jazykové, golfu, tenisu, potápění atd.).
- Stále se zvyšující konkurence vyvolává tlaky na kvalitu poskytovaných služeb a dostupnost informací.
- Růst počtu lidí vyhledávajících neobvyklé autentické zážitky. (Ryglová, Burian, Vajčnerová, 2011, s. 32)

II. PRAKTICKÁ ČÁST

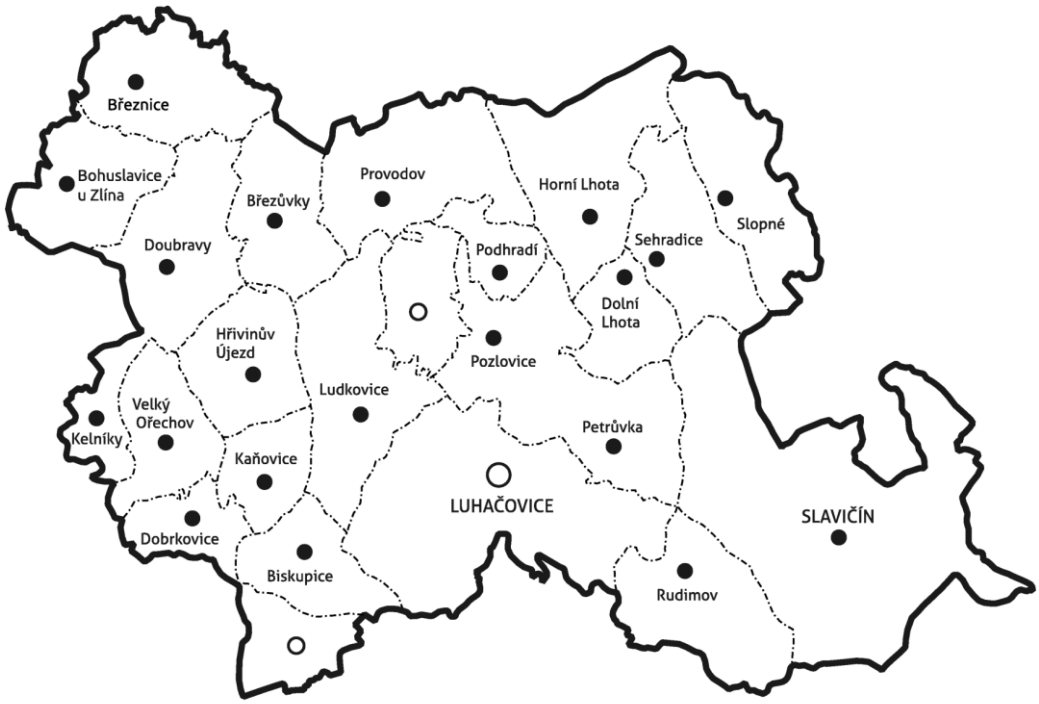
6 ANALÝZA SOUČASNÉHO STAVU MAS LUHAČOVSKÉ ZÁLESÍ

6.1 Vymezení území

Území MAS Luhačovského Zálesí (dále jen MAS LZ) se nachází v jihovýchodní části Zlínského kraje a rozprostírá se na rozloze 236 km² (což je 23% Zlínského okresu). Součástí je 22 obcí s počtem obyvatel více než 23 800 (2011), což představuje průměrnou hustotu 102 lidí/ km². Více než polovina obyvatel žije ve dvou největších městech mikroregionu a to ve Slavičíně a Luhačovicích.

Území MAS LZ je převážně venkovskou oblastí, která se dá rozčlenit na tři části:

- Slavičínsko – zemědělsko-průmyslová oblast s největším městem Slavičín a obcemi Petrůvka, Rudimov, Dolní Lhota, Horní Lhota, Sehradice a Slopné.
- Luhačovicko – oblast významná na cestovní ruch se zaměřením na lázeňství - Luhačovice, Pozlovice, Podhradí, Ludkovice, Biskupce a Provodov.
- Velký Ořechov – oblast zemědělská –Březůvky, Dobrkovice, Doubravy, Hřivinův Újezd, Kaňovice, Kelníky a Velký Ořechov, Bohuslavice u Zlína a Březnice.



Obr. 1 Území MAS Luhačovské Zálesí [MAS LZ]

6.2 Geografické hledisko

Z geografického hlediska je území MAS LZ tvořeno Bílými Karpaty a Vizovickou vrchovinou, jejíž jihovýchodní část se také nazývá Luhačovická vrchovina. V oblasti dosahuje nejvyšší výšky vrchol Komonec (672 m.n.m.).

Území MAS LZ je velikostí téměř totožné s mikroregionem Luhačovské Zálesí (krom 2 obcí). Ve východní části sousedí s mikroregionem Jižní Valašsko a MAS Ploština, o.s., na jihu s mikroregionem a MAS Bojkovsko, o.s., v západní části s mikroregionem Za Moravů, na severu se Zlínskem a na severovýchodě s Vizovickem.

6.3 Historie vzniku MAS Luhačovské Zálesí, o.p.s.

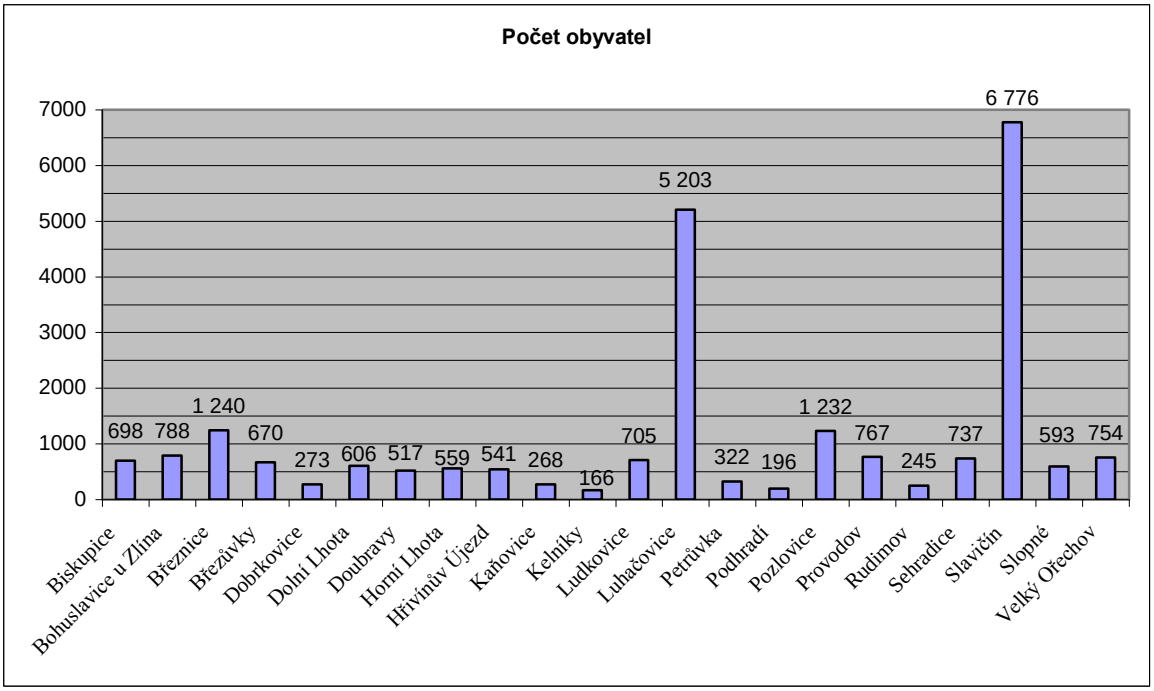
V roce 2003 se Valná hromada mikroregionu Luhačovské Zálesí rozhodla založit MAS. MAS Luhačovské Zálesí byla založena na ustavujícím setkání zakladatelů LAG mikroregionu Luhačovské Zálesí 24.9.2003 v Pozlovicích.

V únoru 2007 bylo rozhodnuto o transformaci MAS zejména s cílem vymezit právní subjektivitu. Bylo schváleno, že ve spolupráci s Mikroregionem Luhačovské Zálesí bude založena o.p.s., která bude zřizovatelem MAS. Zájemci o spolupráci se členy této MAS budou stávat na základě podpisu Rámcové partnerské smlouvy.

Dne 10.4.2007 valná hromada Mikroregionu Luhačovské Zálesí rozhodla o založení obecně prospěšné společnosti Luhačovské Zálesí. Jejím zakladatelem je Mikroregion Luhačovské Zálesí, DSO, IČO 70287201. Zakladatelská listina byla sepsána notářským zápisem ze dne č. NZ 106/2007 a zápis do obchodního rejstříku proveden usnesením Krajského soudu v Brně č.j. F 22506/2007 ze dne 8.6.2007, které nabylo právní moci 29.6.2007. Na základě dokončení této transformace bylo přistoupeno k podpisu Rámcových partnerských smluv a změně členů MAS. Přehled členů MAS Luhačovské Zálesí, o.p.s. je v příloze PI.

6.4 Obyvatelstvo

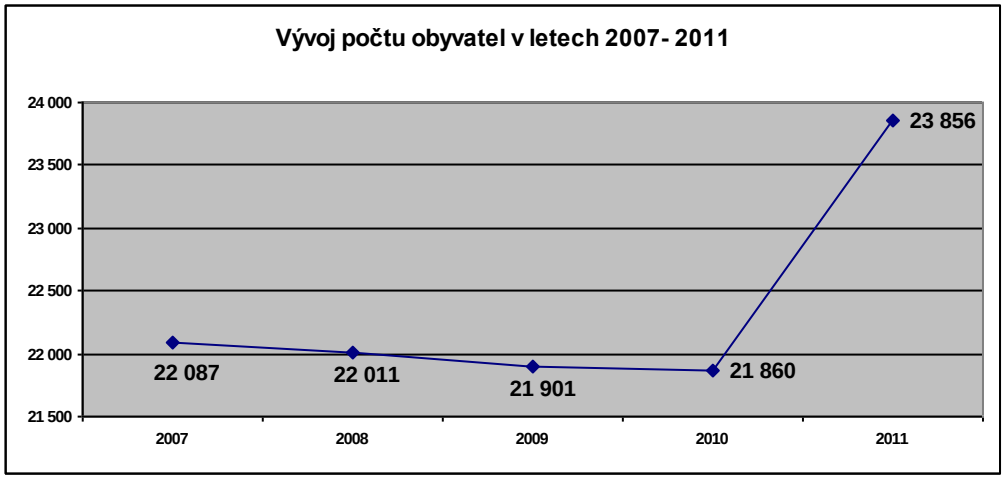
Na území MAS LZ žije zhruba 23 850 (k 31.12. 2011 – 23 856) obyvatel. Největšími obcemi podle počtu obyvatel jsou města Luhačovice a Slavičín. V těchto dvou městech žije přibližně 55 % z celkového počtu obyvatel mikroregionu. Naopak nejmenší obcí je obec Kelníky se 166 obyvateli. Jinak zde převažují malé obce, 18 obcí má do 1000 obyvatel, z nichž 6 má do 500 obyvatel.



Obr. 2 Grafické zobrazení počtu obyvatel [vlastní zpracování]

6.4.1 Vývoj počtu obyvatel

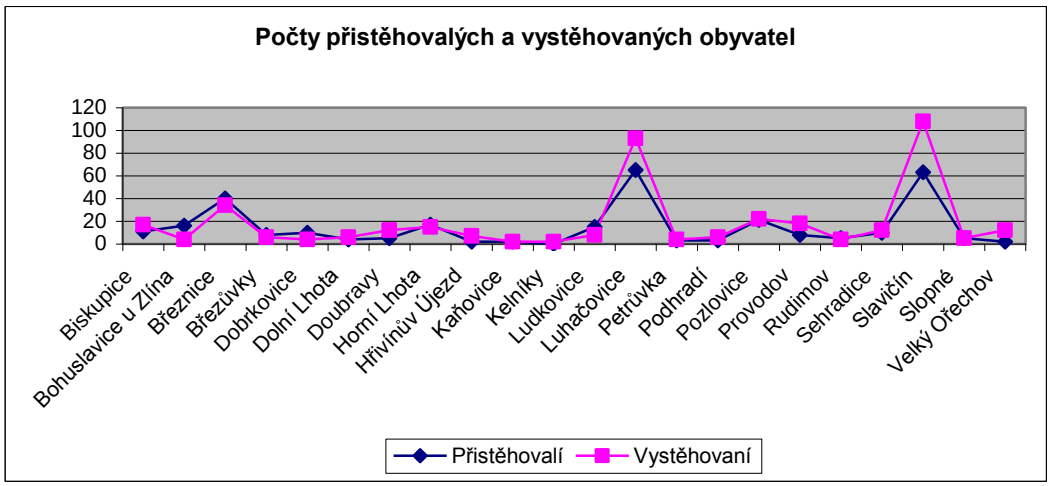
Od roku 2007 počet obyvatel v obcích MAS Luhačovské Zálesí trvale mírně klesal. V roce 2011 počet obyvatel výrazně vzrost vzhledem k navýšení členů o 2 obce a to Bohuslavice u Zlína a Březnici tedy celkem o 2028 osob.



Obr. 3 Grafické zobrazení vývoje počtu obyvatel v letech 2007 – 2011 [vlastní zpracování]

6.4.2 Migrace obyvatel

K 31.12. 2011 byly statistickým úřadem evidovány počty přistěhovaných a odstěhovaných obyvatel v jednotlivých obcích území MAS LZ. Jak je patrné z následujícího obrázku vystěhovalectví převažuje nad přistěhovalectvím. Pouze v 7 obcích z celkových 22 převažuje přistěhovalectví. Ve zbývajících dvou třetinách se více lidí naopak vystěhovalo.



Obr. 4 Grafické znázornění počtu přistěhovaných a vystěhovaných obyvatel [vlastní zpracování]

6.4.3 Věkové složení obyvatelstva

Podle údajů sčítání obyvatelstva k 31.12.2011 byl na území MAS LZ regresivní typ populace, což znamená, že poproduktivní skupina obyvatel (obyvatelé nad 65 let) převažovala nad předproduktivní (0 – 14 let). To v dlouhodobém pohledu ukazuje, že dochází ke snižování početního stavu nebo-li stárnutí populace v regionu. Složení populace na území MAS LZ kopíruje složení populace v okrese Zlín. Průměrný věk všech obcí na území MAS LZ je 41,07 let.

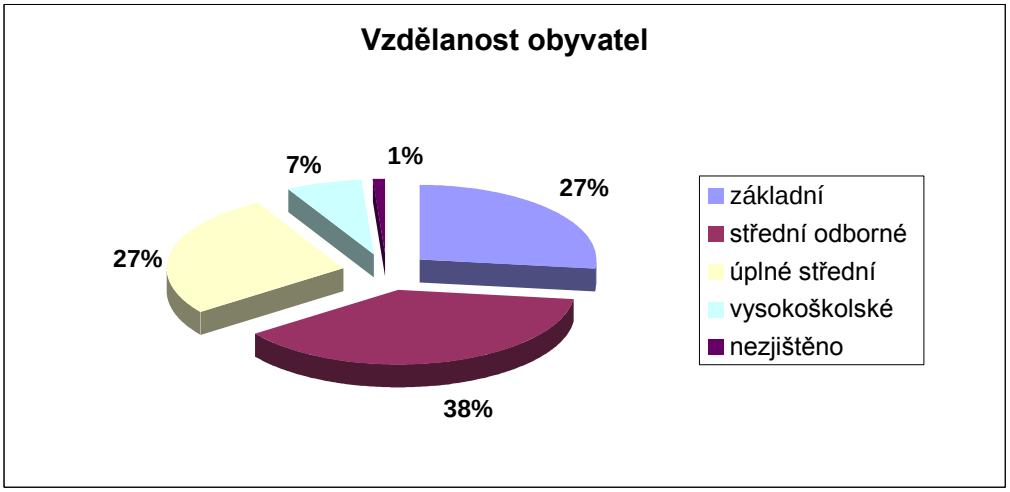
Tab. 1 Struktura obyvatelstva [vlastní zpracování]

	Obyvatelstvo ve věku			
	0 - 14	**15-64**	**65+**	**celkem**
MAS LZ	3 314 (13,6%)	16 867 (69,6%)	4 023 (16,6%)	23 856
Okres Zlín	27 381 (14,2%)	132 471 (68,7%)	32 780 (17%)	192 826

6.4.4 Úroveň vzdělání

Vzdělanostní struktura obyvatel MAS LZ je v celkovém výsledku lehce nad průměrem vzdělanostní struktury Zlínského kraje. Pouze základní vzdělání má 27% obyvatel, střední odborné vzdělání má 38%, úplného středního vzdělání dosáhlo 27% a vysokoškolské vzdělání má 7% obyvatel. Pro srovnání má Zlínský kraj 66,6% obyvatel s nižším než středoškolským vzděláním (základní a středně odborné), 25,7% s úplným středním vzděláním a 7,7% s vysokoškolským vzděláním.

Podíl osob s vysokoškolským vzděláním vzrostl mezi posledními dvěma sčítáními ze 4,8% na 7%. Největší zastoupení vysokoškolsky vzdělaných osob bylo zjištěno, tak jako v případě úplného středního vzdělání, v Luhačovicích, Slavičíně a Pozlovicích. Jedním z pozitivních trendů je růst vzdělanosti obyvatel.



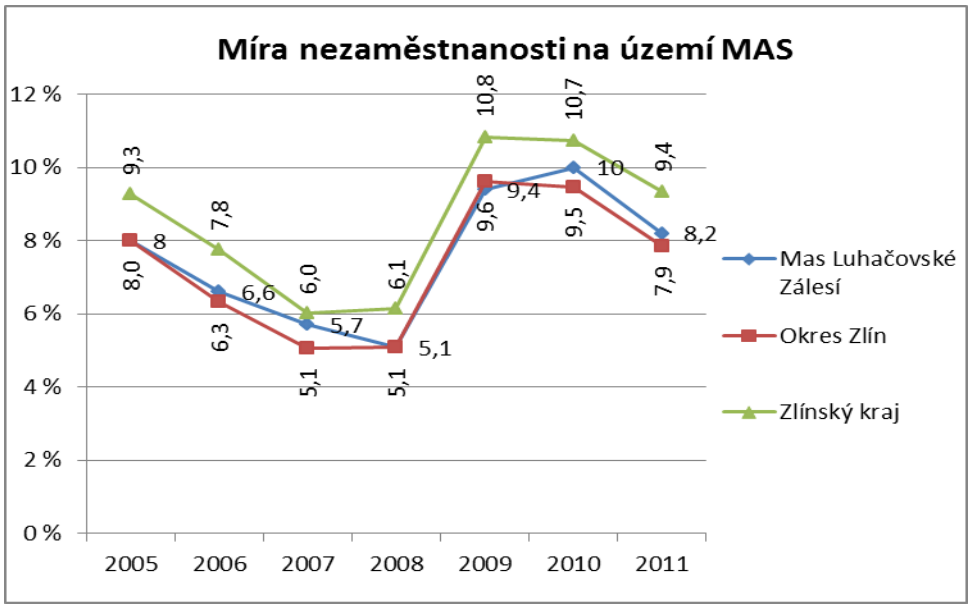
Obr. 5 Vzdělanost obyvatel [vlastní zpracování]

6.4.5 Trh práce a nezaměstnanost

Míra nezaměstnanosti na území MAS LZ měla od roku 2008 vzrůstající tendenci. Počínaje rokem 2010 zaznamenávala mírný pokles. V porovnání se Zlínským krajem je míra nezaměstnanosti v MAS Luhačovské Zálesí nižší a to v posledním sledovaném období až o více než jedno procento. Ve srovnání s okresem Zlín vykazuje míru nezaměstnanosti vyšší, nicméně v posledním sledovaném období jen o 0,3 procenta.

V posledních dvou letech sledovaného období tj. do roku 2011 má míra nezaměstnanosti

ve všech měřených oblastech klesající charakter. K 31.12.2011 byla nejvyšší míra nezaměstnanosti v obci Rudimov s 12,7 % a naopak nejnižší míra nezaměstnanosti byla v obci Kelníky a to 5,9%.



Obr. 6 Grafické znázornění míry nezaměstnanosti [MAS LZ]

6.5 Životní prostředí

Území MAS LZ je tvořeno Bílými Karpaty a především Vizovickou vrchovinou. Od jihozápadu k severovýchodu se táhne Klášťovský hřbet, jenž tvoří osu Vizovické vrchoviny. Nejvyšší vrchol na tomto území je Komonec, který dosahuje výšky 672 m.n.m. Charakteristickým rysem tohoto území jsou členité hřbety, které jsou vzájemně odděleny údolími vodních toků.

Hydrograficky území spadá do povodí Dunaje. Největším tokem je Luhačovický potok, který pramení jako Horní Olšava, dále pokračuje jako říčka Šťávnice, která se v Újezdci vlévá do řeky Olšavy. Významným pravým přítokem Luhačovického potoka je Ludkovický potok. Vody jsou Olšavou odváděny do řeky Moravy.

V luhačovické oblasti se vyskytují minerální vody. V luhačovických lázních je využíváno celkem sedmnáct hydrogen-uhličitano-chlorido-sodných kyselek a jeden pramen sirný. Minerální prameny obsahují sodík, draslík, vápník, hořčík, železo, mangan, měď, stroncium,

hliník, jód, lithium, baryum, fluor, bór, berylium, stříbro, nikl, titan, zinek. Z 34 chráněných sirných pramenů v okrese Zlín se 5 nachází v katastrálních územích Březůvky, Podhradí, Pradlisko, Slopné a Velký Ořechov.

6.5.1 Ochrana životního prostředí

Do jihovýchodní části území MAS LZ zasahuje velkoplošná chráněná krajinná oblast CHKO Bílé Karpaty. Tato oblast zasahuje do katastru 9 obcí a to Dolní Lhoty, Horní Lhoty, Luhačovic, Petrůvky, Pozlovic, Rudimova, Sehradic, Slavičína a Slopného. Území čtyř obcí je součástí Přírodního parku Vizovické vrchy. Zasahují sem rovněž tři přírodní památky. Z maloplošných chráněných území lze jmenovat přírodní památku U Petrůvky na katastru obce Petrůvka a Čertův kámen, který leží na hranici mezi obcí Ludkovice a Provodov.

Na území MAS LZ se nachází čtyři evropsky významné lokality. Jde o Újezdecký les u Dobrkovic, Uhliska u Doubrav a lokality kostel a zámek ve Slavičíně.

6.6 Průmysl

Dle odvětvové klasifikace ekonomických činností (OKEČ), na území MAS LZ převažují u soukromých podnikatelů činnosti v oblasti zpracovatelského průmyslu, nemovitostí a pohostinství a ubytování. Dále činnosti obchodní a stavební. Za poslední roky lze pozorovat ústup zemědělských činností a naopak růst oblastí služeb a obchodu, což je způsobeno poptávkou po těchto službách.

Největší rozdíly jsou u činností souvisejících s ubytovacími a stravovacími službami, které jsou dominantnější na Luhačovicku a u činností zpracovatelského průmyslu (tj. průmysl potravin, textilní, oděvní, kožedělný, dřevozpracující, apod. dle OKEČ) a stavební činnosti, které jsou dominantnější na Slavičínsku. Více jak 80% těchto činností je zabezpečováno fyzickými osobami - živnostníky a malými podnikateli.

Mezi největší zaměstnavatele na území MAS LZ patří: Vojenský technický ústav výzbroje a munice, Metall Group a.s., Městská nemocnice Slavičín, Zálesí, a.s., SV Slavičín, s.r.o., Remerx s.r.o., Lázně Luhačovice a.s., Lupra spol. s r.o., Sanatorium Miramare s.r.o., Podravka, a.s., Ekotrend, s.r.o., RoKo, a.s., Kurt John, s.r.o. a ZD Olšava Sehradice.

Tím, že došlo v nedávné minulosti k zániku některých tradičních firem, zůstalo v regionu několik volných průmyslových objektů, které nejsou využívány a jsou postupně znehodno-

covány. Jednou z možností je přilákat soukromé podnikatele, aby obsadily tyto volné objekty, což by vedlo ke vzniku nových pracovních příležitostí.

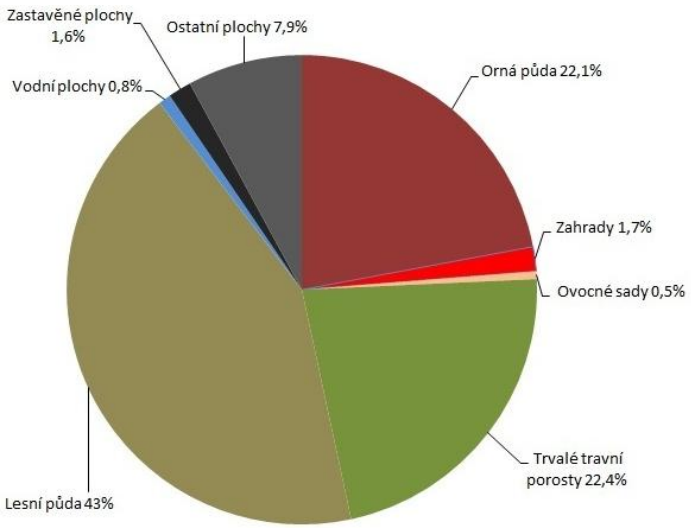
6.7 Zemědělství

Zemědělství na území MAS LZ není na vysoké úrovni, což je dáno jeho geografickou polohou a přírodními podmínkami. Příznivější podmínky pro hospodaření jsou v jihozápadní části území.

Část území (cca 40% zemědělské půdy) leží v CHKO Bílé Karpaty a v přírodním parku Vizovické vrchy, kde platí zvláštní podmínky hospodaření se zemědělskou půdou. Tyto podmínky omezují zemědělskou činnost.

Stupeň zornění (% podíl orné půdy na zemědělské půdě) činil v Luhačovském Zálesí 47,3%. Nejvyšší byl v Kaňovicích (79,8%) a Sehradicích (72,5%) a naopak nejnižší na Podhradí (2,5%). Nepříznivé podmínky pro zemědělství jsou zejména v Doubravách, Dobrkovicích, Dolní Lhotě, Hřivínově Újezdě, Kaňovicích a Sehradicích.

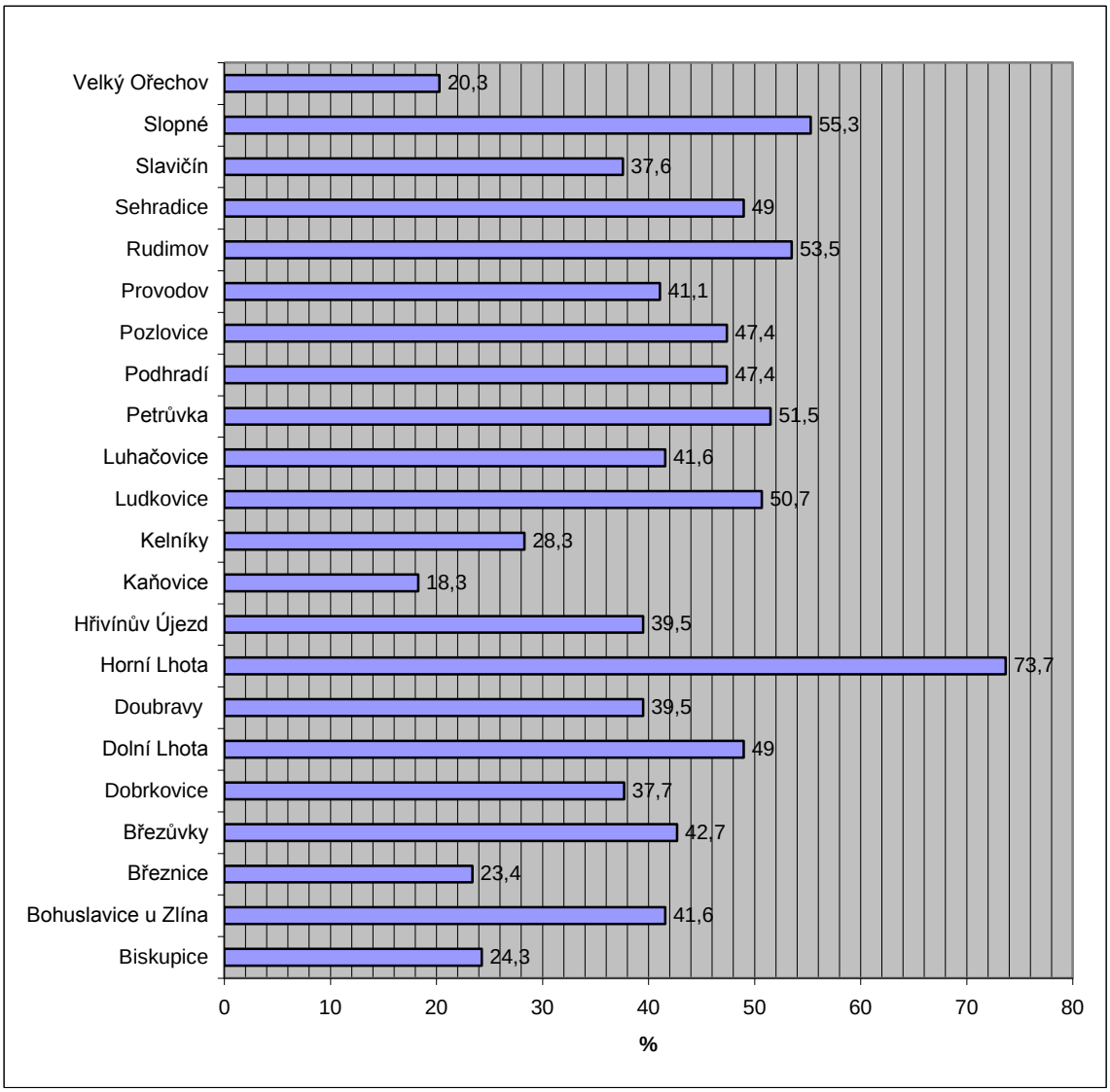
Žádný subjekt na území MAS LZ není registrován jako výrobce biopotravin. K 31.12.2011 je 20 podnikatelských subjektů registrováno jako ekologický zemědělec. Celkem mají zaregistrováno na obhospodařování více než 4 318ha.



Obr. 7 Struktura druhů pozemků k 31.12.2011 [MAS LZ]

6.8 Lesnictví

Lesy jsou důležitou součástí krajiny a jsou významným stabilizačním prvkem. Výměra lesní půdy činila v mikroregionu k 31.12.2011 celkem 9 719 ha což je 43% z katastrální plochy. Největší zastoupení lesů v katastrální výměře mají obce Horní Lhota (73,7%), Slopné (55,3%) a Rudimov (53,5%) a nejnižší Kaňovice (18,3%) a Velký Ořechov (20,3%). V samotné výměře lesních porostů činí podíl státu již pouze 20,5%. Největší část je v držení fyzických osob, a to téměř polovina (42,4%). Městu a obcím mikroregionu přináleží 19,3% a ostatním vlastníkům (lesní družstva a singulární společnosti) 17,8%.



Obr. 8 Grafické znázornění podílů lesů [vlastní zpracování]

6.9 Školství

Vzdělávání nabízí síť škol, která svou strukturou pokrývají nabídku od mateřských škol po úplné střední vzdělání. Pro potřeby cestovního ruchu jsou využitelné obory na SOU v Luhačovicích a ve Slavičíně, které poskytují vzdělání v oborech gastronomie s akreditovanými obory pro společné stravování (kuchař, číšník, servírka). K rozvoji CR přispívají určitým způsobem i jazykové školy, které zvyšují jazykovou vybavenost obyvatelstva, a tím i jeho komunikativnost se zahraničními návštěvníky regionu.

Na území MAS LZ se nachází 15 mateřských škol, 16 základních škol plus 2 základní umělecké a 6 středních škol. Podrobnější rozpis školských zařízení poskytuje následující tabulka.

Tab. 2 Školská zařízení [vlastní zpracování]

Školská zařízení	Počet
Mateřské školy	15
Základní školy jen s I. stupněm	12
Základní školy s I. i s II. stupněm	4
Základní umělecké školy	2
Střední školy - obory gymnázií	1
Střední školy - obory středních odborných škol a praktických škol	2
Střední školy - obory středních odborných učilišť a odborných učilišť	2
Střední školy - obory nástavbového studia	1

6.10 Zdravotnictví

Na území MAS LZ je pouze jedna nemocnice místního významu ve Slavičíně, všechny náročnější případy se spádově řeší v Baťově nemocnici ve Zlíně. Městská nemocnice Slavičín vznikla v roce 1993, kdy se oddělila od Baťovy nemocnice ve Zlíně, pod kterou patřila jako detašované interní oddělení. Zřizovatelem nemocnice je město Slavičín. Nemocnice je příspěvkovou organizací. Do konce roku 2007 zde bylo interní lůžkové oddělení, které se od roku 2008 změnilo na lůžkové oddělení následné péče. Nemocnice disponuje celkem 51 lůžky.

Záchranná služba je pouze ve Slavičíně (v Luhačovicích byla záchranná služba zrušena).

Na území MAS LZ se vyskytuje řada zdravotních zařízení vesměs privátního zaměření pokrývající celou škálu odborností nevázaných na nemocniční zařízení. V rámci Lázní Luhačovice a.s. je zde poskytována lázeňská péče pro pacienty lázní. Lékárny jsou situovány opět jen ve městech Slavičín (2 + výdejna léků) a Luhačovice (2).

6.11 Technická infrastruktura

6.11.1 Kanalizace a čistírny odpadních vod

Větší část obyvatel (70 %) odvádí splaškové vody kanalizačními sítěmi mimo obec. Obce Březůvky, Luhačovice, Podhradí, Pozlovice, Provodov a Slavičín odvádí splaškové vody kanalizačním systémem do čistírny odpadních vod již několik let. V roce 2010 došlo k odkanalizování a čištění obcí Dolní Lhota, Horní Lhota, Slopné, Sehradicea a napojení těchto obcí na čistírnu odpadních vod v Luhačovicích. Zbývající odpadní vody jsou vypouštěny do místních vodotečí.

Čističky odpadních vod na území MAS LZ se nacházejí ve Slavičíně, Luhačovicích a na Řetechově (část Luhačovic). Tyto čističky jsou na základě uzavřených dlouhodobých smluv provozovány společností MORAVSKÁ VODÁRENSKÁ, a.s.

6.11.2 Vodovody

Všechny obce a obyvatelé mají napojení na veřejný vodovod. Problémem je technický stav vodovodních řádů. Přibližně 40 % vodovodních řadů je ze 60.-70. let minulého století a v současnosti jsou značně poruchové a tím vznikají vysoké ztráty. Z 50 % jsou využívány místní hloubkové vrty a z 50 % jsou využívány skupinové vodovody z povrchových vodních nádrží.

Na území MAS LZ provozuje skupinové a místní vodovody společnost MORAVSKÁ VODÁRENSKÁ, a.s.

Skupinový vodovod Slavičín - Luhačovice zásobuje pitnou vodou:

- **z ÚV Ludkovice**: část Luhačovic a dále obce Ludkovice, Biskupice, Polichno, Hřivínův Újezd, Velký Ořechov, Kaňovice
- **z ÚV Štítná nad Vláří:** část Slavičína jako mix s vodou z ÚV Karolinka

- **z ÚV Karolinka:** Slavičín, Petrůvka, Rudimov, Kladná Žilín (část Luhačovic), a část Luhačovic
- **z MV Horní Lhota:** Horní Lhota, Dolní Lhota, Sehradice, Pozlovice a část Luhačovic jako s vodou mix z ÚV Karolinka

Místními vodovody zásobují pitnou vodou obce Řetechov, Podhradí a Slopné.

6.11.3 Plynofikace

Vytápění zemním plynem je provedeno téměř ve všech obcích vyjma obcí Dobrkovice, Doubravy, Petrůvka a Rudimov. Jednotlivé obce se odlišují pouze podílem domácností vytápěných palivem.

6.11.4 Mobilní pokrytí a internetové připojení

Pokrytí mobilním signálem a dostupnost internetového připojení je vyhovující, ale jsou místa, kde síť některých mobilních operátorů zcela nepokrývá celou obec. Dochází k tomu např. v obci Řetechov.

6.12 Doprava

6.12.1 Silniční

Charakteristickým rysem dopravní infrastruktury území MAS LZ je nižší hustota silniční sítě s absencí rychlostních komunikací a silnic I. třídy. I přes tento nedostatek jsou všechny sídelní jednotky dostupné. Současný stav vozovek je pokládán za málo vyhovující, což je dáno především dlouhodobým deficitem finančních prostředků na souvislou i cyklickou údržbu a opravy. Území MAS LZ protíná silniční síť, která je tvořena výhradně silnicemi II. a III. třídy. Komunikace II. třídy.

- **č. 490** - Říkovice – Holešov – Zlín – Nivnice (v úseku Březnice – Bohuslavice u Zlína – Doubravy – Hřívnův Újezd - Kaňovice – Biskupice)
- **č. 492** – Biskupice – Zádveřice (v úseku Biskupice – Luhačovice – Dolní Lhota – Horní Lhota)
- **č. 493** - Luhačovice - Slavičín (v úseku rozcestí u přehrady – Petrůvka - Slavičín)

- **č. 495 -** Moravský Písek – Brumov-Bylnice (úsek Hrádek na Vlárské dráze)
- **č. 496 -** Luhačovice – Komňa (v úseku Luhačovice – Luhačovice Kladná-Žilín)

6.12.2 Železniční

Obě významná centra MAS LZ (Luhačovice, Slavičín) jsou situována na železniční trati. Železniční osobní dopravu zabezpečuje státní organizace České dráhy.

Územím MAS LZ prochází dvě železniční tratě vnitrostátního významu:

- č. 340 – Brno – Vlárský průsmyk (v úseku Hrádek na Vlárské dráze)
- č. 345 – Luhačovice – Újezdec u Luhačovic (v úseku Luhačovice - Biskupice).

6.12.3 Autobusová

Všechny obce jsou dopravně propojené autobusovým systémem. Autobusovou přepravu zajišťuje společnost ČSAD Vsetín a.s. a Karel Housa – HOUSACAR.

6.13 Kulturní památky

Na území MAS LZ je registrováno 98 kulturních památek. K nejstarším patří mohyly v lese Obora (Luhačovice) z 8. – 9. století, dále pak zříceniny hradů Sehrad postaveného v polovině 13. století a Starý Světlov, farní kostel ve Slavičíně, kaple sv. Alžběty v Luhačovicích ze 17. století, zámeček z 18. století ve Velkém Ořechově, přestavěný z bývalé tvrze pocházející z doby okolo roku 1500 a farní kostel sv. Diviše v Horní Lhotě. Období baroka připomínají například zámek ve Slavičíně a zámek v Luhačovicích z 18. století.

Pro zachování, ochranu a regeneraci kulturních hodnot je vymezena památková zóna v Luhačovicích a Kaňovicích. Za zmínku stojí i technické památky - strojní mlýn ve Slopném a vodní mlýn v Horní Lhotě.

Z hlediska vybavenosti kulturními zařízeními se v mikroregionu nachází 25 knihoven (vč. poboček), 1 amfiteátr, 1 sezónní lázeňské divadlo, 2 stálá kina, 4 galerie a ostatní kulturní zařízení, kterými jsou většinou kulturní domy a diskotéky.

6.14 Kulturní akce

- Valašské Křoví - Slavičín – březen

- Otevírání pramenů - Luhačovice - květen
- Kolonádní koncerty - Luhačovice - květen - září
- Letní divadelní sezóna - Luhačovice - červen - září
- Maňasovy Sehradice - Sehradice - červen
- Luhačovická pouť - Luhačovice - červenec
- Lebeda festival - Rudimov - červenec
- Akademie Václava Hudečka - Luhačovice - srpen
- Bartolomějská pouť - Březnice - srpen
- Písní a tancem - Luhačovice - září
- Jak to dělali naši staříčci - Slavičín - září
- Svatováclavská pouť - Velký Ořechov - září
- Den řemesel - Kaňovice - září
- Martinské hody - Pozlovice - listopad
- Štěpánský kotárfest - Slavičín - prosinec
- Živý betlém - Doubravy – prosinec

6.15 Cestovní ruch

6.15.1 Ubytování

Ubytovací kapacita na území MAS LZ je v rámci Zlínského kraje vyšší oproti okolním mikroregionům, což je dáno charakterem území jako lázeňské oblasti. Na území MAS LZ se vyskytuje přibližně 366 ubytovacích zařízení různého typu a různých kvalit služeb tak, aby byla uspokojena poptávka jak movitých, tak i méně movitých klientů. Tyto ubytovací kapacity jsou ovšem dominantně lokalizovány v subregionu Luhačovicka a blízkém okolí (viz Příloha PII).

Tab. 3 Ubytovací zařízení na území MAS LZ [MAS LZ]

Typ zařízení	Mikroregion
hotel	34
penzion	36
kemp	1
ubytovna	5
soukromí	290

Následující tabulka znázorňuje vývoj návštěvnosti lázeňských ubytovacích zařízení ve Zlínském kraji za posledních třináct let. Od roku 2007 trvale klesá návštěvnost těchto zařízení.

Tab. 4 Návštěvnost lázeňských ubytovacích zařízení ve Zlínském kraji [vlastní zpracování]

6.15.2 Stravování

Kapacita stravovacích zařízení na území MAS LZ opět vykazuje vyšší průměrný počet ve srovnání s jinými velikostně podobnými územními celky, což je dáno lázeňským charakterem oblasti. Lze zde pozorovat v nabízených službách rozdílnost jak cenovou, tak i kvalitativní. Nabídka restauračních zařízení, kaváren, cukráren, vináren a barů na Luhačovicku je výrazně vyšší než ve zbývající části území (viz Příloha PIII).

Tab. 5 Stravovací zařízení na území MAS LZ [MAS LZ]

Oblast	Mikroregion
restaurace a pizzerie	42
cukrárna, kavárna, vinárna	21
hostinec a hospoda	30
bufet	12
bar	19

6.15.3 Turistika

Síť značených tras pro pěší turistiku dosahuje celostátního průměru. Nástupním místem pro většinu tras jsou Luhačovice a ostatními obcemi tyto značené trasy procházejí. Značení turistických tras a jejich údržbu zabezpečuje Klub českých turistů. Značení tras je velmi kvalitní, ale nedostatečná je doprovodná infrastruktura, jako jsou odpočívadla, informační tabule, odpadkové koše, apod.

Regionální značené turistické trasy jsou doplněny místními značenými okruhy. V Luhačovicích je to síť značených okruhů v lázeňském areálu pro pohybovou terapii.

Na území MAS LZ je vybudováno několik naučných stezek spojených s místní přírodou a historií. Mezi tyto naučné stezky patří:

- **Naučná stezka Luhačovským Zálesím - Báje a pověsti pod Starým Světlovem**

  Stezka zahrnuje 16 zastavení napříč katastry 8 obcí. Součástí jsou tři zříceniny středověkých hradů, spirituální poutní místo Malenisko se zázračným pramenem, studánky s čerstvou vodou a dvě údolní přehrady.

- **Naučná stezka Luhačovským Zálesím - Literárně - historické toulky Slavičínskem**

  Stezka navazuje na předešlou a prochází východním cípem Luhačovského Zálesí, zejména kolem města Slavičín. Součástí je Pivečkův lesopark a poutavé výhledy na Bílé Karpaty z nejvýše položené obce regionu - Petrůvka.

- **Naučná stezka Luhačovským Zálesím - Na kole za poznáním a zábavou**

  Naučná cyklotrasa zahrnuje 10 zastavení vedoucích podél Luhačovického potoka, dále následuje výstup na hřebenné pásmo při Velkém Ořechově, průjezd oskerušo-

vým lesem, podél Černého potoka do Hřivínova Újezdce a Kaňovic.

- **Naučný chodník Antonína Václavíka**

  Naučný chodník tvoří 5 informačních tabulí. Začíná v centru městyse Pozlovice, kde se nachází první informační tabule a také pamětní deska odkrytá v r. 1991 u příležitosti 100. výročí narození Antonína Václavíka. Dále pokračuje ke kostelu sv. Martina, k nemovité kulturní památce Niva a dále do Pražské čtvrti v Luhačovicích, kde je poslední zastavení.

- **Naučná stezka Podhradí - Starý Světlov**

  Stezka začíná na horním konci obce u prameniště a nedalekého vodojemu, dále pokračuje stoupáním po lesní písčitou cestu, zvanou Sváznice. Studánka Sojsinka je dalším zastavením a pokračuje směrem ke zřícenině hradu Starý Světlov.

- **Naučná stezka Po stopách osídlení Slovanů**

  Naučná cykloturistická trasa představuje na 4 zastaveních historické zajímavosti okolí Slavičína a Nevšové. Historicky zaměřená stezka pro cyklisty seznámí návštěvníky s místy, kde jsou zjištěny lokality s archeologickými nálezy a doloženy historické události. Cyklotrasa vede od Pivečkova lesoparku ve Slavičíně přes rozcestí Lochovec, kolem studánky Tatarky do Nevšové a lázeňského města Luhačovice.

- **Naučná stezka Slavičín (Slavík 1)**

  Naučná stezka na 7 zastávkách vede kolem rybníka Slavík ležícího asi 100 m od budovy základní školy a slouží zejména k výuce přírodopisu. Na jednotlivých zastávkách naučná stezka seznamuje s typy stojatých vod, vlastnostmi vody, rozdělením biotopů rybníka a představuje rostliny a živočichy břehu, dna, volné hladiny, vodní obratlovce a ekologii vodní nádrže.

- **Naučná stezka Tatarka**

  Naučná stezka představuje přírodní zajímavosti Slavičína a jeho okolí. Stezku lze absolvovat pěšky i na kole, její délka je 10 km. Má 3 společná zastavení s cyklostezkou Po stopách Slovanů. Okruh začíná v Pivečkově lesoparku, pokračuje k sirnatému pramenu Tatarka. Zde se trasa stáčí zpět jihovýchodním směrem, prochází obcí Lipová a dále údolím Lipovského potoka do Slavičína k rybníku Slavík. Stezka

končí v areálu zámeckého parku.

- **Naučná stezka Okolo Nevšové**

  Naučná stezka představuje přírodní a historické zajímavosti okolí Nevšové u Slavičína. Je vhodná pro pěší a její délka včetně odboček je 14 km. Trasa začíná ve středu Slavičína na náměstí „ Mezi Šenky", za ním odbočuje směrem na Lukšín, mine továrnu na výrobu bot Prabos a kolem vodní nádrže směřuje k Pivečkovu lesoparku. Po silnici zvané „Stará cesta" pokračuje stezka směrem na Nevšovou až na vrchol stoupání, v místě zvaném Lochovec, kde odbočuje vpravo lesní cesta po hřebeni, která vede kolem zaniklého Holíkova statku až na rozcestí, kde lze sestoupit ke studánce Tatarce. Po hřebeni jde dále bukovými lesy, kolem bývalého pískovcového lomu, mine kótu 535 m. n. m. a dojde na červenou turistickou značku, po níž se vydá vlevo západním směrem až do Nevšové, kterou projde a pod kaplí se napojí opět na Starou cestu, po níž se vrátí do Slavičína.

6.15.4 Cykloturistika

Územím MAS LZ prochází síť stávajících nadregionálních cyklotras:

- č. 5054: Zlín – Slavičín (2,54 km)
- č. 5055: Topolná - Zlín (8,62 km)
- č. 5056: Vizovice – Na Trojáku (2,53 km)
- č. 5057: Doubrava-sedlo – Horní Lideč (9,63 km)
- č. 5058: Hrádek na Vlárské dráze – Horní Lideč (9,3 km)
- č. 5068: Pindula – Želechovice nad Dřevnicí (7,7 km)
- č. 5069: Klenčov – Pod Sl. kopcem (4,78 km)

Luhačovickem probíhají jen dvě značené cyklotrasy. První má číslo 5054 a druhá číslo 5056. Dotýkají se ho však jen velmi okrajově.

Cyklotrasa 5054 přichází po silnici vedoucí ze Slavičína do Petrůvky a Luhačovic. Po necelých dvou kilometrech odbočuje doleva na vedlejší silnici do dva kilometry vzdáleného Rudimova.

Cyklotrasa 5056 přichází z Bílých Karpat přes obec Komňa do Bojkovic a přímo v

nich odbočuje po vedlejší silnici rovněž do obce Rudimov, vzdáleného 5 km.

Páteřní cyklotrasu bude tvořit spojnice měst a obcí Uherský Brod – Biskupice – Luhačovice - Luhačovická přehrada - Slavičín - Štítná nad Vláří s možností napojení na hranice se Slovenskou republikou. Jednotlivé úseky této cyklotrasy se v současné době projektově zpracovávají pro realizaci.

6.15.5 Běžkování a lyžování

V zimním období jsou k dispozici tyto běžkařské trasy:

- Trasa č.1 -Petrůvka / Paseky - Kamenný kříž - Solné - Bílý Kříž,
- Trasa č.2 -Pozlovice / Koliba U Černého psa - hotel Vega - odbočka ke zřícenině hradu Sehrad - Tutkovské sedlo,
- Trasa č.3 -Pozlovice / Koliba U Černého psa - hotel Vega - Sojsinka - pod vrchem Brda.

Pro sjezdové lyžování jsou k dispozici tyto lyžařské vleky:

- Lyžařský vlek Luhačovice,
- Lyžařský vlek Petrůvka,
- Lyžařský vlek Slopné.

6.15.6 Plavání

Na území MAS LZ je několik možností koupání a to jak v letních měsících tak i během celého roku.

Od roku 2010 je k dispozici venkovní **koupaliště Duha Pozlovice** u Luhačovické přehrady, které nabízí v nově vybudovaném areálu plavecký bazén, tobogán, skluzavky, zážitkový bazén s atrakcemi (divoká řeka, houpací bazén, vodní hřiby, masážní lavice, šplhací síť, lezecká stěna) a dětský bazén pro nejmenší.

Celoročně otevřená **Městská plovárna Luhačovice** byla uvedena do zkušebního provozu v listopadu 2010. Nabízí 25 m dlouhý bazén se čtyřmi dráhami, zážitkový bazén se skákacím zálivem, chrliči, masážními tryskami, lehátky, bublery a divokou řekou. Dále je zde dětský bazének, vířivka pro deset osob a parní komora. Z bazénové haly je možný vstup na letní terasu.

V únoru 2012 bylo dokončeno čištění **Luhačovické přehrady**, která se nachází v katastru městyse Pozlovice. Přehrada byla znečišťována odpadními vodami z nedalekých obcí, což přispívalo ke každoročnímu rozšíření sinic, které znemožňovalo koupání po řadu let. V roce 2011 byla vybudována čistička odpadních vod v obci Dolní Lhota, která čistí vody z obcí Dolní Lhota, Horní Lhota, Slopné a Sehradice. Následné vyčištění a znovunapuštění přehrady je nadějným krokem ke koupání v přírodních podmínkách.

V letních měsících je možnost koupání ve **venkovním plaveckém bazénu u lázeňského domu Niva I.**

Další možnosti koupání:

- Rehabilitační pavilón Luhačovice - krytý bazén
- Hotel Adamantino - krytý bazén
- Hotel Vega - krytý bazén
- Letní koupaliště Sehradice - venkovní bazén
- Koupaliště Ludkovice- venkovní bazén (koupaliště je nyní mimo provoz, připravuje se jeho rekonstrukce)

7 SWOT ANALÝZA

7.1 Silné stránky

- Dlouhodobá tradice lázeňství – výskyt léčivých minerálních vod.
- Dostatečná kapacita ubytovacích a stravovacích zařízení.
- Přírodní památky CHKO Beskydy.
- Nadregionální kulturně společenský význam území a udržování kulturních tradic.
- Zřízení ČOV a kanalizace v obcích nad Luhačovickou přehradou.
- Hustá síť značených turistických cest zvláště v oblasti CHKO Bílé Karpaty a přírodního parku Vizovické vrchy.
- Čisté životní prostředí.

7.2 Slabé stránky

- Chybí rekvalifikační jazykové kurzy pro zaměstnance ubytovacích a stravovacích zařízení - nedostatečná jazyková vybavenost personálů.
- Organizace zajišťující služby v CR v nedostatečné míře neřeší problematiku rozšíření sezónnosti - vysoká fluktuace způsobená sezónním zaměstnáním.
- Nízká podpora přilákání nových investorů do opuštěných nevyužívaných výrobních prostor zejména v oblasti Slavičínska (umrtvené investice).
- Nezaměření investic na zkvalitnění infrastruktury - chybí napojení na dálniční systém a rychlostní silniční komunikaci .
- Nižší porodnost a odchod mladých mimo region - stárnutí ekonomicky aktivní populace.
- Převažují drobní podnikatelé řemeslného zaměření nad velkými podniky – podprůměrná úroveň mezd - vyjížďka lidí za prací mimo region
- Nedostatečné řešení rozšíření nabídek lázeňského území pro trávení volného času - úbytek pacientů lázní
- Nedostatečná propagace mikroregionu

7.3 Příležitosti

- Rozšířené využívání státních dotačních programů a dotačních programů z EU.
- Navázání ekonomické spolupráce s příhraničními oblastmi SR s využitím prostředků EU ve vztahu k cestovnímu ruchu.
- Nabídka partnerského vztahu s okolními regiony.
- Možnost napojení cyklistické stezky se Slovenskou republikou.
- Nárůst poptávky po trávení volného času v ČR

7.4 Hrozby

- Nedostatek financí na budování a opravy komunikací vyšších tříd.
- Nezájem spolupráce řešení cestovního ruchu okolními regiony.
- Negativní vývoj ekonomiky.
- Změna způsobu přispívání pojišťoven na léčení pacientů v lázeňských zařízeních
- Střety zájmů pro rozvojové aktivity v rámci CHKO Beskydy.
- Poškození životního prostředí zvýšeným turistickým ruchem.
- Omezené finanční zdrojů nadřízených orgánů veřejné správy.

8 ROZVOJOVÁ STRATEGIE ÚZEMÍ MAS LUHAČOVSKÉ ZÁLESÍ V OBLASTI CESTOVNÍHO RUCHU

V následující části práce navrhuji rozvojovou strategii pro území MAS LZ v oblasti cestovního ruchu. V předchozí analytické části práce je rozebráno území MAS LZ z pohledu demografického, ekonomického, kulturního a z pohledu přírodních památek.

Pro vypracování SWOT analýzy jsem využila data získaná z primárních a sekundárních zdrojů. Primární data jsou užita z vlastních dosavadních znalostí a zkušeností, které jsem získala za posledních devět let, kdy žiji v tomto regionu. Za tuto dobu jsem s rodinou poznávala formou výletů rozličná místa tohoto území a účastnila se mnohých akcí spojených s místními tradicemi a různorodou krajinou. Dále jsem primární data získávala formou rozhovorů s lidmi žijícími v tomto mikroregionu několik desítek let – převážně z rodinných kruhů.Tato data jsem měla možnost srovnávat se zkušenostmi z jiného regionu v kraji Vysočina, kde jsem se narodila a vyrůstala až do mé dospělosti. Sekundární data jsou použita převážně z internetových stránek jednotlivých obcí, dále stránek Českého statistického úřadu a z dokumentů, které mi byly poskytnuty společností MAS Luhačovské Zálesí, o.p.s.

V následující části jsou navrženy možné projekty s konkrétními cíly pro dlouhodobý rozvoj tohoto území. Z těchto cílů vychází formulace níže uvedené vize.

8.1 Kritické body

Na základě získaných dat jsem pro území MAS LZ stanovila níže uvedené kritické body, které nejvíce brání v rozvoji mikroregionu v oblasti cestovního ruchu.

- Nevyhovující stav dopravních komunikací.
- Nedostatek pracovních příležitostí v mikroregionu.
- Úbytek lázeňských pacientů.
- Nedostačující nabídka komplexních informací o regionu.
- Výrazné sezónní výkyvy návštěvnosti.

8.2 Vize rozvoje území MAS Luhačovské Zálesí v oblasti cestovního ruchu

„Území MAS LZ je atraktivní destinací s širokou produktovou nabídkou a s vhodnými podmínkami pro rozvíjení rekreačního, kulturního, poznávacího a přírodního cestovního ruchu, kde potenciální návštěvníci tráví svůj volný čas, což má pozitivní vliv na všechny stránky podmiňující rozvoj regionu.“

8.3 Strategické cíle rozvoje regionu

Strategické cíle obsahují konkrétní aktivity, které vedou k naplnění vize. Mezi strategické cíle území MAS LZ, které vedou k rozvoji regionu v oblasti cestovního ruchu jsou:

- Rozšíření nabídky lázeňské oblasti pro jiné cílové skupiny
- Propagace regionu – snadno přístupné informace pro turisty
- Podpora rozvoje tradic a tradičních regionálních produktů
- Kvalifikovaný personál
- Cestovní ruch trochu jinak - agroturistika

8.3.1 Rozšíření nabídky lázeňské oblasti pro jiné cílové skupiny

Území MAS LZ je především lázeňským územím a vlivem změny hrazení lázeňské léčby zdravotními pojišťovnami dochází v poslední době k velkému poklesu lázeňských pacientů, což má neblahý vliv na ekonomickou situaci této oblasti. Možným řešením této situace je zaměřit se na jiný cílový segment např. rodiny s dětmi, matky s dětmi, důchodci nebo klienti s nadváhou a vytvořit pro ně speciální nabídku produktů pro trávení volného času. Tomuto segmentu by se musela přizpůsobit i jednotlivá zařízení. Stravovací zařízení by vytvořila či pozměnila jídelníčky pro konkrétní cílovou skupinu např. děti nebo klienty s nadváhou. Ubytovací zařízení by vytvořila speciální balíčky ve spojitosti s možnostmi využití volného času.

8.3.2 Propagace regionu – snadno přístupné informace pro turisty

Turisté, pacienti lázní i všichni návštěvníci, kteří zamíří na území MAS LZ, kde tráví svůj volný čas a navštěvují konkrétní cíle většinou všem dobře známé, které jsou hlavními láka-

dly tohoto území. Už méně často navštíví ne tolik známé lokality taktéž s velmi zajímavými kulturními či přírodními památkami, byť jsou třeba nedaleko původně vytyčených cílů. Při náhodné změně programu neinformovaný návštěvník neví o dalších možnostech trávení volného času.

K tomuto účelu by sloužil jednotný zdroj informací např. internetové stránky MAS LZ, kde by se nacházela sekce aktuálních kulturních akcí, které se dějí na tomto území a zároveň by se tu nacházel seznam všech historických, kulturních a přírodních památek území, které by zájemci mohli navštívit vzhledem k jejich časovým možnostem.

Součástí seznamu by byly informace o otevíracích dobách, cenách vstupného, seznam stravovacích a ubytovacích zařízení s aktuálními jídelníčky a cenami nabízených produktů Dále napojení na turistické, naučné stezky, cyklostezky atd.

Tato adresa internetových stránek by se nacházela na každé informační tabuli, jednotlivých obcí či naučných stezek s informací o nejbližším místě s veřejným přístupem k internetu, či informačnímu panelu, který se nachází v lázeňském městě Luhačovice u zdejšího informačního centra.

8.3.3 Podpora rozvoje tradic a tradičních regionálních produktů

Vlivem globalizace a rozvojem moderního způsobu života šířícího se z měst i do vesnických oblastí hrozí zapomínání a postupný zánik místních tradic, které mají významný podíl na místní kultuře, která je typická pro každou jednotlivou oblast každého státu. Pro rozvoj a udržování tradic je vhodným řešením podpora místních tradičních spolků, kroužků pro děti a mládež a jejich prezentace na různých místních akcích i na účast na akcích mimo území MAS LZ.

Posílením podpory tradic je podpora místních tradičních výrobků, které slouží k prezentaci daného území a k podtržení místní kultury, která se nejen těmito výrobky odlišuje od ostatních oblastí či regionů v České republice. Pro podporu a prezentaci těchto výrobků je vhodné pořádání různých jarmarků k různým příležitostem během celého roku a prodej těchto výrobků po celém území regionu, pro něž jsou tyto výrobky typické. Další prodej tradičních výrobků by měl být součástí informačních středisek na tomto území a ve specializovaných obchodech na tomtéž území.

8.3.4 Kvalifikovaný personál

Na území MAS Luhačovské Zálesí se nachází mnoho stravovacích a ubytovacích zařízení. Ne v každém tomto zařízení je vždy plně kvalifikovaný personál. Jedná se o nedostatky v jazykové vybavenosti personálu. Tyto nedostatky mohou negativně působit na zahraniční klientelu, která tvoří nedílnou součást návštěvnosti tohoto území. Strategickým cílem a vhodným řešením této problematiky je vytvoření speciálního jazykového kurzu, který by byl zaměřen přímo na cestovní ruch. Na pořádání tohoto kurzu by se podíleli jednotliví provozovatelé stravovacích a ubytovacích zařízení ve spojitosti s veřejnou správou např. úřadem práce.

8.3.5 Cestovní ruch trochu jinak – agroturistika

Rozvoj cestovního ruchu a nabídka pobytů pro turisty na venkově s ubytováním na farmách. Může se jednat o doplňující finanční zdroj pro zemědělce, kteří by poskytli ubytování pro turisty a s tím spojenou nabídku činností v oblasti zemědělství.

Popřípadě vybudování samostatné biofarmy pro chov zemědělských a venkovských zvířat s ukázkou zpracování zemědělských produktů. Farma by se stala atrakcí zejména pro rodiny s dětmi, kteří by přišli do kontaktu s domácími zvířaty a s možností ochutnání a nákupu výrobků a produktů této farmy (např. mléko, tvaroh, maso). Farma by mohla sloužit i ke konání tradičních činností spojených s farmařením např. svážení sena, jízdy na koních, zabíjačky apod.

9 VYBRANÝ PROJEKT – LANOVÝ PARK U LUHAČOVICKÉ PŘEHRADY

Projekt výstavby lanového parku u Luhačovické přehrady jsem zvolila v souvislosti s rozšířením nabídky trávení volného času zaměřený nejen pro mládež a rodiny s dětmi v lázeňské oblasti, kde v poslední době dochází ke snižování počtu návštěvníků lázeňských zařízení. Tento projekt vychází ze strategického cíle (Rozšíření nabídky lázeňské oblasti pro jiné cílové skupiny) a naplňuje stanovenou vizi vedoucí k rozvoji cestovního ruchu. Jedním z hlavních důvodů výběru tohoto projektu je zajištění možné realizace v dohledné době, což vyplývá z následujícího textu.

9.1 Popis projektu

Lanový park je tvořen různými lanovými překážkami, které jsou zavěšeny v různých výškách nad zemí na sloupech, v korunách stromů nebo na jiných konstrukcích. Překážky jsou sestavěny z lan, trámků, kulatiny a dalších prvků. Bezpečnost účastníků je zajištěna pomocí různých způsobů jištění, které umožňují bezpečný přechod celým systémem lanové dráhy. Zároveň je účastník vystaven adrenalinovému zážitku z pohybu ve výšce a proto se tento typ aktivity řadí do dobrodružných aktivit.

9.2 Cíl projektu

Cílem projektu je zatraktivnění oblasti lázeňského území s vyhledávaným cílem Luhačovické přehrady, která je symbolem odpočinku, zábavy a rekreace. Projekt má podpořit rozvoj cestovního ruchu na území MAS LZ. Po dlouho očekávaném vyčištění Luhačovické přehrady, je velkou nadějí návrat velkého počtu návštěvníků, kteří budou trávit volný čas na březích vodní nádrže s možností koupání v hygienicky nezávadné vodě s možností využití nabízených produktů v této lokalitě. Jedním z těchto produktů je právě lanový park, který zpestří pobyt návštěvníkům, kteří dorazí za původně jiným cílem např. koupáním v přehradě či v aquaparku Duha Pozlovice, ale také přiláká mnoho nových návštěvníků, kteří vyhledávají právě tuto atraktivitu, která je v poslední době stále více populární.

9.3 Financování projektu

Významnou příležitostí získání financí je účast výzev na získání dotací pro rozvoj cestov-

ního ruchu z evropských fondů a z národních programů. Jednou z těchto výzev může být i výzva MAS LZ, o.p.s.

Dalším zdrojem financí by byly vlastní zdroje žadatele tedy Městyse Pozlovice, na jehož katastru navrhované lokality plánovaného projektu leží.

Další možností financování projektu jsou příspěvky od přilehlých ubytovacích či stravovacích zařízení a dalších podnikatelských subjektů, pro které bude tato atraktivita možným přínosem v podobě turistů, kteří budou využívat jejich nabízené produkty. Za tyto finanční příspěvky by jednotlivá zařízení získala poukázky na zvýhodněné vstupné pro své zákazníky či zaměstnance. Možným řešením je také vytvoření společnosti (např. společnost s ručením omezeným, akciová společnost) městyse Pozlovice a přilehlých podnikatelských subjektů.

9.4 Cílové skupiny projektu

Cílovými skupinami tohoto projektu jsou především mládež a rodiny s dětmi. Dále by tuto atrakci mohly využívat spolky např. dobrovolných hasičů k tréninku nebo pracovní kolektivy v rámci teambuildingu.

Významným segmentem návštěvníků jsou občané regionu, kteří mají tuto atrakci v přijatelné blízkosti. Dále hromadné skupiny, např. školní skupiny nebo skupiny dětí léčících se v nedalekých lázních. Další významnou skupinou zákazníků jsou turisté a návštěvníci, kteří zavítají do této oblasti.

9.5 Výběr lokality

Lokalita umístění projektu je patrná z následujícího obrázku (Obr. 8). Vybíráme ze 2 možných lokalit. Jedna z nich je lokalita A s parcelním číslem 1545/12. Tato lokalita je vhodná svým umístěním vzhledem k dostupnosti v přijatelné blízkosti od parkoviště u přehrady (cca 300 m) a dalším parkovištěm nad přehradou (cca 500 m). Tento pozemek je ve vlastnictví ČR a právo hospodařit s ním má Povodí Moravy, s.p. se sídlem v Brně. Způsob využití dle katastru nemovitostí je sportoviště a ostatní plocha a druh pozemku je veden jako ostatní plocha.

Druhou možností umístění lanového parku v okolí Luhačovické přehrady je Lokalita B s parcelním číslem 2235/23. Tento pozemek je také ve vlastnictví ČR a právo hospodařit

s ním má také Povodí Moravy, s.p. se sídlem v Brně. Tato parcela je vedena pro způsob využití jako jiná plocha a druhem pozemku jako ostatní plocha. Nachází se v okrajové části vodní nádrže u jejího přítoku a od nejbližšího parkoviště je vzdálena cca 1 km. Je více odlehlá od turisticky vytíženější části – okolí hráze, proto je tato lokalita méně vhodnou, ale také možnou lokalitou.

Obr. 9 Výběr lokality u Luhačovické přehrady [ČÚZK + vlastní zpracování]

9.6 Typy lanových parků

Lanové parky můžeme rozdělit na indoorové a venkovní, které se dále dělí na lanový park na kůlech, lanový park ve stromech a dětský lanový park. Vzhledem k našim vybraným lokalitám, které jsou bez stromového porostu, můžeme brát v úvahu lanový park na kůlech a dětský lanový park.

Dalším kritériem dělení lanových parků je výška lanových překážek. Ty jsou rozděleny na nízké a vysoké lanové překážky.

9.6.1 Lanový park na kůlech

Výhodou lanového parku na kůlech je možnost postavení na téměř libovolném místě. Další výhodou je různorodá volba překážek a celkového prostorového řešení, kde je realizátor omezen pouze rozlohou pozemku, popř. financemi.

Obr. 10 Lanový park na kůlech [Lanové parky, 2013]

9.6.2 Dětský lanový park

Dětský lanový park je soustava nejrůznějších lanových překážek, které jsou uspořádány za sebou tak, že tvoří dráhu o jednom vstupu a jednom výstupu. Na kmenech stromů popř. sloupů jsou připevněny dřevěné podesty, které slouží jako odpočinková místa a místa pro předcházení účastníků. Lanové překážky mohou být instalovány v proměnné výšce v závislosti na profilu terénu pod nimi od cca 1 m do cca 8 m nad zemí. Bezpečnost proti pádu je zajištěna záchytnými sítěmi instalovanými pod každou překážkou. Jednotlivé plošiny mají ochranná zábradlí. Na plošinách jsou bezpečnostní dvířka, která umožňují obsluze parku snadný přístup na jakoukoliv část trasy a pomoci řešit účastníkům problémy s překonáním překážek.

Obr. 11 Dětský lanový park [Lanové parky, 2013]

9.6.3 Lanový park s nízkými lanovými překážkami

Ty mohou být umístěné nízko nad zemí tzn. chodidla účastníků jsou kolem 1 m, maximálně však 1,5 m nad zemi, aby umožňovaly bezpečný seskok. To jsou tzv. nízké lanové překážky. Často nevyžadují použití žádného jisticího systému, stačí pouze osobní záchrana ostatních členů skupiny. Tento typ lanových překážek může být součástí dětského hřiště nebo samostatně jako malý lanový park.

Obr. 12 Nízké lanové překážky
[Lanové parky, 2013]

9.6.4 Lanový park s vysokými lanovými překážkami

Naopak překážky stavěné ve vyšších výškách tedy od 1,5 m jsou tzv. vysoké lanové překážky. Převážně bývají umístěné 5 – 15 metrů nad zemí. Při překonávání těchto překážek se využívá horolezecké vybavení a různé jistící systémy, které zaručují lezcovu bezpečnost.

(Lanové parky, 2011)

Obr. 13 Vysoké lanové pře
kážky [Lanové parky, 2013]

9.7 Jistící systémy

Jistící systémy jsou neoddělitelnou součástí lanových parků. Bezpečnost je jednou z hlavních priorit při stavbě a provozu těchto zařízení. Na trhu existuje několik typů jistících systémů, které se využívají pro jednotlivé druhy lanových parků. Těmito typy jsou:

Spotting

Spotting je způsob jištění, který se používá na nízkých lanových překážkách. Princip spočívá v jištění ostatními členy skupiny, kteří jsou v bezprostřední blízkosti lezce a jsou připraveni případný pád zachytit.

Sebejištění (self-belay)

Účastníci prostřednictvím jisticího setu mění své jištění tzv. „přecvaknutím se“ z jednoho jistícího bodu na druhý. Hlavním jistícím bodem obvykle bývá horizontálně natažené ocelové lano, které v různé výšce nad překážkami prochází celou trasou, a ke kterému se účastníci po celou dobu jistí. Základ jisticího setu tvoří dvě odsedávky (krátké lana, smyčky, lanyardy), které jsou jedním koncem připevněny k lezeckému úvazku účastníka a na druhém konci jsou karabiny a kladka, která se používá u lanovek a přejezdů.

Průběžné jištění

Přechody horizontálního jistícího lana jsou nad přestupními plošinami řešeny tak, že je speciálně konstruovaná kladka přejede bez nutnosti jejího sundání před přechodovým místem. Účastníci tak nasadí kladku pouze na samém začátku trasy a absolvují s ním celou trasu, aniž by se někde vypnuli z jistícího lana. Průběžné jištění se v lanových centrech považuje za nejbezpečnější způsob jištění účastníků.. Mezi hlavní nevýhody patří vyšší pořizovací cena a hlavní provozní nevýhodou je, že rychlejší účastníci na trase nemohou předběhnout ty pomalejší. Nejlepší systémy mají dvě paralelní lana vedle sebe, ale většinou se instaluje pouze jedno.

„Chytré jištění“ – Smart Belay

Chytré jištění zajistí vzájemnou komunikaci dvou karabin mezi sebou prostřednictvím odsedávek tak, že pokud je jedna karabina zavřená, nelze ji otevřít, dokud je otevřena druhá karabina. Teprve pokud je druhá karabina bezpečně zavřená, je možné první karabinu otevřít. V praxi tak nemůže dojít k situaci, že účastník otevře obě karabiny najednou a zůstane tak bez zajištění ve výšce. Karabiny jsou speciálně konstruované pro lanová centra a někte-

ré systémy mají v sobě integrovány i kladky a je možné je využít i pro všechny druhy přejezdů.

Záchytné sítě

Jistící systém, který se používá pro dětské lanové centrum. Pod každou překážkou jsou nataženy bezpečnostní sítě a v případě pádu lezec skončí v nich. Účastníci se mohou libovolně předbíhat na trase. Areály se záchytnými sítěmi jsou vhodné pro děti od 3 let. (Project Otdoors, 2009)

9.8 Výběr dodavatele

Dodavatelů stavby lanových parku je v České republice několik. Vzhledem ke vzdálenostem jsem vybrala následující firmy, které mohou být osloveny. Výběr dodavatelů může být samozřejmě rozšířen na základě dalších návrhů či výběrového řízení.

Firmy zabývající se stavbou lanových parků:

- Project Outdoor s.r.o., Na Střelnici 48, 772 00 Olomouc
- Outdoor solutions – lanové parky s.r.o. , Olšany 106, 683 01 Olšany
- Outdoor Point, Koliště 648/35, 602 00 Brno

9.9 Návrh lanového parku

Pro naši lokalitu navrhuji lanový park na kůlech zkombinovaný z vysokých lanových překážek a dětského lanového parku. Navržený park má celkem 17 překážek + skluzavku a lezeckou síť. První okruh je dětský lanový park pro děti od 3 do 12 let. Druhý okruh je lanové park pro děti od 12 a dospělé. Způsob jištění bych zvolila jištění záchytnými síťemi pro první okruh a sebejištění, jehož principem je lezecký úvazek účastníka napojený na karabiny (popř. kladku, která se používá u lanovek a přejezdů), které si účastník přepíná během překonávání jednotlivých stanovišť pro druhý okruh.

Obr. 14 Návrh lanového parku [Outdoor point, 2012]

9.9.1 Cenový odhad

Ceny lanových parků závisí na mnoha faktorech. Např. na typu lanového parku, na jeho umístění, počtu zvolených překážek, typu jistícího systému atd. Podle informací, které se mi podařilo zjistit od jedné výše navrhované firmy jsou orientační ceny následující.

Za každý instalovaný kůl je cena cca 80 tis. Kč, za každou překážku je to zhruba 40 tis. Kč. Včetně klasického jištění – samojištění. V případě, že bychom volili průběžné jištění, je cena za překážku o 20 tis. Kč vyšší.

Předběžná odhadní cena navrhovaného parku je 1 850 000 Kč.

9.9.2 Provoz lanového parku

Společnosti zajišťující stavbu lanových parků nabízejí služby se zajištěním provozu. Jednou z těchto služeb je provoz lanového parku samotnou společností, která park stavěla a to na základě nájemní smlouvy s majitelem atrakce. Cena za provoz je v tomto případě nulová. Druhou variantou je provoz lanového parku společností, která park stavěla na dobu první sezóny s výhledem, že provoz převezme místní provozovatel, kterému společnost předá funkční provoz lanového parku. Spolupráce bude probíhat na základě nájemní smlouvy. Třetí variantou je provoz parku provozovatelem, kterého určí Investor projektu – majitel atrakce. Ceny provozu posledních dvou variant jsou určovány podle regionu a velikosti samotného parku.

V našem případě bychom volili jednu z posledních dvou variant.

9.9.2.1 Školení obsluhy

Školení obsluhy je nutnou součástí provozu lanového parku. Je certifikované a zakončené zkouškou. Ceny jednotlivých školení se odvíjí od specifik daného lanového parku či požadavků jednotlivých zájemců.

Obsahem školení jsou např. teoretické a praktické části zaměřující se na lanové aktivity, provoz a program lanového parku, důležité praktické dovednosti (uzlování, jištění, slaňování…), záchranu z lanového parku aj.

9.9.2.2 Otevírací doba

Pro provoz v první sezóně navrhuji následující otevírací dobu. Po tuto dobu, bude návštěvnost důkladně zaznamenávána a na konci sezóny vyhodnocena a podle výsledků bude otevírací doba v následujícím roce upravena.

Tab. 6 Otevírací doba [vlastní zpracování]

Duben, Květen, Září, Říjen	so-ne 10-18
Červen - Srpen	denně 10-19
Listopad – Březen	po dohodě

9.9.2.3 Ceník

Navrhovaný ceník je sestaven z odhadovaných cen. Tyto ceny se mohou v průběhu projektu měnit.

Tab. 7 Ceník [vlastní zpracování]

Ceník	
LP od 12 let	130
Dětský LP (do 12 let.)	80
Rodinné vstupné	sleva 20%
Skupiny (od 8 lidí)	sleva 20%

9.9.2.4 Revize lanového parku

Pro maximalizaci bezpečnosti provozu lanového parku je nutná jeho pravidelná kontrola.

Roční revize lanového parkuje dána z legislativy ČR a to na základě čl. 7 písm. c) ČSN EN 15567–1: 2008, která obsahuje:

- Vizuální kontrolu
- Funkční kontrolu
- Návrh úprav a oprav
- Kontrolu veškerých dokumentů včetně plánů LP

Na základě provedené revize je provozovateli vystavena Zpráva o revizi včetně doporučení a podmínek používání. Kontroly musí být účasten zástupce provozovatele či majitele lanového parku.

10 ČASOVÁ A NÁKLADOVÁ ANALÝZA, STANOVENÍ RIZIK A PŘÍNOSŮ NAVRHOVANÉHO PROJEKTU

10.1 Časová analýza

Pro časovou analýzu realizace projektu lanového parku u Luhačovické přehrady jsem zvolila síťovou analýzu. V této analýze pracuji s odhady časových intervalů, které jsou potřebné k realizaci jednotlivých činností potřebných pro navrhovaný projekt. Tyto odhady jsem stanovila na základě dostupných informací převážně z internetových portálů.

Činnosti nutné k realizaci projektu:

- přípravná fáze
- výběr lokality
- zajištění finančních prostředků
- zajištění potřebných stavebních dokumentací
- realizace stavby
- zkušební provoz a vyhodnocení

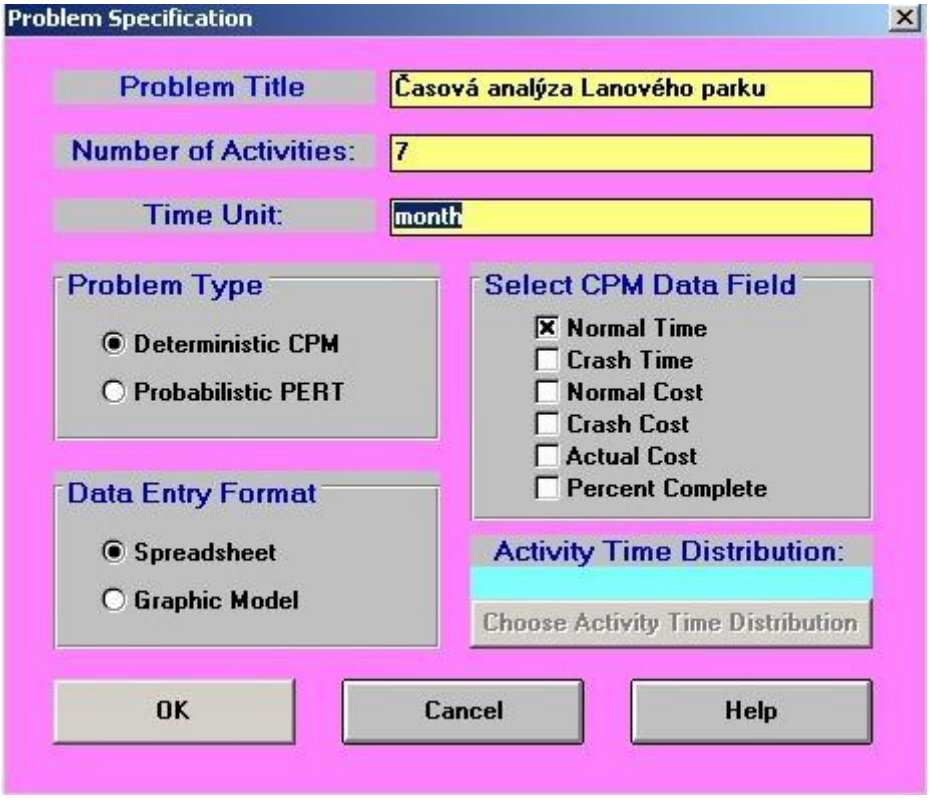
10.1.1 Časová analýza pomocí programu WinQSB

Pro časovou analýzu navrhovaného projektu jsem využila metodu CPM tedy metodu kritické cesty v programu WinQSB – PERT/CPM. V následující tabulce jsou uvedeny jednotlivé činnosti, které jsou důležité pro navrhovaný projekt. Dále jsou v tabulce udány doby trvání jednotlivých činností a činnosti, které jim předcházejí.

Tab. 8 Časové intervaly časové analýzy [vlastní zpracování]

Činnost	Popis činnosti	Doba trvání (měsíce)	Předcházející činnosti
A	Přípravná fáze	3	
B	Výběr lokality	1	A
C	Zajištění finančních prostředků	6	A
D	Zajištění potřebných stavebních dokumentací	6	B
E	Výběr dodavatele	2	C,D
F	Realizace stavby	2	C,D,E
G	Zkušební provoz a vyhodnocení	6	F

Následující obrázek zobrazuje zadávání základních specifikací tzn. počet jednotlivých aktivit, časový limit jednotlivých aktivit a název řešeného problému.



Obr. 15 Základní specifikace problému [WinQSB]

Následujícím krokem programu je zadávací tabulka, kam se doplní předcházející činnosti k jednotlivým činnostem a doby trvání.

Activity Number	Activity Name	Immediate Predecessor (list number/name, separated by ',')	Normal Time
1	A		3
2	B	A	1
3	C	A	6
4	D	B	6
5	E	C,D	2
6	F	C,D,E	2
7	G	F	6

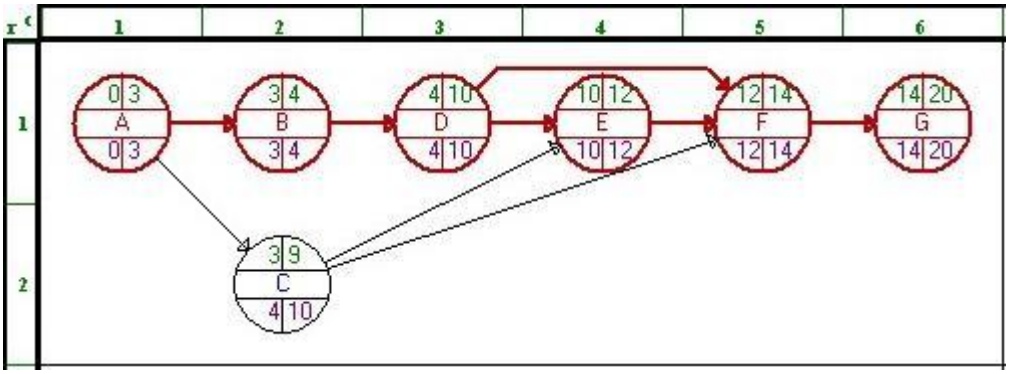
Obr. 16 Vyobrazení zadávací tabulky [WinQSB]

Po zadání předcházejících údajů jsme dostali vyhodnocení kritických činností včetně nejdříve možných začátků a konců a nejpozději přípustných začátků a konců jednotlivých činností, dobu realizace projektu a počet kritických cest. Z následující tabulky je možné vyčíst, že projekt má 2 kritické cesty. Činnosti na kritické cestě jsou tzv. kritické činnosti, v našem projektu se jich vyskytuje 6 a jejich rezerva je rovna nule. Pokud u některé z nich nastane zpoždění, dojde k prodloužení celého projektu. Doba realizace navrhovaného projektu je 20 měsíců.

04-06-2013 21:48:16	Activity Name	On Critical Path	Activity Time	Earliest Start	Earliest Finish	Latest Start	Latest Finish	Slack (LS-ES)
1	A	Yes	3	0	3	0	3	0
2	B	Yes	1	3	4	3	4	0
3	C	no	6	3	9	4	10	1
4	D	Yes	6	4	10	4	10	0
5	E	Yes	2	10	12	10	12	0
6	F	Yes	2	12	14	12	14	0
7	G	Yes	6	14	20	14	20	0
	Project	Completion	Time	=	20	months		
	Number of	Critical	Path(s)	=	2			

Obr. 17 Vyobrazení výsledné tabulky [WinQSB]

Z předchozí tabulky je možné v programu WinQSB vygenerovat grafické znázornění kritických cest, což nám ukazuje následující obrázek.



Obr. 18 Vyobrazení grafu kritických cest [WinQSB]

10.2 Nákladová analýza

Pro realizaci projektu je potřebné vyčíslení finančních prostředků potřebných k realizaci navrženého projektu. Náklady jsou pouhé odhady. K přesnějšímu vyčíslení nákladů dochází v realizační fázi projektu, která není součástí této diplomové práce.

Tab. 9 Odhad nákladů [vlastní zpracování]

Jednotlivé položky	Odhad nákladů v Kč
Studie projektu	od 10 000
Vizualizace projektu	od 10 000
Projektová dokumentace (3 – 10% z předběžné ceny)	5 550 - 18 500
Cena LP	1 850 000
Nákup jistícího vybavení	40 000
Vybudování oplocení	80 000
Školení instruktora	cca 4 000
Roční revize	cca 10 000

10.3 Stanovení rizik

S každým projektem jsou spojená určitá rizika. Aby bylo možné případná rizika minimalizovat či se jim úplně vyhnout je nutné tato rizika konkretizovat. Rizika se mohou vyskytnout v kterékoli fázi projektu. Projekt může být rozdělen na tři fáze, ve kterých je možné očekávat různá rizika.

Toto rozdělení a konkrétní rizika zobrazuje následující tabulka. V posledním sloupci je odhadovaná míra dopadu rizika na navrhovaný projekt. Stupnice je stanovena hodnotami 1 – 8, přičemž čím vyšší hodnota, tím vyšší negativní dopad možného rizika na navrhovaný projekt.

Tab. 10 Potenciální rizika [vlastní zpracování]

Fáze projektu	Rizika	Možný dopad rizika
Přípravná fáze	Nezískání finančních zdrojů	7
	Špatné zpracování projektu	4
	Problémy s umístěním projektu	5
Realizační fáze	Chybný výběr dodavatele	6
	Špatný časový odhad doby realizace	5
	Stavební komplikace	4
Provozní fáze	Nespokojenost návštěvníků	4
	Špatná propagace parku	5
	Vandalství	6

V přípravné fázi mohou nastat rizika, která by mohla negativně ovlivnit realizaci celého projektu. Jedním ze stěžejních rizik je nezískání potřebných finančních zdrojů, což může mít za následek pozastavení projektu nebo jeho úplné zastavení. Důvodem může být velká konkurence projektů podobného charakteru podaná během jedné výzvy. Na každou výzvu je omezené množství finančních prostředků. Dalším rizikem je špatné zpracování samotného projektu, který může zkomplikovat následnou realizaci. Současně mohou nastat i problémy s umístěním projektu, protože vybraná lokalita leží v chráněné krajinné oblasti a pokud nebudou přesvědčivě vypracovány a doloženy dokumenty potřebné k jednání s CHKO Beskydy může se stát, že projekt bude muset být přemístěn do jiné lokality, čímž dojde k prodloužení celého projektu.

V realizační fázi projektu je jedním z rizik chybný výběr dodavatele, který bude stavbu provádět. Může se jednat o nekvalitně provedenou práci s použitím nekvalitních materiálů, což by mělo negativní dopad na celý projekt. Dalším rizikem je špatný časový odhad doby realizace. Může se stát, že nastanou komplikace vlivem nepříznivých klimatických podmínek či chybných rozhodnutí a realizace stavby se protáhne. V úvahu musíme brát také stavební komplikace, které mohou projekt provázet. Jedná se např. o půdní podloží, do kterého se budou vylévat základy na kůly, na kterých bude celý park instalován.

V závěrečné provozní fázi je jedním z možných rizik nespokojenost zákazníků. Ta může být způsobena např. nesplněním jejich představ a požadavků, neadekvátního vstupného či špatnou dostupností k nabízené atraktivitě. Mezi další možná rizika provozní fáze projektu patří špatná propagace parku, která nesplní základní účel informování veřejnosti, což může mít negativní dopad na návštěvnost lanového parku. Možným rizikem je také vandalství, které by mohlo poškodit vybudované zařízení a následně ohrozit bezpečnost návštěvníků. Částečným opatřením tohoto rizika je vybudování oplocení kolem celého areálu, který zamezí vniknutí neoprávněných osob. Stálo by za zvážení také instalace kamerového systému, který by umožňoval monitorovat celou lokalitu během celého roku.

10.4 Stanovení přínosů

Navrhovaný projekt zatraktivní lokalitu Luhačovické přehrady a celého území MAS LZ a přiláká do těchto míst turisty, kteří zde budou chtít trávit svůj volný čas. To přinese příležitost okolním zařízením stejně tak i podnikatelským subjektům, kteří mohou využít tento potenciál a zaměřit své podnikatelské aktivity do těchto míst. Následující přínosy jsou v souladu s naplněním stanovené vize.

Mezi hlavní přínosy navrhovaného projektu patří:

- zvýšení turistické atraktivity Luhačovické přehrady a celého území MAS LZ
- přilákání návštěvníků
- zvýšení tržeb z cestovního ruchu
- navazující příležitosti pro místní stravovací zařízení a podnikatelské subjekty
- zlepšení využitelnosti volného času v letním období pro turisty i místní obyvatele

- rozšíření zážitkového cestovního ruchu v regionu
- posílení ekonomického zázemí

10.5 Zhodnocení rizik a přínosů

Projekt výstavby lanového parku patří k menším projektům, ale i přesto můžeme říci, že povede k rozvoji území MAS LZ v oblasti cestovního ruchu, což je cílem této rozvojové strategie. Projekt zatraktivní lokalitu Luhačovické přehrady a přiláká návštěvníky, kteří budou trávit volný čas na území MAS LZ, čímž podpoří i ekonomický rozvoj dané lokality.

Samozřejmě je nutné počítat také s riziky, které tento projekt přináší. Proto je důležité tato rizika na začátku projektu stanovit a konkretizovat, popřípadě stanovit možná řešení pro případ výskytu některého z nich a tím je minimalizovat. Největším rizikem je nezískání finančních prostředků, což by mohlo projekt vážně ohrozit. Proto je nutná důkladná příprava celého projektu, kvalitní vypracování žádosti o získání převážné většiny finančních prostředků a důkladné vypracování samotného projektu.

Porovnáním rizik a přínosů navrhovaného projektu v závěru práce bylo vyhodnoceno, že přínosy převyšují možná rizika.

ZÁVĚR

Cílem této diplomové práce bylo zpracování projektu, který by podpořil cestovního ruch na území MAS LZ a přilákal tak více návštěvníků, kteří by tu trávili svůj volný čas. V teoretické části jsou zpracovány poznatky související s regionálním rozvojem v oblasti cestovního ruchu. V následující části je provedena analýza současného stavu území s zpracována SWOT analýza. Na tuto analýzu navazuje strategie rozvoje regionu s konkrétní vizí a jednotlivými strategickými cíly, které vedou k podpoře cestovního ruchu této oblasti. Dále je zpracován konkrétní projekt vycházející ze stanoveného strategického cíle. Tímto projektem je výstavba lanového parku u Luhačovické přehrady.

Projekt nabízí zážitkový způsob trávení volného času, což je jeden ze stále více poptávaných produktů na současném trhu cestovního ruchu. Projekt by měl zatraktivnit a zviditelnit oblast Luhačovické přehrady, která je díky nedávnému vyčištění nádrže velkou nadějí na přilákání značného počtu návštěvníků, kteří zde budou trávit svůj volný čas a tím přispějí ke zlepšení zdejší ekonomické situace. Následující část se věnuje časové a nákladové analýze tohoto projektu, která je stanovena na základě odhadů v kooperaci s dostupnými a získanými informacemi. Poslední část se věnuje hrozícím rizikům, které jsou spojeny s tímto projektem a následně přínosům, které mohou vést z úspěšné realizace projektu.

Z vlastního pohledu shledávám projekt za realizovatelný, ale je samozřejmě nutné brát v úvahu i možná rizika, která při projektu hrozí. I tak si myslím, že přínosy převažují nad možnými riziky a proto doporučuji projekt k realizaci.

Realizací tohoto navrženého projektu je započata cesta k možnému rozvoji území MAS LZ v oblasti cestovního ruchu. K dosažení stanovené vize bude třeba naplnit další strategické cíle.

SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

ALDAG, R. J., Stearns, T. M. 1987. *Management*. Cincinnati: South-Western Publishing Co., 890 s.

ANDERSON, C. H. a J. W. VINZE. 2003. *Strategic Marketing Management*. 2 ed. HMN, 863 s. ISBN 978-0618338078.

BAČUVČÍK, Radim. 2011. *Marketing neziskových organizací*. 1. vyd. Zlín: VeRBuM, 190 s. ISBN 978-80-87500-01-9.

BERAN, Václav a Petr DLASK. 2005. *Management udržitelného rozvoje regionů, sídel a obcí*. Vyd. 1. Praha: Academia, 323 s. ISBN 802001201x.

BĚLOHLÁVEK, František, Oldřich ŠULEŘ a Pavol KOŠŤAN. 2001. *Management*. 1. vyd. Olomouc: Rubico, 642 s. ISBN 80-85839-45-8.

BLAŽEK, Jiří a David UHLÍŘ. 2011. *Teorie regionálního rozvoje*. 2. vyd. Praha: Karolinum, 344 s. ISBN 978-80-246-1974-3.

DEDOUCHOVÁ, Marcela, 2001. *Strategie podniku*. Vyd. 1. Praha: C.H. Beck, 256 s. ISBN 80-7179-603-4.

DEDOUCHOVÁ, Marcela. 1997. *Strategie podniku: učební texty pro inženýrské studium*. 3. dotisk 1. vyd. Praha: VŠE, 157 s. ISBN 8070797134.

DROBNÁ, Daniela a Eva MORÁVKOVÁ. 2010. *Cestovní ruch: pro střední školy a pro veřejnost*. 2., upr. vyd. Praha: Fortuna, 200 s. ISBN 978-80-7373-079-6.

FORET, Miroslav a Věra FORETOVÁ. 2001. *Jak rozvíjet místní cestovní ruch*. 1. vyd.Praha: Grada, 178 s. ISBN 80-247-0207-X.

HAVLÍČEK, Karel. 2009. *Úloha manažerů v řízení podniků*. Vyd. 1. Praha: Vysoká škola finanční a správní, 87 s. ISBN 978-80-7408-026-5.

HARASIMOVÁ, Soňa. 2009 *Marketing ve veřejné správě: [studijní materiály pro kombinované studium Veřejná správa a regionální politika]*. Vyd. 1. Opava: Optys, 109 s. ISBN 978-80-85819-74-8.

HESKOVÁ, Marie. 2011. *Cestovní ruch: pro vyšší odborné školy a vysoké školy*. 2., upr. vyd. Praha: Fortuna, 216 s. ISBN 978-80-7373-107-6.

JAKUBÍKOVÁ, Dagmar. 2009. *Marketing v cestovním ruchu*. 1. vyd. Praha: Grada, 288 s.

ISBN 978-80-247-3247-3.

JÁČ, Ivan. 2010. *Jedinečnost obce v regionu*. 1. vyd. Praha: Professional Publishing, 203 s. ISBN 978-80-7431-038-6.

KOTLER, Philip a Kevin Lane KELLER. 2007. *Marketing management*. 1. vyd. Praha: Grada, 788 s. ISBN 978-80-247-1359-5.

MAIER, Karel. 2012. *Udržitelný rozvoj území*. 1. vyd. Praha: Grada, 253 s. ISBN 978-80-247-4198-7.

PALATKOVÁ, Monika. 2011. *Marketingový management destinací: strategický a taktický marketing destinace turismu, systém marketingového řízení destinace a jeho financování, řízení kvality v destinaci a informační systém destinace*. 1. vyd. Praha: Grada, 207 s. ISBN 978-80-247-3749-2.

PAULIČKOVÁ, Renáta. 2005. *Teoretické otázky regionálneho a mestského marketingu*. 1. vyd. Plzeň: Západočeská univerzita, 124 s. ISBN 80-7043-365-5.

RYGLOVÁ, Kateřina, Michal BURIAN a Ida VAJČNEROVÁ. 2011. *Cestovní ruch - podnikatelské principy a příležitosti v praxi*. 1. vyd. Praha: Grada, 213 s. ISBN 978-80-247-4039-3.

SRPOVÁ, Jitka. 2011. *Podnikatelský plán a strategie*. 1. vyd. Praha: Grada, 194 s. ISBN 978-80-247-4103-1.

TITTELBACHOVÁ, Šárka. 2011. *Turismus a veřejná správa: průniky, dysfunkce, problémy, šance : státní politika turismu České republiky : systémový přístup k řešení problémů*. 1. vyd. Praha: Grada, 196 s. ISBN 978-80-247-3842-0.

ŽÍTEK, Vladimír a Viktorie KLÍMOVÁ. 2008. *Regionální politika*. 1. vyd. Brno: Masarykova univerzita, 106 s. ISBN 978-80-210-4761-7.

MAS Luhačovské Zálesí o.p.s. 2008. *Strategický plán LEADER 2007 – 2013*

Internetové zdroje:

MINISTERSTVO PRO MÍSTNÍ ROZVOJ ČR. Cestovní ruch [online]. 2010. Praha: *Ministerstvo pro místní rozvoj ČR* [cit. 2013-03-15]. Dostupné z: http://www.mmr.cz/cs/Podpora-regionu-a-cestovni-ruch/Cestovni-ruch

EAGRI VENKOV. Místní akční skupiny [online]. 2011. *Ministerstvo zemědělství*. [cit. 2013-03-02]. Dostupné z: http://eagri.cz/public/web/mze/venkov/mistni-akcni-skupiny/

LUHAČOVSKÉ ZÁLESÍ o.p.s. Výroční zpráva společnosti 2011 [online]. *Luhačovské Zálesí o.p.s.* [cit. 2013-03-01]. Dostupné z: http://www.luhacovskezalesi.cz/media/documents/vyrocni_zpravy/vz_2011_design.pdf

EAGRI VENKOV. Brozura LEADER budoucnost venkova 2009. [online]. 2011. *Ministerstvo zemědělství*. [cit. 2013-03-07]. Dostpné z: http://eagri.cz/public/web/file/37121/_02_Brozura_LEADER_budoucnost_venkova_2009.pdf

NÁRODNÍ SÍŤ MÍSTNÍCH AKČNÍCH SKUPIN ČR. Role MAS je vyjasněna již dávno. [online]. 2013 NS MAS ČR, o.s. [cit. 2013-03-15]. Dostupné z: http://nsmascr.cz/aktuality/2013/role-mas-je-vyjasnena-jiz-davno/

EAGRI DOTACE. leader ČR. [online]. 2009-2011 *Ministerstvo zemědělství.* [cit. 2013-03-17]. Dostupné z: http://eagri.cz/public/web/mze/dotace/dobihajici-a-ukoncene-dotace/leader-cr/

EVROPSKÝ SOCIÁLNÍ FOND V ČR. LEADER v Česku – úvodní informace. [online]. 2006 *Tima Liberec, s.r.o.* [cit. 2013-03-10]. Dostupné z: http://leader.tima-liberec.cz/leader--mas/leader-v-cesku---úvodní-informace.aspx

LUHAČOVSKÉ ZÁLESÍ. [online]. *Pracovní skupina* 2010-2011. [cit. 2013-02-28]. Dostupné z: http://www.luhacovskezalesi.cz/ops/

ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD. [online]. 2013. *Český statistický úřad.* [cit. 2013-03-01]. Dostupné z: http://www.czso.cz/

PROJECT OUTDOOR. Stavba lanových center a lanových parků. [online]. 2009. *Project Outdoor Construction.* [cit. 2013-03-22]. Dostupné z: http://www.ropescourses.eu/cs_CZ/o-stavbe-lanoveho-centra/

LANOVÉ PARKY. Stavba lanových parků [online]. TOVARNA.CZ, s.r.o. [cit. 2013-03-20]. Dostupné z: http://www.lanoveparky.cz/cz/

NAHLÍŽENÍ DO KATASTRU NEMOVITOSTÍ. [online]. © 2004 – 2013. Český úřad zeměměřický a katastrální. [cit. 2013-03-26]. Dostupné z: http://nahlizenidokn.cuzk.cz/VyberKatastrMapa.aspx

OUTDOOR POINT. [online]. Stavba lanových center. Copyright ©. [cit. 2013-03-26]. Dostupné z: http://www.outdoor-point.cz/reference.php

SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK

apod.	A podobně
aj.	A jiné
atd	A tak dále
CR	Cestovní ruch
č.	Číslo
ČOV	Čistička odpadních vod
ČR	Česká republika
ČÚZK	Český úřad zeměměřický a katastrální
EU	Evropská unie
CHKO	Chráněná krajinná oblast
Kč	Korun českých
m	metr
MAS	Místní akční skupina
MAS LZ	Místní akční skupina Luhačovské Zálesí
MLZ	Mikroregion luhačovské Zálesí
MV	Místní vodovod
např.	například
ROH	Revoluční odborové hnutí
sb.	Sbírky
tis.	tisíc
tzv.	tak zvané
ÚV	Úpravna vody
WEF	Světové ekonomické fórum
WTO	Světové organizace cestovního ruchu

SEZNAM OBRÁZKŮ

Obr. 2 Grafické zobrazení počtu obyvatel 42
Obr. 3 Grafické zobrazení vývoje počtu obyvatel v letech 2007 - 2011 42
Obr. 4 Vzdělanost obyvatel 44
Obr. 5 Grafické znázornění míry nezaměstnanosti 45
Obr. 6 Struktura druhů pozemků k 31.12.2011 47
Obr. 7 Grafické znázornění podílů lesů 48
Obr. 8 Výběr lokality u Luhačovické přehrady 68
Obr. 9 Lanový park na kůlech 69
Obr. 10 Dětský lanový park 69
Obr. 11 Nízké lanové překážky 70
Obr. 12 Vysoké lanové překážky 70
Obr. 13 Návrh lanového parku 73
Obr. 14 Základní specifikace problému 77
Obr. 15 Vyobrazení zadávací tabulky 78
Obr. 16 Vyobrazení výsledné tabulky 78
Obr. 17 Vyobrazení grafu kritických cest 79

SEZNAM TABULEK

Tab. 1 Struktura obyvatelstva 43
Tab. 2 Školská zařízení 49
Tab. 3 Ubytovací zařízení na území MAS LZ 54
Tab. 4 Návštěvnost lázeňských ubytovacích zařízení ve Zlínském kraji 54
Tab. 5 Stravovací zařízení na území MAS LZ 55
Tab. 6 Otevírací doba 74
Tab. 7 Ceník 74
Tab. 8 Časové intervaly časové analýzy 77
Tab. 9 Odhad nákladů 79
Tab. 10 Potenciální rizika 80

SEZNAM PŘÍLOH

P I Seznam členů MAS LZ

P II Seznam ubytovacích zařízení

P III Seznam stravovacích zařízení

PŘÍLOHA P I:

Soukromý sektor	Veřejný sektor
1. Mgr. Marek Nesázal	33. Biskupice
2. MDP GEO, s.r.o.	34. Bohuslavice u Zlína
3. Zálesí, a.s.	35. Březnice
4. Nadace Jana Pivečky	36. Březůvky
5. TJ Sokol Pozlovice	37. Dobrkovice
6. František Koudelka	38. Dolní Lhota
7. Zemědělské družstvo vlastníků Strážná	39. Doubravy
8. INTER ZNOJEMIA Group, a.s.	40. Horní Lhota
9. Hotel Vega, s.r.o.	41. Hřivínův Újezd
10. Adam Tkáč	42. Kaňovice
11. Intec, s.r.o.	43. Kelníky
12. Slavičínské lesy, s.r.o.	44. Ludkovice
13. Libor Skládal	45. Luhačovice
14. R-ego	46. Petrůvka
15. BiFU	47. Podhradí
16. ZO ČSŽ Pozlovice	48. Pozlovice
17. Josef Svízela	49. Provodov
18. Jan Žák	50. Rudimov
19. Ing. Petra Kročilová	51. Sehradice
20. Mgr. Šárka Černíčková	52. Slavičín
21. Ing. Eva Gergelová	53. Slopné
22. Tenisový klub Slavičín, o.s.	54. Velký Ořechov
23. Václav Sedlář, starší	55. Mikroregion Luhačovské Zálesí
24. Václav Sedlář, mladší	56. Gymnázium Jana Pivečky a SOŠ Slavičín
25. Lázně Luhačovice, a.s.	57. SOŠ Luhačovice
26. Služby městyse Pozlovice s.r.o.	
27. SHD Podhradí	
28. Charita sv. Vojtěcha	
29. Charita Svaté rodiny Luhačovice	
30. TJ Sokol Petrůvka	
31. Junák - svaz skautů a skautek ČR,	
32. System plus Zlín, s.r.o	

PŘÍLOHA P II: SEZNAM UBYTOVACÍCH ZAŘÍZENÍ

Hotely:

Augustiniánský dům**,** A. Václavíka 241, 763 26 Luhačovice, Tel.: 577 113 666, E-mail: recepce@augustian.cz, WWW: www.augustian.cz

Lázeňský hotel MiramareII**,** Bezručova 338, 763 26 Luhačovice, Tel.: 577 659 111, 77 659 112, Fax: 577 659 112, E-mail: recepce@miramare-luhacovice.cz, WWW: www.miramare-luhacovice.cz

Lázeňský léčebný dům Praha*,** Leoše Janáčka 379, 763 26 Luhačovice, Tel.: 577 194 100, Fax: 577 132 754, E-mail: recepce@luhacovicepraha.com, WWW: www.luhacovicepraha.com

Lužná*,** Solné 280, 763 26 Luhačovice, Tel.: 577 131 112, E-mail:hotelluzna@centrum.cz, WWW: www.hotelluzna.cz

Palace**,** Nám. 28. října 441, 763 26 Luhačovice, Tel.: 577 681 111, E-mail: palace@lazneluhacovice.cz, WWW: www.lazneluhacovice.cz

Morava*,** Zatloukalova 234, Luhačovice, Tel.: 577 132 680, E-mail: morava@lazneluhacovice.cz, WWW: www.lazneluhacovice.cz

Radun**,** Bílá čtvrť 447, 763 26 Luhačovice, Tel.: 577 103 692, Fax: 577 103 692, E-mail: recepce@hotelradun.cz, WWW: www.hotelradun.cz

Rezidence Ambra**,** Solné 1055, 763 26 Luhačovice, Tel.: 577 154 111, Fax: 577 154 101, E-mail: recepce@hotel-ambra.cz, WWW: www.hotel-ambra.cz

U Havlíčka*,** Masarykova 262, 763 26 Luhačovice, Tel.: 577 131 206, E-mail: info@hotel-luhacovice.cz, WWW: www.hotel-luhacovice.cz

Vila Antoaneta**,** Betty Smetanové 1050, 763 26 Luhačovice, Tel.: +420 577 126 211, E-mail: recepce@miramare-luhacovice.cz, WWW: www.miramare-luhacovice.cz

Vltava,** Dr. Veselého 169, 763 26 Luhačovice, Tel.: 577 131 376, E-mail: m.kolarik@seznam.cz, WWW: www.hotelvltava-luhacovice.cz

Hotel Alexandria**,** Masarykova 567, 763 26 Luhačovice, Tel.: 577 120 700, E-mail: alexandria@lazneluhacovice.cz, WWW: www.lazneluhacovice.cz

Hotel Dům Bedřicha Smetany**,** Lázeňské nám. 308, 763 26 Luhačovice, Tel.: 577 134 050, E-mail: smetana@lazneluhacovice.cz, WWW: www.lazneluhacovice.cz

Hotel Garni Jestřabí**,** Leoše Janáčka 238, 763 26 Luhačovice, Tel.: 577 111 811, E-mail: jestrabi@lazneluhacovice.cz, WWW: www.lazneluhacovice.cz

Adamantino*,** Pozlovice 337 (u přehrady), 763 26 Luhačovice, Tel.: 577 131 082, Fax: 577 131 081, E-mail: recepce@adamantino.cz, WWW: www.adamantino.cz

Hotel a valašský šenk Ogar, Pozlovice 47, 763 26 Luhačovice, Tel.: 577 133 750,
E-mail: ogar@ogar.cz, WWW: www.ogar.cz

Niva I.*,** A. Václavíka 340, 763 26 Luhačovice, Tel.: 577 131 284, Fax: 577 131 793,
E-mail: niva@luhacovice.cz, WWW: www.niva.cz

Orea hotel Fontána II.*,** Jurkovičova alej 857, 763 26 Luhačovice, Tel.: 577 117 881,
bezplatná linka 800 120 012, Fax: 577 132 414, E-mail: sales@fontana.oreahotels.cz,
WWW: www.hotelfontana.cz

Pohoda*,** Pozlovice 203, 763 26 Luhačovice, Tel.: 577 131 115, Fax: 577 131 213,
E-mail: hotely@zalesi.cz, WWW: www.hotely.zalesi.cz

Vega*,** Pozlovice 99, 763 26 Luhačovice, Tel.: 577 131 216, 577 134 135,
Fax: 577 131 061, E-mail: recepce@hotelvega.cz, WWW: www.hotelvega.cz

Vyhlídka**,** Pozlovice 36, 763 26 Luhačovice, Tel.: 608 434 390, 577 105 285,
Fax: 577 105 285, E-mail: vyhlidka@vyhlidka.eu, WWW: www.vyhlidka.eu

Hotel Slavičan, Osvobození 51, 763 21 Slavičín, Tel: 577 341 188,
E-mail: info@hotelslavican.com, WWW: www.hotelslavican.com

Penziony:

Avale, Masarykova 115, 763 26 Luhačovice, Tel.: 577 133 818 E-mail: info@agape.cz

Doubravka, Masarykova 273, 763 26 Luhačovice, Tel.: 577 132 028,
E-mail: msevcikova@volny.cz, WWW: penziondoubravka.webnode.cz

Hubert, Hradisko 467, 763 26 Luhačovice, Tel.: 604 411 988,
E-mail: info@penzion-hubert.cz, WWW: www.penzion-hubert.cz

Karina, Masarykova 174, 763 26 Luhačovice, Tel.: 577 131 138, 606 803 242,
E-mail: penzion.karina@luhacovice.cz, WWW: www.karina-luhacovice.cz

Loreta, Holubyho 448, 763 26 Luhačovice, Tel.: 577 131 058, 728 298 028,
E-mail: penzion.loreta@seznam.cz, WWW: www.penzionloreta.cz

Oáza, Masarykova 976, 763 26 Luhačovice, Tel.: 608 976 976,
E-mail: oaza.luhacovice@seznam.cz, WWW: www.oaza-luhacovice.cz

Riviera, Pod Kamennou 401, 763 26 Luhačovice, Tel.: 577 134 050,
E-mail: spoldum@lazneluhacovice.cz, WWW: www.lazneluhacovice.cz

Růža, U Šťávnice 256, 763 26 Luhačovice, Tel.: 577 104 343, 775 105 775,
E-mail: info@penzionruza.cz, WWW: www.penzionruza.cz

Stella, Solné 1010, 763 26 Luhačovice, Tel.: 577 132 339, 605 550 574,
E-mail: penzion.stella@luhacovice.cz, WWW: www.penzionstella.luhacovice.cz

Vepřek – Póla, Pod Kamennou 371, 763 26 Luhačovice, Tel.: 577 681 111,
E-mail: palace@lazneluhacovice.cz, WWW: www.lazneluhacovice.cz

Vila Charleston, Bílá čtvrť 432, 763 26 Luhačovice, Tel.: 577 132 669, 731 058 289, E-mail: jaromirjirousek@yahoo.com, WWW: www.villacharleston.com

Vila Kras, Bílá čtvrť 440, 763 26 Luhačovice, Tel.: 577 132 058, E-mail: vilakras@seznam.cz

Villa Marion, Solné 515, 763 26 Luhačovice, Tel.: 577 133 898, 602 156 848, Fax: 577 131 869, E-mail: info@villamarion.cz, WWW: www.villamarion.cz

Vila Vyšehrad, Betty Smetanové 391, 763 26 Luhačovice, Tel.: 775 640 810, 577 102 064, Fax: 577 102 064, E-mail: vilavysehrad@centrum.cz, WWW: www.vilavysehrad.cz

Viola, Bílá čtvrť 431, 763 26 Luhačovice, Tel.: 777 798 018, E-mail: recep-ce@hotelradun.cz, WWW: www.hotelradun.cz

Jas, Lipska 100, 763 26 Luhačovice, Tel.: 577 132 029, 737 401 952, Fax: 577 132 029, E-mail: jaspenzion@seznam.cz, WWW: www.psttrade.cz

U Hráze, Pozlovice 36, 763 26 Luhačovice, Tel.: 736 217 241, E-mail: penzionuhraze@seznam.cz, WWW: www.penzionuhraze.cz

Penzion U Koudelků, Podhradí 43, 763 26 Podhradí, Tel: 723 601 718, E-mail: ukoudelku@email.cz, WWW: penzionukoudelku.euweb.cz

Ostatní ubytování:

Autocamping Luhačovice, Tel.: recepce 577 133 736, 577 133 794, Fax: 577 133 794, E-mail: atcluhacovice@atcluhacovice.cz, WWW: www.atcluhacovice.cz

Sportovní hala Radostova, Tel.: 577 134 112, 777 663 991, Fax: 577 134 112, E-mail: sportcentrum@radostova.cz, WWW: www.radostova.cz

Rybářská chata, Tel.: 577 132 780, 737 538 105, Fax: 577 132 780, E-mail: info@rybari-luhacovice.cz, WWW: www.rybari-luhacovice.cz

Forst, Zatloukalova 247, 763 26 Luhačovice, Tel.: 577 132 680, E-mail: morava@lazneluhacovice.cz, WWW: www.lazneluhacovice.cz

Společenský dům, Lázeňské náměstí 127, 763 26 Luhačovice, Tel.: 577 134 050, E-mail: spoldum@lazneluhacovice.cz, WWW: www.lazneluhacovice.cz

Plzeň, Školní 281, 76326 Luhačovice, Tel.: 577 132 680, E-mail: morava@lazneluhacovice.cz, WWW: www.lazneluhacovice.cz

Dům na konci světa, Podhradí 68, 763 26 Podhradí, Tel: 732 375 984, E-mail: mvytiska@volny.cz, WWW: www.volny.cz/mvytiska

Ubytování u Vincourů, Horní náměstí 108, 763 21 Slavičín, Tel: 776 108 103, E-mail: miroslav@vincour.cz, WWW: www.vincour.cz

Koliba Březůvky, Březůvky 227, 763 45 Březůvky, Tel: 577 994 049, E-mail: info@kolibabrezuvky.cz, WWW: www.kolibabrezuvky.cz

PŘÍLOHA P III: SEZNAM STRAVOVACÍCH ZAŘÍZENÍ

Luhačovice

Restaurace U Poutníka, Uherskobrodská 1083, 763 26 Luhačovice, Tel.: 577 320 261, E-mail: info@upoutnika.cz, WWW: www.upoutnika.cz

Hospoda - pivní / music bar U Suchánků, Družstevní 35, 763 26 Luhačovice, Tel.: 731 570 749, WWW: hospoda.luhacovice.org

Hotel Vltava,** Dr. Veselého 169, 763 26 Luhačovice, Tel.: 577 131 376, E-mail: m.kolarik@seznam.cz, WWW: hotelvltava-luhacovice.cz

Penzion Pomněnka, Příční 292, 763 26 Luhačovice, Tel.: 577 113 211, E-mail: info@penzionpomnenka.cz, WWW: www.penzionpomnenka.cz

Lázeňská restaurace, Lázeňské nám. 436, 763 26 Luhačovice, Tel.: 577 131 015

Restaurace Elektra, Masarykova 950, 763 26 Luhačovice, Tel.: 577 134 335, E-mail: restaurace@elektra.luhacovice.cz, WWW: www.elektra.luhacovice.cz

Restaurace Racek, Lázeňské nám. 960, Luhačovice, Tel.: 577 131 154, 603 336 899, E-mail: racek@luhacovice.cz, WWW: www.racek.luhacovice.cz

Restaurace Toskana, Masarykova 1072, 763 26 Luhačovice, Tel.: 777 191 700, E-mail: archazlin@seznam.cz, WWW: www.restaurace-toscana.cz

Taverna Lotos, Masarykova 151, 763 26 Luhačovice, Tel.: 603 358 804, E-mail: tavernalotos@seznam.cz, WWW: www.tavernalotos.wgz.cz/taverna-lotos

Penzion Oáza, Masarykova 976, 763 26 Luhačovice, Tel.: 608 976 976, E-mail: oaza.luhacovice@seznam.cz, WWW: www.oaza-luhacovice.cz

Pizzeria Chelsea, Hradisko 72, 763 26 Luhačovice, Tel.: 774 311 550, E-mail: kricka.r@seznam.cz

Pizzerie Bludička, Leoše Janáčka 852, 763 26 Luhačovice, Tel.: 577 131 647, 736 488 672, E-mail: forostrade@centrum.cz, WWW: www.bludicka-luhacovice.cz

Pizzerie Rimini, Nádražní 249, 763 26 Luhačovice, Tel.: 577 131 625, E-mail: rimini@tiscali.cz, WWW: www.riminicz.eu

Pozlovice

Hotel a valašský šenk Ogar, Hlavní 47, 763 26 Pozlovice, Tel: 577 131 650, E-mail: ogar@ogar.cz, WWW: www.ogar.cz

Koliba U černého psa, A. Václavíka 336, 763 26 Pozlovice, Tel: 577 133 232, E-mail: info@niva.cz, WWW: www.niva.cz

Hotel Vyhlídka, Pozlovice 206, 763 26 Pozlovice, Tel: 577 105 285,

E-mail: vyhlidka@vyhlidka.eu, WWW: www.vyhlidka.eu

Restaurant - Bowling Pizzerie u Jána, Hlavní 67, 763 26 Pozlovice, Tel: 577 134 011, E-mail: bowling@faktpozlovice.cz, WWW: bowling.faktpozlovice.cz

Hotel Vega, Pozlovice 99, 763 26 Pozlovice, Tel: 577 131 216, E-mail: vega@hotelvega.cz, WWW: www.hotelvega.cz

Slavičín

Restaurace Záložna, Mezi Šenky 123, 763 21 Slavičín, Tel.: 577 342 315, E-mail: slavgast@centrum.cz, WWW: www.slavgast.cz

Pizza - Steak Grunt, Mezi Šenky 854, 763 21 Slavičín, Tel: 605 955 047, WWW: pizzasteakgruntslavicin.webnode.cz

Bowling a Pizzerie, Obchodní 472, 763 21 Slavičín, Tel: 773 999 973, WWW: www.bowlingslavicin.cz

Restaurace Zámek, Osvobození 54, 763 21 Slavičín, Tel: 725 215 200, WWW: www.hugon.cz

Březůvky

Koliba Březůvky, Březůvky 227, 763 45 Březůvky, Tel: 577 994 049, E-mail: info@kolibabrezuvky.cz, WWW: www.kolibabrezuvky.cz

Hřivínův Újezd

Hostinec Na Mlýně, Hřivínův Újezd 95, 763 07 Hřivínův Újezd, Tel: 577 996 132,

Sehradice

Hostinec Ladislav Machů, Sehradice 64, 763 26 Dolní Lhota, Tel: 603 843 815