

# **Analýza cestovního ruchu okresu Uherské Hradiště**

Jan Koběluš

---

Bakalářská práce  
2016

 Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně  
Fakulta managementu a ekonomiky

---

Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně  
Fakulta managementu a ekonomiky  
Ústav regionálního rozvoje, veřejné správy a práva  
akademický rok: 2015/2016

## ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE (PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Jan Koběluš**  
Osobní číslo: **M15796**  
Studijní program: **B6208 Ekonomika a management**  
Studijní obor: **Management a ekonomika**  
Forma studia: **kombinovaná**

Téma práce: **Analýza cestovního ruchu okresu Uherské Hradiště**

Zásady pro vypracování:

### Úvod

Definujte cíle práce a použité metody zpracování práce.

#### I. Teoretická část

- Proveďte literární průzkum a následně zpracujte teoretické poznatky týkající se oblasti cestovního ruchu.

#### II. Praktická část

- Charakterizujte okres Uherské Hradiště.
- Analyzujte současný stav cestovního ruchu okresu Uherské Hradiště.
- Na základě provedené analýzy navrhněte řešení ke zlepšení cestovního ruchu okresu Uherské Hradiště.

### Závěr

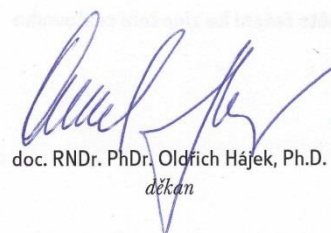
Rozsah bakalářské práce: **cca 40**  
Rozsah příloh:  
Forma zpracování bakalářské práce: **tištěná/elektronická**

Seznam odborné literatury:

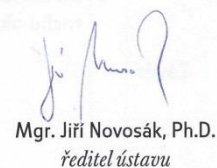
GOELDNER, Charles R. a J. RITCHIE. Cestovní ruch: principy, příklady, trendy. 1. vyd. Brno: BizBooks, 2014, 545 s. ISBN 978-80-265-0298-2.  
GÚČIK, Marian. Cestovní ruch: politika a ekonomia. 1. vyd. Banská Bystrica: Dali-BB, 2011, 188 s. ISBN 978-80-89090-98-3.  
HALL, Colin Michael. Tourism and social marketing. 1st ed. London: Routledge, 2014, 294 p. ISBN 978-0-415-57665-9.  
PLZÁKOVÁ, Lucie a Petr STUDNIČKA. Řízení cestovního ruchu v České republice – minulost, současnost, budoucnost. 1. vyd. Praha: Wolters Kluwer, 2014, 204 s. ISBN 978-80-7478-593-1.  
RYGLOVÁ, Kateřina, Michal BURIAN a Ida VAJČNEROVÁ. Cestovní ruch – podnikatelské principy a příležitosti v praxi. 1. vyd. Praha: Grada, 2011, 213 s. ISBN 978-80-247-4039-3.

Vedoucí bakalářské práce: **Ing. Milan Škarka, Ph.D., MBA**  
Ústav průmyslového inženýrství a informačních systémů  
Datum zadání bakalářské práce: **15. února 2016**  
Termín odevzdání bakalářské práce: **16. května 2016**

Ve Zlíně dne 15. února 2016

  
doc. RNDr. PhDr. Oldřich Hájek, Ph.D.  
děkan



  
Mgr. Jiří Novosák, Ph.D.  
ředitel ústavu

## PROHLÁŠENÍ AUTORA BAKALÁŘSKÉ PRÁCE


### Prohlašuji, že

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

### Prohlašuji,

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

Ve Zlíně 4.5.2016

  
.....  
podpis diplomanta

## **ABSTRAKT**

Bakalářská práce se zabývá analýzou cestovního ruchu okresu Uherské Hradiště. Obecně je rozdělena na teoretickou a praktickou část. První z nich se zabývá definicemi cestovního ruchu, na to navazuje kapitola o marketingu cestovního ruchu, a poslední rozebíranou oblastí je trvale udržitelný rozvoj.

Praktická část je zaměřena na analýzu současné situace cestovního ruchu v okrese Uherské Hradiště, která je doplněna dotazníkovým šetřením obyvatel okresu a SWOT analýzou. Na závěr práce obsahuje návrhy na zlepšení cestovního ruchu v okrese.

Klíčová slova: cestovní ruch, dotazníkové šetření, okres Uherské Hradiště, marketing, udržitelný rozvoj, SWOT analýza

## **ABSTRACT**

This bachelor thesis deals with the analysis of travel movement for Uherske Hradiste district. In general is divided theoretical part and practical part. First one is focused on definitions of travel movement, then followed chapter about tourism marketing and the last chapter discourses about sustainable development.

Practical part is focused on analysis of the current situation of Uherske Hradiste district, which is complemented by the questionnaire survey of residents of the district and the SWOT analysis. At the conclusion of the bachelor thesis contains improvements for increasing tourism in the district.

Keywords: Tourism, Survey, Uherske Hradiste district, Marketing, Sustainable Development, SWOT analysis

Chtěl bych poděkovat vedoucímu bakalářské práce Ing. Milanu Škárkovi, Ph.D., MBA za pomoc a připomínky při psaní této práce.

Dále bych chtěl poděkovat své rodině a přítelkyni za podporu a trpělivost při studiu.

# OBSAH

|   |           |
|---|-----------|
| <b>ÚVOD</b> .....   | <b>9</b>  |
| <b>CÍLE A METODY ZPRACOVÁNÍ PRÁCE</b> .....                           | <b>10</b> |
| <b>I TEORETICKÁ ČÁST</b> .....  | <b>11</b> |
| <b>1 CESTOVNÍ RUCH</b> .....  | <b>12</b> |
| 1.1    DEFINICE CESTOVNÍHO RUCHU .....                                | 12        |
| 1.2    ZÁKLADNÍ POJMY CESTOVNÍHO RUCHU .....                          | 12        |
| 1.3    HISTORIE CESTOVNÍHO RUCHU .....                                | 13        |
| 1.4    TYPOLOGIE CESTOVNÍHO RUCHU .....                               | 14        |
| 1.4.1    Formy cestovního ruchu.....                                  | 14        |
| 1.4.1.1    Základní formy .....                                       | 14        |
| 1.4.1.2    Specifické formy.....                                      | 14        |
| 1.4.2    Druhy cestovního ruchu .....                                 | 14        |
| 1.5    PODNIKY CESTOVNÍHO RUCHU .....                                 | 16        |
| 1.5.1    Vlastní podniky .....  | 16        |
| 1.6    CESTOVNÍ KANCELÁŘ A CESTOVNÍ AGENTURA .....                    | 17        |
| 1.6.1    Cestovní kancelář .....                                      | 17        |
| 1.6.2    Cestovní agentura.....                                       | 17        |
| 1.7    OKOLÍ SYSTÉMU CESTOVNÍHO RUCHU .....                           | 17        |
| 1.7.1    Ekonomické prostředí .....                                   | 17        |
| 1.7.2    Politické prostředí .....                                    | 18        |
| 1.7.3    Sociální prostředí .....                                     | 18        |
| 1.7.4    Technicko-technologické prostředí .....                      | 19        |
| 1.7.5    Ekologické prostředí .....                                   | 19        |
| <b>2 CESTOVNÍ RUCH V ČESKÉ REPUBLICE</b> .....                        | <b>21</b> |
| 2.1    VÝVOJ CESTOVNÍHO RUCHU V ČESKÉ REPUBLICE .....                 | 21        |
| 2.2    CZECHTOURISM .....   | 21        |
| 2.3    ZAJÍMAVÉ FORMY CESTOVNÍ RUCHU V ČESKÉ REPUBLICE .....          | 22        |
| 2.4    PODPORA ROZVOJE CESTOVNÍHO RUCHU V ČR V OBDOBÍ 2014-2020 ..... | 22        |
| <b>3 MARKETING CESTOVNÍHO RUCHU</b> .....                             | <b>24</b> |
| 3.1    MARKETINGOVÝ MIX .....   | 24        |
| 3.2    MODERNÍ MARKETING CESTOVNÍHO RUCHU NA INTERNETU .....          | 28        |
| <b>4 TRVALE UDRŽITELNÝ ROZVOJ</b> .....                               | <b>29</b> |
| 4.1    ZÁKLADNÍ PRINCIPY UDRŽITELNÉHO ROZVOJE .....                   | 29        |
| 4.2    DRUHY A FORMY UDRŽITELNÉHO ROZVOJE V CESTOVNÍM RUCHU.....      | 30        |
| 4.2.1    Zelený cestovní ruch .....                                   | 30        |
| 4.2.2    Přírodní cestovní ruch .....                                 | 30        |
| 4.2.3    Geoturismus .....  | 31        |
| 4.2.4    Venkovský cestovní ruch .....                                | 31        |
| 4.2.5    Agroturismus.....  | 31        |
| 4.2.6    Ekoagroturismus .....  | 31        |
| 4.2.7    Domorodý cestovní ruch .....                                 | 32        |
| 4.2.8    Greenways.....   | 32        |

|  |           |
|--|-----------|
| <b>II PRAKTICKÁ ČÁST .....</b>   | <b>33</b> |
| <b>5 CHARAKTERISTIKA OKRESU UHERSKÉ HRADIŠTĚ.....</b>                          | <b>34</b> |
| 5.1 ANALÝZA NABÍDKY CESTOVNÍHO RUCHU .....                                     | 35        |
| 5.1.1 Přírodní podmínky .....  | 35        |
| 5.1.2 Historické podmínky .....  | 36        |
| 5.1.3 Ekonomické podmínky .....  | 38        |
| 5.1.4 Kulturní podmínky .....  | 38        |
| 5.1.5 Sportovní podmínky .....   | 40        |
| 5.1.6 Dopravní podmínky .....  | 41        |
| 5.1.7 Ubytovací podmínky .....   | 44        |
| 5.1.8 Stravovací podmínky .....  | 45        |
| 5.2 DOTAZNÍKOVÉ ŠETŘENÍ.....   | 45        |
| <b>6 SWOT ANALÝZA .....</b>  | <b>55</b> |
| 6.1 SILNÉ STRÁNKY .....  | 55        |
| 6.2 SLABÉ STRÁNKY .....  | 55        |
| 6.3 PŘÍLEŽITOSTI.....  | 56        |
| 6.4 HROZBY .....   | 56        |
| <b>7 NÁVRHY NA ZLEPŠENÍ CESTOVNÍHO RUCHU OKRESU UHERSKÉ<br/>HRADIŠTĚ .....</b> | <b>57</b> |
| <b>ZÁVĚR .....</b>   | <b>59</b> |
| <b>SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY.....</b>  | <b>60</b> |
| <b>SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK.....</b>                                 | <b>64</b> |
| <b>SEZNAM OBRÁZKŮ .....</b>  | <b>65</b> |
| <b>SEZNAM TABULEK.....</b>   | <b>66</b> |
| <b>SEZNAM PŘÍLOH.....</b>  | <b>67</b> |



## ÚVOD

V posledních letech, ale také v současnosti je cestovní ruchu nezbytnou součástí každé vyspělé ekonomiky světa. Podílí se na rozvoji oblastí a působí pozitivně na život místních obyvatel, kteří z něj mohou prosperovat, a tím prosperuje celý stát. Ale nesmíme brát cestovní ruch jen jako finance, protože formuje i kulturní, sociální a přírodní stránku oblasti. V rámci cestovního ruchu se mísí kulturní zvyklosti, ale bohužel se také zhoršuje příroda ve více zasažených oblastech. V dnešní době také roste počet zemí, které nemohou těžit z cestovního ruchu, protože jsou sužované válkou, anebo finanční krizí.

Česká republika má naštěstí v sobě mnoho potenciálu, jak rozšiřovat cestovní ruch. Je obklopena bohatou přírodou, nachází se zde nepřeborné množství kulturních památek, lidé uctívají a uchovávají tradice, které nejsou nikde na světě. Naštěstí jde s dobou a může nabídnout i moderní způsob vyžití.

Stejně na tom je i okres Uherské Hradiště, který jsem si vybral, jako téma bakalářské práce. Nachází se ve Zlínském kraji a může se pyšnit krásnou přírodou, bohatou kulturou a spousty druhů aktivit. Nejznámější a nejzajímavější města jsou např.: Uherské Hradiště, Kunovice, Staré Město, Uherská Brod, Velehrad, Vlčnov apod.

V bakalářské práci najdeme dvě hlavní části, a to teoretickou a praktickou. Teoretická část bude charakterizovat obecně dané informace ohledně cestovního ruchu pomocí literární rešerše. Praktická část už bude více konkretizována, respektive se zaměří na okres Uherské Hradiště a jeho současný stav z pohledu cestovního ruchu.

## CÍLE A METODY ZPRACOVÁNÍ PRÁCE

Stěžejním cílem bylo analyzovat aktuální situaci cestovního ruchu okresu Uherské Hradiště, který má v této oblasti co nabídnout a následně poskytnout doporučení, které by vedla ke zlepšení úrovně a rozvoji cestovního ruchu.

Jedním z hlavních zdrojů informací bylo provedení dotazníkového šetření a zjištění postojů na kladené otázky. Respondenti odpovídali na polouzavřené otázky. U sedmi z nich měli volbu jedné odpovědi a u zbylých čtyř mohli označit jednu, anebo více odpovědí. Dotazníky byly distribuovány přes internet, přesněji byly navrženy a vyplňovány na stránce, která se specializuje na tuto činnost – Survio.cz.

Jejich sběr byl proveden od 3. 4. 2016 do 10. 4. 2016. Z této stránky byly výsledky převedeny do programu Excel, následně upraveny a jako obrázky vloženy do bakalářské práce. Vznikly tak grafy výsečové a grafy sloupcové.

Na základě získaných informací o nynější situaci na území okresu byla navržena SWOT analýza se silnými a slabými stránkami, příležitostmi a hrozbami.

## **I. TEORETICKÁ ČÁST**

# 1 CESTOVNÍ RUCH

## 1.1 Definice cestovního ruchu

Cestovní ruch můžeme chápat jako lidi nebo skupiny lidí cestující na určitá místa s cílem tyto místa poznávat nebo navštěvovat svoji rodinu a přátele, respektive si užívat volný čas. Vymezení cestovního ruchu ale není tak jednoduché, zahrnuje i osoby, které cestují za účelem práce nebo studia (vědecké výzkumy a studia). Ke všem těmto aktivitám lidé musejí využívat některý z dopravních prostředků zahrnující i pěší turistiku. (Goeldner a Richie, 2014, s. 3)

Podle Ryglové (2009, s. 9) musíme chápat cestovní ruch ve 2 relacích. První je spojená s uspokojováním potřeb a druhá s ekonomikou společnosti.

A například podle Kotíkové (2013, s. 15) se jedná o hromadný jev, který je spojený s poskytováním různých služeb, ať už se jedná o ubytování, stravování aj., které poskytují organizace zabývající se uspokojováním těchto služeb.

Gúčík (2011, s. 9-11) přikládá také velkou důležitost politice cestovního ruchu. Tu můžeme definovat hlavně jako snahu státu se záměrně podílet na podpoře vývoje cestovního ruchu pomocí určitých nástrojů. Řadí sem hlavně: *hospodářskou politiku* (cenová politiky, kurzy, apod.), *sociální politika* (zaměstnanost, aj.), *zahraniční politika* (smlouvy o spolupráci v cestovním ruchu, vízová povinnost, apod.), *kulturní politika* (spojení kulturních památek a cestovního ruchu, aj.), *školská a vědecko-technická politika* (školní programy zaměřené na cestovní ruch, aj.), *zdravotní politika* (očkování, hygienická opatření, apod.), *environmentální politika* (snaha o ochranu přírodního dědictví, aj.).

## 1.2 Základní pojmy cestovního ruchu

Mezi vybrané základní pojmy podle Ryglové (Burian a Vajčnerová, 2011, s. 11-12) patří:

*Turista* – jedná se o osobu pobývajíc v místě po dobu nejméně 24 hodin, ale kratší než 1 rok

*Návštěvník* – osoba, která vycestuje do země, v které nemá trvalé bydliště na dobu kratší jak 12 měsíců. Ovšem tato cesta nesmí být za účelem výdělků

*Výletník* – doba jeho návštěvy nepřesáhne jeden den, a také nepřenocuje

*Rezident* – zde můžeme rozlišit, zda jde o mezinárodní nebo domácí cestovní ruch. V mezinárodním se jedná o člověka, pobývajícím v zemi minimálně 1 rok. Za to domácí cestovní ruch vymezuje rezidenta jako člověka, který žije v určitém místě nejméně půl roku.

*Průmysl cestovního ruchu* – je souhrnem přímých podnikatelských aktivit a hmotných podmínek cestovního ruchu, tedy souboru ubytovacích a stravovacích služeb, činnost cestovních kanceláří a doprovodných služeb (průvodcovské, animační, dopravní, lázeňsko-léčebné, prodejní síť, průmysl zábavy, výroba suvenýrů, finanční služby apod.)

*Ekonomika cestovního ruchu* – obsahuje nejen činnosti patřící do průmyslu cestovního ruchu, ale také nepřímo vyvolané činnosti související s uskutečněním cestovního ruchu,

### 1.3 Historie cestovního ruchu

Dříve bylo hlavním účelem k cestování, respektive k cestovnímu ruchu obchodování, poznávání, ale i vojenské důvody či prestiž. (Ryglová, 2009, s. 17)

Historii můžeme shrnout do čtyř etap:

- 1) Prvopočátky: 480 př. n. l. – 16. století.
- 2) Začátky moderního cestovního ruchu: 17. století – 19. století.
- 3) Novodobý: po I. světové válce – do roku 1948 a období 1949 – 1989.
- 4) Současné období: po roce 1990. (Ryglová, Burian a Vajčnerová, 2011, s. 24)

Ad. 1) Za zakladatele cestování jsou označováni Řekové, Egypťané a samozřejmě i Římané. V době středověku se cestovní ruch točí zejména kolem mladých a bohatých šlechticů. 13. století je spjaté s cestami do zámoří za účelem obchodu, kolonizace a objevů. Konec této etapy ovlivnily zámořské námořní objevy. (Ryglová, Burian a Vajčnerová, 2011, s. 25)

Ad. 2) Počátky tohoto období (17. a 18. století) je ovlivněno právo volně se pohybovat po území jiných pro šlechtu a kupce. Velký přínos měla také průmyslová revoluce, díky které bylo zrušení omezení volnosti pohybu. V této etapě také vznikla první cestovní kancelář, kterou založil Thomas Cook a začíná se rozvíjet lázeňství, horská a pěší turistika, i díky rozmachu železnic a počátkům silniční dopravy. (Ryglová, Burian a Vajčnerová, 2011, s. 25)

Ad. 3) Velký vliv na vývoj zde měly I. Světová válka, II. Světová válka, a také světová hospodářská krize. Rozvojem prošly dopravy, hlavně silniční a osobní letecká a s tím související pobyty u moře. (Ryglová, 2009, s. 20)

Ad. 4) Ještě větší rozmach než v předchozí etapě zažívá letecká doprava. Národní ekonomiky se začaly více angažovat do rozvoje cestovního ruchu a občané začali více utrácet za cestování. (Ryglová, Burian, Vajčnerová, 2011, s. 27)

## 1.4 Typologie cestovního ruchu

### 1.4.1 Formy cestovního ruchu

Formy jako také představují potřeby svých účastníků. Můžeme je dělit na základní a specifické, kde základní formy obsahují nejširší potřeby a specifické odpovídají specifickým potřebám. (Ryglová, Burian a Vajčnerová, 2011, s. 19)

#### 1.4.1.1 Základní formy

*Rekreační* – vede k odpočinku a znovunabrání fyzické a psychické stránky člověka v odpovídajícím prostředí (vody, lesy, hory). Česká republika se vyznačuje zvláštním druhem rekreační formy, a to chataření a chalupaření.

*Kulturně poznávací* – vyznačuje se poznáváním a objevováním historie, kultury, různých tradic a zvyků konkrétních míst.

*Sportovně-turistická* – na jednu stranu sem patří aktivní zapojení do sportovní činnosti a na straně druhé sem zahrneme i pasivní účast na sportovních akcích.

*Léčebná a lázeňská* – jako rekreační forma je cílená na načerpání nových psychických a fyzických sil, ale mimo to je zaměřena i na léčbu. (Ryglová, Burian a Vajčnerová, 2011, s. 20)

#### 1.4.1.2 Specifické formy

Zahrnuje nejružnější druhy specifických potřeb, které se neustále rozrůstají s novými trendy v cestovním ruchu. Patří sem například cestovní druh agroturistika, rybolov, cykloturistika, nákupní turistika aj. (Ryglová, Burian a Vajčnerová, 2011, s. 20)

### 1.4.2 Druhy cestovního ruchu

Druhy třídíme podle mnoha hledisek:

### 1) Podle vztahu k platební bilanci

*Domáci* – jedná se o domácí spotřebu osobami s trvalým pobytem v zemi a pohybující uvnitř této země. (Ryglová, Burian a Vajčnerová, 2011, s. 20)

*Zahraniční* – vyznačuje se exportem do jednoho nebo více států. Dělíme je na:

aktivní cestovní ruch – příjezd zahraničních turistů, jedná se o export služeb.

pasivní cestovní ruch – výjezd občanů do zahraničí, na rozdíl od aktivního jde o import služeb. (Hall, 2014, s. 4)

*Tranzitní* – vyznačuje se průjezdem přes území jednoho států do státu druhého. Můžeme sem zařadit pohyb na letišti při mezipřistání. (Ryglová, Burian a Vajčnerová, 2011, s. 20)

### 2) Podle místa vzniku služeb

*Vnitřní* – jedná se o pohyb obyvatel ve vlastní zemi a o cestování a pobyt zahraniční turistů v zemi.

*Národní* – jako u vnitřního cestovního ruchu se jedná o pohyb obyvatel ve vlastní zemi doplněný o zahraniční cestovní obyvatel země.

*Mezinárodní* - obsahuje všechny cestovní ruch, při kterém dojde k překročení hranic. (Ryglová, Burián a Vajčnerová, 2011, s. 20-21)

### 3) Podle způsobu financování

*Volný* – účastník si musí vše hradit ze soukromých prostředků, účast není ničím podmíněna.

*Vázaný* – účast je podmíněna splněním podmínky, služby jsou hrazeny plně, anebo částečně za účastníka. (Ryglová, Burián a Vajčnerová, 2011, s. 21)

### 4) Podle délky pobytu

*Krátkodobý* – je limitován maximálním počtem přenocování (max. tři).

*Dlouhodobý* – při více jak třech přenocování. (Ryglová, Burián a Vajčnerová, 2011, s. 21)

### 5) Podle zabezpečení

*Organizovaný* – samotná cesta je zorganizovaná specializovanými společnostmi, např. cestovní kanceláři.

*Neorganizovaný* – účastník si vše organizuje a zařizuje sám. (Ryglová, Burián a Vajčnerová, 2011, s. 21)

## 6) Podle počtu účastníků

*Individuální* – jak už název napovídá, jde o samostatné podílení se na cestovním ruchu nebo s rodinou.

*Kolektivní* – zahrnuje skupinový, masový nebo klubový cestovní ruch. (Ryglová, Burián a Vajčnerová, 2011, s. 21)

## 1.5 Podniky cestovního ruchu

Podniky cestovního ruchu se člení podle charakteru a úrovně souvislosti výkonů na cestovním ruchu na podniky vlastní a ostatní.

### 1.5.1 Vlastní podniky

Provádějí služby, které jsou charakteristické pro cestovní ruch. Tyto služby poskytují ve většině případů účastníkům cestovního ruchu. (Jakubíková, 2012, s. 23)

Členění vlastních podniků:

*a) Podniky realizací služeb přímo uspokojující potřeby a poptávku účastníků cestovního ruchu:*

- hotelové podniky a podniky ostatních ubytovacích služeb;
- podniky se sportovně-rekreačním zaměřením;
- podniky lázeňského typu;
- kulturní, společenské a zábavní podniky;
- specifické dopravní podniky (lanovky, vleky, rekreační lodní doprava);
- podniky se speciálním typem služeb – horská služba;
- podniky produkující zboží zaměřené na turisty.

*b) Podniky zprostředkovatelských služeb – cestovní kanceláře, cestovní agentury*

*c) Podniky smíšené:*

- cestovní kanceláře a dopravní podniky;
- hotely a cestovní kanceláře;
- hotelové podniky a podniky specializované dopravy;
- další kombinace. (Jakubíková, 2012, s. 23-24)



## 1.6 Cestovní kancelář a cestovní agentura

### 1.6.1 Cestovní kancelář

Podle Goeldnera (Richie, 2014, s. 170) je organizace, která vystupuje samostatně nebo jako prostředník. V prvním zmíněném případě se jedná o nabízení svých vlastní zájezdů, v roli prostředníka se jedná o zájezdy připravené jinými cestovními kancelářemi. Tyto služby poskytuje individuálním zájemcům nebo jiným cestovním kancelářím.

Jakubíková (2012, s. 24) popisuje cestovní kancelář jako velkoobchod nesoucí rizika spojená s prodejem, jehož činností je nákup primárního produktu od producenta s následným prodejem přímo konečnému zákazníkovi, cestovním agenturám, firmám atd., ve stejné nebo pozměněné podobě.

### 1.6.2 Cestovní agentura

Cestovní agenturu označuje Palátková (et al., 2013, s. 13) jako podnikatele, který má právo provádět svou činnost na základě volné živnosti. Dále může prodávat takové služby cestovního ruchu, které nejsou vymezeny jako zájezd. Jediný, kdo je oprávněn poskytovat zájezdy, jsou cestovní kanceláře.

## 1.7 Okolí systému cestovního ruchu

Podle Heskové (2006, s. 16) se tento systém charakterizuje jako otevřený, zdůrazňující důležitost působení okolí na jeho stavbu a rozvoj. Patří sem: ekonomické, politické, sociální, technicko-technologické a ekologické prostředí. I přesto, že zmiňované prostředí nemají bezprostřední vztah k cestovnímu ruchu, mají na něj menší či větší vliv.

### 1.7.1 Ekonomické prostředí

Jedná se prostředí, které má ekonomický dopad na chování spotřebitelů cestovního ruchu a na skladbu jejich výdajů.

Samotné ekonomické prostředí má pro vývoj cestovního ruchu značný vliv. Bavíme se hlavně o kladném či negativním dopadu ekonomického růstu, jehož nárůst vyvolá růst HDP. Ten přímo ovlivňuje objem investic a výdajů na cestovní ruch. Tyto ukazatele jsou pro cestovní ruch příznivé zejména, když růst výdajů na cestovní ruch je rychlejší než HDP. Mezi další faktory ovlivňující kupní sílu a chování spotřebitelů cestovního ruchu můžeme zahrnout nezaměstnanost. Růst nezaměstnanosti vede ke snížení příjmů obyvatel,

který má negativní vliv na celkové výdaje včetně výdajů na cestovní ruch. Další činitel je inflace odpovědná za snížení kupní síly peněz a nárůstem cen zboží a služeb. Předposlední faktor, který sem patří, je stabilita měny. Snížení hodnoty domácí měny vůči ostatním měnám má za následek to, že obyvatelé, kteří cestují do zahraničí, dostanou za jednotku domácí měny méně měny zahraniční, což prodražuje takovou cestu. Tato situace je výhodná pro zahraniční návštěvníky, kteří dostanou ve své zemi více jednotek měny zahraniční za měnu domácí. Jako poslední faktor je označována úroková míra, jejíž výše ovlivňuje množství investic do cestovního ruchu. (Hesková, 2006, s. 16-17)

Dále zde Hesková (2006, s. 17), že zpětná vazba cestovního ruchu na ekonomické prostředí se projevuje v jeho vlivu na ekonomický růst, nárůst zaměstnanosti, příjmy obyvatelstva, platební bilanci státu apod.

Ryglová (2009, s. 27) popisuje vývoj cestovního ruchu hlavně ze strany hospodářské politiky. Zmiňuje zde jako Hesková (2006, s. 17) směnitelnost měny, ale například i výši reálné mzdy, výši nerealizované kupní síly obyvatelstva a podporu podnikání v cestovním ruchu.

### **1.7.2 Politické prostředí**

Příznivý rozvoj cestovního ruchu může probíhat jen ve státech, kde vládne mír. Naopak tomu je ve státech zužovaného válkou, nepokoji. (Old.czechtourism.cz, © 2005 – 2016)

Záleží také na vnitropolitické situaci uvnitř zemi a celkovém politickém systému. Tyto faktory se projevují při tvorbě strategií cestovního ruchu, tvorbě právních norem související s cestovním ruchem a podpoře rozvoje. (Hesková, 2006, s. 17)

Politické uspořádání uvnitř země může rušit cestovní překážky v podobě formalit. Patří sem: rušení víz, rychlejší odbavování na hraničních přechodech, vytvoření příznivých podmínek pro finanční zabezpečení turistů. (Hesková, 2006, s 17-18)

### **1.7.3 Sociální prostředí**

Sociální prostředí ovlivňuje rozdělování HDP, pracovní podmínky, mimopracovní podmínky a sociální politika státu.

Rozdělování HDP se projevuje ve spotřebě hmotné a spotřebě služeb, dále na úrovni výživy a např. výbavou domácností předměty s dlouhodobou spotřebou. Pracovní a mimopracovní podmínky mají podle názvu co dočinění se zaměstnáním. Ať už se jedná o délku

pracovní doby, pracovní prostředí, bezpečnost práce, nebo mimopracovní využití času. A poslední činitel, který ovlivňuje sociální prostředí je sociální politika státu. Sem můžeme zařadit sociální ochranu obyvatel s příjmy, které buď nejsou žádné, nebo nedostačující k zajištění základních životních potřeb. (Hesková, 2006, s. 18)

#### 1.7.4 Technicko-technologické prostředí

Technicko-technologické chápe Hesková (2006, s. 18-19) hlavně jako dopravní infrastrukturu a technickou informačně-technologickou vybavenost.

Dopravní infrastruktura je spojena hlavně s existencí a rozvojem dálnic, železniční sítě a výskytem letišť. Rozvoj ale nese i negativní vlivy. Můžeme zmínit např. větší počet dopravních nehod, snížení dojmů a zážitků z cestovního ruchu kvůli zvýšené rychlosti atd. (Hesková, 2006, s. 18-19)

Značné usnadnění všech služeb umožňuje rozvoj nových informačních technologií, které snižují výdaje a počty pracovníků, používají internet jako rychlý zdroj informací a poskytují rezervační služby přes centrální systémy rezervování. (Hesková, 2006, s. 18-19)

#### 1.7.5 Ekologické prostředí

Jak uvádí Ryglová (2009, s. 27) rozvoj cestovního ruchu ohrožuje životní prostředí tam, kde je cestovní ruch soustředěn ve velké míře. Proto je někdy příhodno uplatnit principy tzv. demarketingu, kdy se cíleně snižuje poptávka a tím se zmírní následky napáchané zvýšeným počtem návštěvníků, např. zavedení vstupného do parku.

Podle Heskové (2006, s. 20) se dá očekávat zvýšení ekologické citění obyvatel při přechodu na ekologický cestovní ruch, jehož požadavky se objevily už v polovině sedmdesátých let 20. století.

Deset zásad, které vydala společnost Amerických cestovních kanceláří:

- 1. Zanech po sobě jen otisky nohou, odnes si jen fotografie a vzpomínky.*
- 2. Respektuj křehkost prostředí. Uvědom si, že každý z nás musí být ochotný pomoci jen ochraně.*
- 3. Aby tvoje dovolená měla smysl, najdi si předem čas a pouč se o zvycích, způsobu života a kultuře místa, které navštívíš. V průběhu cesty poznávej místní obyvatele a hovoř s nimi.*

4. *Respektuj a podporuj místní kulturu (náboženství, tradice, řemesla, služby). Respektuj soukromí a důstojnost místního obyvatelstva, hlavně při fotografování.*
5. *Nikdy neodhazuj odpadky. Místo, které jsi navštívil, zanech čistější, než bylo předtím, než jsi tam přišel.*
6. *Nekupuj výrobky z materiálů jako je slonovina, želví krunýř, nebo zvířecí kůže a kožešiny.*
7. *Chod' po vyznačených cestách a pěšinách. Neruš zvěř a nenič rostliny.*
8. *Seznam se s programem ochrany přírody, organizacemi ochrany a podporuj je.*
9. *Kde je možné, používej veřejnou dopravu, necestuj vlastním autem. Upozorňuj ostatní řidiče, aby zbytečně nenechávali v chodu motory svých vozidel.*
10. *Žádej, aby cestovní kanceláře a cestovní agentury, výletní a rekreační zařízení přijaly toto desatero, nebo jiné normy ochrany přírody a důsledně je uplatňovaly při výchově svých zaměstnanců. (Hesková, 2006, s. 20)*

## 2 CESTOVNÍ RUCH V ČESKÉ REPUBLICE

Česká republika disponuje místy s rozsáhlou minulostí. Jako příklad si můžeme uvést hlavní město ČR Prahu. Ať už se jedná o Karlův most, anebo Pražský orloj, je toto město lákadlem mnoha domácích i zahraničních turistů. Ale nejen historie je za cestovním ruchem ČR. Rozsáhlá příroda bývá také impulsem pro navštívení míst s přírodním bohatstvím (např. oblasti UNESCO).

### 2.1 Vývoj cestovního ruchu v České republice

Důležitým rokem v historii cestovního ruchu ČR se stal 1989. Právě po událostech v tomto roce se výrazně zlepšila dostupnost a rozvoj cestovního ruchu. Hlavním důvodem bylo zrušení vízové povinnosti a dojednání smluv o bezdevizovém styku s většinou turistických lokalit. (Ryglová, 2009, s. 21)

Do rukou dostává cestovní ruch Ministerstvo obchodu a cestovního ruchu ČR, které bylo v roce 1991 zrušeno a tuto problematiku převzalo Ministerstvo hospodářství ČSR v roce 1992. A nakonec v roce 1996 spadlo toto téma do kompetence Ministerstvu pro místní rozvoj ČR. (Hesková, 2006. s. 56)

Rok 1997 byl kritický pro mnoho cestovních kanceláří. Spousta z nich zkrachovala z důvodu nedostatečných zkušeností vedoucí ke špatnému podnikatelskému záměru, řada z nich podceňovala rizika, přičinění na tom měla i klesající poptávka a také se našly takové cestovní kanceláře, které byly založeny za účelem podvodu. (Ryglová, 2009, s. 21)

Po roce 2000 se situace zlepšuje. Rozvoj cestovního ruchu je dán většími výdaji a příjmy, zlepšila se úroveň poskytování služeb, začaly se více prosazovat neobvyklé druhy turistiky jako cykloturistika, agroturistika, apod., řada obyvatel změnila svůj životní styl a začali si více zajímat o cestování, Česká republika byla prezentována jako bezpečná lokalita, postupně se odstraňovaly bariéry volného pohybu osob mezi státy. (Ryglová, Burian a Vajčnerová, 2011, s. 28-29)

### 2.2 CzechTourism

Príspevková organizace založená v roce 1993 za účelem propagace ČR na zahraničním a domácím trhu. Dříve nesla název Česká centrála cestovního ruchu (ČCCR). Název byl změněn 1. srpna 2003 na již známý Česká centrála cestovního ruchu – CzechTourism. Organizačně spadá pod Ministerstvo pro místní rozvoj. Po celém světě přispívá k propagaci

ČR 26 pobočkami (New York, Londýn, Peking, Paříž, apod.). (old.czechtourism.cz, © 2005 – 2016)

Jako hlavní cíle má vytyčené zvyšování počtů turistů navštěvující české regiony a samozřejmě zvyšování příjmů plynoucích z cestovního ruchu. Podporuje příjezdový a domácí cestovní ruch, pořádá semináře, spolupracuje s organizacemi cestovního ruchu v českých regionech apod. (old.czechtourism.cz, © 2005 – 2016)

### 2.3 Zajímavé formy cestovního ruchu v České republice

- Zdravotní turistika – patří sem plastická a estetická chirurgie, stomatologie aj., pro které je ČR vyhledávanou lokalitou.
- Kulinářská turistika – v zahraničí už podstatněji rozvinutá turistika je na vzestupu také v ČR se snahou obnovit původní českou gastronomii.
- Dark tourism – je spojený s historií a to takovou, která měla za následek tragédii či neštěstí (např. bojiště bitvy u Slavkova, památníky holocaustu apod.).
- Filmová turistika – navštěvování míst známých z českých, anebo zahraničních velkofilmů (např. Karlovy Vary – James Bond, apod.).
- Gay and lesbian tourism – díky tomu, že ČR patří mezi nejtolerantnější země Evropy, je pořádán v Praze průvod homosexuálů Prague Pride.
- Voluntary tourism – jedná se především o mladé dobrovolníky, kteří cestují za dobrovolnickou prací, ale i kvůli poznání nových míst. (Old.czechtourism.cz, © 2005 – 2016)

### 2.4 Podpora rozvoje cestovního ruchu v ČR v období 2014-2020

Aktuální program pro toto období se jmenuje Koncepce státní politiky cestovního ruchu v České republice na období 2014-2020. Ta si klade čtyři priority:

- 1) Zlepšení nabídky cestovního ruchu,
- 2) Management cestovního ruchu,
- 3) Destinační management,
- 4) Politika cestovního ruchu a ekonomický rozvoj. (Koncepce státní politiky cestovního ruchu v České republice na období 2014-2020, 2013)

Čerpání fondů Evropské unie nebude v období 2014-2020 takové, jako v předchozích letech, protože nastaly značné změny ve veřejném financování podpory cestovního ruchu,

kdy má být zredukována veřejná podpora podnikatelských subjektů. Ta byla součástí zhoršení tržní situace v České republice. Proto bude podpora z veřejných prostředků zefektivněna. (Plzáková a Studnička, 2014, s. 157) Nově bude dotační využívat na regionální úrovni finančních nástrojů, kterými jsou hlavně zvýhodněné úvěry.

Tabulka 1 – Územní dimenze podpory cestovního ruchu v České republice v letech 2014-2020 (Koncepce státní politiky cestovního ruchu v České republice na období 2014-2020, © 2013)

| Národní úroveň |  | Regionální úroveň      |   |
|----------------|--|------------------------|---|
| Dotace         | Informace pro podnikatele                                    | Dotace                 | Marketing a tvorba produktů cestovního ruchu                  |
|                | Profesní vzdělávání malých a středních podnikatelů           |                        | Kulturní památky a příroda                                    |
|                | Kvalita služeb   |                        | Veřejná infrastruktura cestovního ruchu                       |
|                | Podpora sítí prvků nabídky národního významu                 | Úvěry                  | Základní infrastruktura cestovního ruchu (ubytovací zařízení) |
|                | Národní marketing (image, národní produkty cestovního ruchu) |                        | Sportovně rekreační infrastruktura                            |
|                | Statistika   |                        | - aquaparky   |
|                | Rozvoj lidských zdrojů                                       |                        | - lyžařská střediska (vleky)                                  |
|                |  | - lázeňství            |   |
|                |  | - zábavní centra, atd. |   |

### 3 MARKETING CESTOVNÍHO RUCHU

#### 3.1 Marketingový mix

Marketingový mix je ideální souhra několika jednotlivých nástrojů či prvků, který vede k dosažení zisku a dovoluje firmě sestavit nabídku tak, aby vyhovovala zákazníkovi. (Goeldner a Richie, 2014, s. 467)

Jako každý marketingový mix, i marketingový mix pro cestovní ruch obsahuje mimo jiné základní čtyři prvky (4P):

- Produkt (produkt)

Produkt v cestovním ruchu má většinou nehmotný charakter. Můžeme ho popsat jako soubor základních (ubytování, stravování, ...) a doplňkových služeb (směnárenské, ...) a je podmíněný na přítomnosti klienta. (Ryglová, 2009, s. 102). Goeldner (Richie, 2014, s. 467) dále říká, že produkt je nápomocný při určení jeho pozice na trhu v porovnání s konkurencí a dává směr, jak ji lépe čelit.

Specifickým typem produktu v cestovním ruchu je tzv. **Turistický produkt**. Jde o produkt v určitém regionu, z kterého má užitek více než jeden podnikatel. Je koncipován tak, aby splňoval požadavky a potenciál daného území. (Ryglová, 2009, s. 103)

- Cena

Podle Goeldnera (Richie, 2014, s. 467) cena má vliv jak na velikost prodeje, ale i na image produktu. Ryglová (2009, s. 103) to doplňuje tím, že cena nevytváří jen náklady, ale především výnosy.

Cenové strategie:

*Diferenciace cen* - jde o rozlišení cen např. podle místa, kdy určitá služba stojí více v hlavním městě než na venkově. Dále jde o diferenciaci podle času, věku (různé ceny pro děti, dospělé, studenty, apod.).

*Podle životního cyklu* – rozdílné ceny pro rozdílné fáze životního cyklu. Patří sem např. zaváděcí ceny (při zavádění produktu na nový trh), nadsazené ceny (zejména u firem, které jsou známé), aj.

*Psychologické ceny*.



*Jednotné ceny* – paušálně určené ceny, na které nemá vliv velikost využitých služeb (u zájezdů jde o oblíbený balíček All inclusive).

*Slevy* – nedílnou součástí strategie ceny jsou slevy, na kterou zákazníci velice dobře slyší. Typy: first minute, last minute, pro studenty, pro seniory, pro děti, pro stálé klienty, mimo sezónní slevy, hromadné slevy, apod. (Ryglová, 2009, s. 103-104)

Goeldner (Richie, 2014, s. 474-475) předchozí cenové strategie doplňuje faktory, které je ovlivňují:

*Internet* – informace, které jsou k dispozici na internetu, dávají zákazníkům přehled o cenách všeho druhu.

*Kvalita produktu* – kvalita zásadním způsobem určuje velikost ceny. Obecně platí, že čím kvalitnější produkt, tím samozřejmě dražší.

*Odlišnost produktu* – produkty rozdílné od jiných můžou nést vyšší cenu např. díky své jedinečnosti či unikátnosti.

*Množství konkurence* – výše ceny produktu podniku je do jisté míry i závislá na cenách konkurence.

*Distribuční metoda* – jedná se o započítání marže pro prodejce či zprostředkovatele.

*Charakter trhu* – u stanovení ceny lze charakter trhu považovat za velice významný. Prodejce musí znát dokonale trh, aby dokázal stanovit adekvátní cenu, která bude odpovídat velikosti trhu, kupní síle, ale také i zvykům spotřebitelů.

*Náklady na zboží a služby* – jde o přesné vyčíslení všech nákladů, které souvisejí se zbožím nebo službou, a ty promítnout do ceny, protože jen tehdy dokáže firma přežít a vykazovat odpovídající zisk.

*Náklady na distribuci* – další část nákladů, která tvoří cenu. Jejich vyčíslení nemusí být jednoduché.

*Požadovaná marže na zisku* – ta by měla být taková, aby dokázala vyrovnat riziko, které skýtá podnikání.

*Sezonnost* – cena by měla být adekvátní období (prázdniny, vánoce, školní rok, velikonoce, apod.).

*Speciální propagační ceny* – předem naplánované zaváděcí ceny nebo jednorázové ceny, díky kterým se zákazníci s nově zaváděným produktem seznámí. Je nutné si tyto ceny nezaměňovat se slevami.

- Distribuce, místo

Naprostým fenoménem v oblasti distribučních kanálů se stal internet. Podnik, který nemá ani jednu z možností internetu (vlastní webové stránky, email, atd.), jako by nebyl. Internet usnadňuje práci, čas, ale i peníze jak zákazníkům, tak prodejcům. Prodejci nemusí mít kanceláře, vybavení apod., stačí jim webové stránky s online prodejem či rezervací.

Podle Heskové (2006, s. 133) můžou nastat tyto tři situace:

- *zákazník jde k poskytovateli* (např. zákazník si koupí jízdenku na autobus a v čas odjezdu se dostaví na místo, z kama autobus odjíždí).
- *poskytovatel jde k zákazníkovi* (naprosto typickou službou je objednání si taxi z domu).
- *prodej na dálku* (online prodej).

- Propagace

Podle Goeldnera (Richie, 2014, s. 468) je klíčová placená propagace s volbou kdy, kde a jak propagovat. Za cíl propagace považuje navození poptávky po službě.

Prodej produktu není jednoduchý. Nejprve je nutné získat pozornost zákazníka o produktu s následným vyvoláním touhy a přání si produkt zakoupit. (Goelner a Richie, 2014, s. 476).

Ryglová (2009, s. 106) rozlišuje přímé a nepřímé propagační nástroje:

**Přímé nástroje:**

- *osobní prodej* – ať už se jde o přímý (fyzický) prodej, anebo prodej před telefonem, tento typ se dokáže přizpůsobit konkrétnímu klientovi. Je velice využíván díky flexibilitě, kterou nabízí. Bohužel se jedná o velice nákladný druh prodeje.
- *přímý marketing* – firmy využívají různých databází klientů, které mají k dispozici a před email nebo třeba poštu (dopis, leták) osloví potenciálního klienta.
- *telemarketing, teleshopping* – cestovní ruch jej takřka nevyužívá.

Nepřímé nástroje:

- *reklama* – neosobní typ propagace. Zahrnuje internet, televizi, rádio, časopisy, letáky apod.
- *vztahy s veřejností* – často označované jako PR. V cestovním ruchu jsou brány vztahy s veřejností velice vážně a snaží se vyhovět všem veřejným zájmům. (Goeldner et. Richie, 2014, s. 480-481)
- *podpora prodeje* - zahrnuje slevy, dárky aj. při okamžité koupi. (Ryglová, 2009, s. 107)

K základním 4P se doplňují další P (jejich počet není přesně stanovený). Tyto P se berou jako doplňující k základním. Jedná se o:

- Packaging (balíky služeb)

Charakteristické pro tento druh nástroje je sloučení několika druhů služeb do jednoho balíku. Takový balík by měl být pro zákazníka lákavý a výhodný z hlediska financí, čili měl by za něj zaplatit méně, než kdyby si pořizoval jednotlivé služby zvlášť. (Ryglová, 2009, s. 115-116)

- People (lidé)

Jako každé odvětví, tak i cestovní ruch je závislý na kvalitních lidských zdrojích. Prodávající se musí zaměřit na vhodný výběr zaměstnanců a na optimální skladbu svých zákazníků. (Ryglová, 2009, s. 113)

- Partnership (spolupráce)

Jak už název napovídá, jde o spolupráci v oblasti cestovního ruchu mezi partnery/kolegy, ale i mezi konkurenty. Oblast cestovního ruchu tvoří převážně malé a střední podniky. Ty musí bojovat proti velkým řetězcům či nadnárodním společnostem. Tudíž se tyto menší podniky domluví na určitém typu spolupráce a využívají společné zdroje pro své podnikání. (Ryglová, 2009, s. 114)

Jedním z typů spolupráce může být spolupráce měst. V Evropě jich existuje celá řada, např. **Eurocities** (sdružuje více jak 100 členů), které má pod sebou města s počtem obyvatel nad 250 tisíc. ČR má samozřejmě své členy, a to Prahu a Brno. Cílem tohoto partnerství je zkvalitnění života občanů jednotlivých měst, zavedení evropské městské politiky, pořádání konferencí a seminářů za účelem předání si zkušeností a rad, realizování společných projektů mezi členskými městy. (Ryglová, 2009, s. 114)

- Programming (produkce programů)

Posledním typem P je Programování/program. Obsahuje specifické typy různých aktivit, akcí, které mají za úkol jednak zvýšit útratu zákazníka, tak zlepšit atraktivitu služby (např. zájezdu). (Goeldner a Richie, 2014, s. 468)

### **3.2 Moderní marketing cestovního ruchu na internetu**

Internet ovlivňuje cestovní ruchu jako snad žádné jiné odvětví. Používá se k realizaci úkolů, vyhledávání informací, jako distribuční kanál, k rezervaci a platbě cest apod.

Jako každý podnik, tak i podniky cestovního ruchu, jestli chtějí být úspěšné, musejí prezentovat svoje služby na internetu (online). (Goeldner a Richie, 2014. 481-483)

Nejpoužívanější internetová média jsou:

- Sociální média – asi jeden z nejmodernějších způsobů, jak být se současnými, anebo budoucími zákazníky v kontaktu. Podniky na nich nemusejí mít ani účet, informace o nich můžou sami šířit zákazníci.
- Blogy – v současnosti velice využívaný trend. Podniky si založí blog za účelem zjištění názorů a informací od zákazníků, anebo aby sdílely s ostatními fotky z akcí, které samy pořádali.
- Mobilní marketing – v dnešní době už mají všichni chytré telefony, které dokáží procházet internetové stránky, lze přes ně platit, anebo vyřizovat rezervace, a právě toho využívají podniky cestovního ruchu. (Goeldner a. Richie, 2014, s. 483-486)

## 4 TRVALE UDRŽITELNÝ ROZVOJ

Trvale udržitelný rozvoj lze charakterizovat jako rozvoj, který zabezpečí zlepšení života pro všechny obyvatele, respektive lidi, a to takovými prostředky, které budou fungovat v dnešní době, ale i v době budoucí. Důležitou podmínkou je, aby se zachovala rovnováha mezi především environmentálními aspekty a ekonomickou, sociální a kulturní stránkou rozvoje. Cestovní ruch je úzce spjat s udržitelným rozvojem, hlavně z důvodu, že samotný cestovní ruch přispívá k podpoře státních ekonomik. Poprvé se o udržitelném rozvoji mluvilo v roce 1987 na konferenci OSN v Rio de Janeiro. (Goeldner a Richie, 2014, s. 415-417)

Ryglová (2009, s. 160) charakterizuje soudobý cestovní ruch tzv. *neudržitelnými trendy*, mezi které patří růst návštěvníků, kteří cestují v rámci státu, anebo mezi státy, vzrůstající objem infrastruktury cestovního ruchu, překonávání větších vzdáleností při cestování aj.

### 4.1 Základní principy udržitelného rozvoje

- spojení základních oblastí života – ekonomické, sociální a životní prostředí.
- výhledy s dlouhodobou působností – racionální plánování a braní v úvahu všechny dlouhodobé vlivy.
- omezenost životního prostředí – všechny druhy surovin jsou omezené včetně míst určených pro odpad. Patří sem i únosnost znečištění životního prostředí.
- obezřetnost – životní prostředí je ještě ne úplně prozkoumaným sektorem, proto nám někdy nemusí být výsledek naší práce znám.
- prevence – je mnohem levnější, než případné následky.
- kvalita života – zahrnuje materiální, společenské, etické, estetické, duchovní, kulturní aj. rozměry, které vycházejí z práva na kvalitní život.
- sociální spravedlnost – příležitosti i zodpovědnosti by měly být děleny mezi země, regiony i mezi rozdílné sociální skupiny. Sociální rozdíly jsou stále aktuálnější témata udržitelného rozvoje.
- zohlednění lokálního a globálního vztahu – vzájemná propojenost lokálních problémů s problémy globálními.
- vnitrogenerační a mezigenerační odpovědnost – rovnoprávnost na všech úrovních (národnostní, rasová aj.) a právo všech na životním prostředí a sociální spravedlnosti.

- demokratické procesy – plánování by mělo už od začátku začlenit veřejnost, kvůli objektivnosti plánů a podpoře při uskutečňování. (Cenia.cz, © 2012)

Goeldner (Richie, 2014, s. 416) nazývá tyto principy jinak, a to hlavními pilíři, které jsou tři:

- Ekonomická udržitelnost
- Sociální udržitelnost
- Environmentální udržitelnost

Ekonomická udržitelnost podle něj spočívá v tom, že podniky budou vykazovat zisk a zároveň budou dlouhodobě prosperovat. (Goeldner a Richie, 2014, s. 416)

O sociální udržitelnost uvádí, že je nutné zachovat rovnoprávnost, co nejvíce omezovat chudobu a udržovat vzájemný respekt. (Goeldner a Richie, 2014, s. 416)

Environmentální udržitelnost charakterizuje jako, důslednost při zacházení s přírodními zdroje. Důležité je ochraňovat neobnovitelné přírodní zdroje, protože je budou potřebovat i budoucí generace. Zmiňuje taky snahu o redukování znečištění půd, vod a celkového přírodního bohatství. (Goeldner a Richie, 2014, s. 416)

## **4.2 Druhy a formy udržitelného rozvoje v cestovním ruchu**

### **4.2.1 Zelený cestovní ruch**

Návštěvníka zeleného cestovního ruchu si můžeme představit, jak osobu, která respektuje přírodu, snaží se ji a její přírodní bohatství chránit. Součástí zeleného cestovního ruchu je všelijaká pohybová aktivita. Základně se dělí na ekoturistiku a venkovský cestovní ruch. (Závodná, 2015, s. 37)

Obecně můžeme říct o jakékoli formě či druhy udržitelného rozvoje v cestovním ruchu, že je zeleným cestovním ruchem. Turista se nazývá jako zelený turista, který se dále dělí na tmavě nebo světle zeleného turistu. (Závodná, 2015, s. 37)

### **4.2.2 Přírodní cestovní ruch**

Název nám už sám dost napovídá, že se jedná o cestovní ruch v přírodě, který dále můžeme dělit na ekoturistku a geoturismus. (Závodná, 2015, s. 38)

Pojem ekoturismus nám říká, že cestování do přírody by mělo být v souladu se životním prostředím, s důrazem na zodpovědnost a nenarušováním života místního obyvatelstva. (Palatková, 2011, s. 147)

#### 4.2.3 Geoturismus

Turismus založený na bádání o vývoji Země přímo v místech výskytu evoluce. Děje se tak v různých krasových oblastech, skalních městech, nalezištích zkamenělin, apod. (Geoparkvysocina.cz, ©2011)

Užívaným termínem pro oblasti geoturismu je geopark. Geopark tvoří území, které nám dává informace o vývoji Země a zároveň nám ukazuje dopad místního přírodního bohatství na společenský vývoj z hlediska ekonomického a kulturního. ČR má svoji síť národních geoparků. První vznik v roce 2005 jako Geopark Český ráj, následoval ho Geopark Egeria (na území Karlovarského kraje), dále Geopark Blanických rytířů, Geopark Podbeskydí, Geopark Železné hory, Geopark GeoLoci. (Závodná, 2015, s. 40-42)

#### 4.2.4 Venkovský cestovní ruch

Specifika venkovského cestovního ruchu jsou v cestování na venkovské prostředí s vícedenním pobytem a provozování aktivit rekreačního typu. Je úzce spjat s budování venkova, cyklotras, cyklostezek, místních ubytovacích a stravovacích zařízení apod. (Venkovský cestovní ruch – jeho specifika a podmínky pro rozvoj, 2007)

#### 4.2.5 Agroturismus

Agroturismus = dovolená na statku nebo farmě. Hlavní náplní jsou rekreační pobyty spojené s přírodou a poznání života na statku či farmě. (Utok.cz)

Dále přispívá k zájmu obce vybavovat své území, protože neprofitují jen vlastníci statku/farmy, ale i obce samotné. (Závodná, 2015, s. 45)

#### 4.2.6 Ekoagroturismus

Jedním z druhů agroturistiky je ekoagroturistika, která se koná na ekologických farmách, kde zvířata žijí v odpovídajících podmínkách a jsou krmeny potravou bez chemikálií, popřípadě hormonů. To samé platí o rostlinách, hnojiva a prostředí odpovídá standardům. (Gúčík, 2010, s. 75) Návštěvníci se mohou zapojit do dění na farmě a přispět rukou k dílu. (Závodná, 2015, s. 46)

#### **4.2.7 Domorodý cestovní ruch**

Závodná (2015, s. 50) ho charakterizuje cestováním za domorodci v jejich přirozeném teritoriu.

#### **4.2.8 Greenways**

V překladu zelené stezky jsou trasy, které jsou využívány k rekreaci, sportovní činnosti a používají se na nich nemotorové dopravní prostředky. (Greenways.cz, © 1998 - 2016)  
V ČR tyto aktivity zastřešuje Nadace Partnerství. Nadace certifikuje služby poskytované cyklistům (úschovna kol, jejich servis, stojany na kola, apod.). (Závodná, 2015, s. 56)



## **II. PRAKTICKÁ ČÁST**

## 5 CHARAKTERISTIKA OKRESU UHERSKÉ HRADIŠTĚ

Okres Uherské Hradiště náleží do Zlínského kraje a sousedí se třemi dalšími okresy Zlínského kraje, na severozápadě to je okres Kroměříž, na severovýchodě nejprve okres Zlín a dále okres Vsetín. Celkový počet obyvatel dosáhl k 31. 12. 2014 142 989 a s rozlohou 991km<sup>2</sup> se řadí na 3. místo podle velikosti ve Zlínském kraji.

Jak název napovídá, sídlem je město Uherské Hradiště. Mezi jeho další obce patří: Babice, Bánov, Bílovice, Bojkovice, Boršice, Boršice u Blatnice, Břestek, Březolupy, Březová, Buchlovice, Bystřice pod Lopeníkem, Částkov, Dolní Němčí, Drslavice, Hluk, Horní Němčí, Hostějov, Hoštětín, Hradčovice, Huštěnovice, Jalubí, Jankovice, Kněžpole, Komňa, Korytná, Kostelany nad Moravou, Košíky, Kudlovice, Kunovice, Lopeník, Medlovice, Mistřice, Modrá, Nedachlebice, Nedakonice, Nezdenice, Nivnice, Ořechov, Ostrožská Lhota, Ostrožská Nová Ves, Osvětimany, Pašovice, Pitín, Podolí, Polešovice, Popovice, Prakšice, Rudice, Salaš, Slavkov, Staré Hutě, Staré Měště, Starý Hrozenkov, Strání, Stříbrnice, Stupava, Suchá Loz, Sušice, Svárov, Šumice, Topolná, Traplice, Tučapy, Uherský Brod, Uherský Ostroh, Újezdec, Vápenice, Vážany, Velehrad, Veletiny, Vlčnov, Vyškovec, Záhorovice, Zlámanec, Zlechov, Žitková. (Mesta.obce.cz, © 1996 - 2016)

Obce Uherské Hradiště a Uherský Brod patří do kategorie obcí s rozšířenou působností a Staré Město, Uherský Ostroh a Bojkovice patří mezi obce s pověřeným obecním úřadem. (cs.wikipedia.cz, ©2015)

## ADMINISTRATIVNÍ ROZDĚLENÍ OKRESU UHERSKÉ HRADIŠTĚ- STAV K 1.1.2008



Obrázek 1 – Mapa obcí okresu Uherské Hradiště (zdroj: Český statistický úřad, 2008)

## 5.1 Analýza nabídky cestovního ruchu

### 5.1.1 Přírodní podmínky

Jihovýchodní hranice okresu tvoří hranice mezi Českou republikou a Slovenskou republikou. Severovýchodní část Uherskohradištska náleží do území Vizovických vrchů, jihovýchod se nachází v nízkém předhoří Bílých Karpat s vrcholem Velkou Javořinou, která se tyčí do výšky 970 m n. m. Západ území patří do Chřibského pohoří, na kterém se nachází známé pohoří Brdo s výškou 587 m n. m. Střed území pokrývá nížina Dolnomoravského úvalu. Velká část území okresu tvoří povodí řeky Moravy, jejichž nejvýznamnějším přítokem je Olšava. (Czso.cz, © 2016)

Uherskohradištsko je z hlediska těžby nerostných surovin nevýznamné. V okolí obce Ostrožská Nová Ves se těžil šterkopísek, po kterém vznikla zásobárna vody pro velkou část okresu. Mezi další těžené suroviny patří kámen a cihlářské hlíny. (Czso.cz, © 2016)

Naopak velmi příznivé podmínky v okolí řeky Moravy mají zemědělské plodiny. Ať už jde o obilí, kukuřici, cukrovku, zeleninu, dále se daří ovocným sadům a především vinné révě.

Když přejdeme do vyššího kopcovitého terénu, můžeme zde najít chovatele dobytka. (Czso.cz, © 2016)

Tabulka 2 – Počet chráněných krajinných oblastí na území okresu Uherské Hradiště (Český statistický úřad)

| Období     | Národní parky | Chráněné krajinné oblasti | Národní přírodní památka | Národní přírodní rezervace | Přírodní památka | Přírodní rezervace |
|------------|---------------|---------------------------|--------------------------|----------------------------|------------------|--------------------|
| 31.12.2014 | -             | 1                         | -                        | 2                          | 41               | 19                 |

Jak můžeme vidět v Tabulce 2, okres se může pyšnit jen jednou chráněnou krajinnou oblastí. Tou je v tom případě oblast Bílé Karpaty, které se kromě okresu Uherské Hradiště rozprostírá okresy Hodonín, Vsetín a také Zlín. Dále zde můžeme najít dvě národní přírodní rezervace, a to Porážky a Javorinu, v které se vyskytuje bukový prales a javory. (Wikipedia.cz, © 2015)

### 5.1.2 Historické podmínky

Na území okresu Uherského Hradiště se nachází nespočetně mnoho historických památek, proto jsem vybral jen ty, o kterých si myslím, že patří mezi nejvýznamnější:

- **Památník velké Moravy**

Staré Město u Uherského Hradiště je domovem této stavby vybudované v roce 1969. Památník byl postaven nad základy hřbitovního kostela z období 9. století, který objevil v roce 1949 archeolog Vilém Hrubý. Hřbitovní kostel patřil to velkomoravského období a bylo zde napočítáno přes 2000 hrobů všech možných typů lidí – bohatí, chudí, zemědělci apod. Velké množství hrobů dělá z místa největší pohřebiště tehdejší Velké Moravy. Rekonstrukce historického území se vyšplhala k 30 milionům korun, které poskytl Zlínský kraj ve spolupráci s grantem z Islandu, Lichtenštejnska a Norska. (Slovackemuzeum.cz)

- **Hrad Buchlov**

Historickou dominantou celého okresu je bezesporu hrad Buchlov, který se nachází v obci Buchlovice. Jeho vznik se datuje do 1. poloviny 13. století. Jednalo se o strategicky postavený hrad, protože se nachází na kopci a jde vidět z velké dálky. Byla mu v minulosti přidělena soudní pravomoc a lovecké právo. V dnešní době je považován za národní kulturní památku a jeho správní jsou Národní památkový úřad a Územní památková správa v Kroměříži. V dnešní době se hrad stále používá k prohlídkám a kulturním akcím. (Hradbuchlov.cz, © 2016)



Obrázek 2 - Hrad Buchlov (Zdroj: Hradbuchlov.cz, © 2016)

- **Archeoskanzen na Modré**

Další památkou období Velké Moravy je archeoskanzen na Modré u Velehradu. Jedná se o opevněné a hrazené sídliště, které byly postaveny podle skutečných archeologických nálezů ze Starého Města, Uherského Hradiště a obce Modrá. V červnu roku 2004 byl otevřen veřejnosti. (Atlasceska.cz, © 2007-2016)

- **Zámek Buchlovice**

Je považován za jeden z nejvýznamnějších barokních sídel v České republice. Jeho stavba byla zahájena před rokem 1700 hrabětem Janem Dětřichem Patřvaldským jako dar své manželce. Součástí je barokní zahrada a anglický park. V roce 2010 se zde natáčel



Obrázek 3 – Zámek Buchlovice (Zdroj: Zamek-buchlovice.cz, © 2016)

film Čertova nevěsta. (Zamek-buchlovice.cz, © 2016)

- **Bazilika Nanebevzetí Panny Marie a sv. Cyrila a Metoděje**

V roce 2008 byla prohlášena národní kulturní památkou a je jednou z nejvýznamnější historickou a turistickou památkou na území ČR. Pravidelně se zde konají bohoslužby a v roce 1990 sem zavítal Jan Pavel II. (Farnostvelehrad.cz, © 2016)

- **Kostel sv. Františka Xaverského**

V centru Uherského Hradiště na Masarykové náměstí se tyčí farní kostel už od roku 1685 postaven Janem Jeronýmem Canevalem a v dnešní době je využíván hlavně k bohoslužbám, ale také jako turistická atrakce. (Město-uh.cz, © 2014)

### 5.1.3 Ekonomické podmínky

Plusem je, že patří k okresům s menší nezaměstnaností, v přepočtu je podíl nezaměstnaných osob 5,2% k 31. 12. 2015, což je oproti roku 2014, kdy byla nezaměstnanost 6,43%, dobrá zpráva. Nejvíce nezaměstnaných je v rozmezí 55-59 let a další skupinou jsou vystudovaní mladí lidé v letech 20-24 let. (Czso.cz, © 2016)

Nenalezneme zde žádný státní podnik, za to počet ostatních ekonomických subjektů nadále roste. K 31. 12. 2014 to bylo 32 083, ale k poslednímu dni roku 2015 32 460 subjektů. Z toho můžeme vyvodit, že okres je přívětivým místem pro začátek a rozvoj podnikání. (Czso.cz, © 2016)

### 5.1.4 Kulturní podmínky

Nejvýznamnější kulturní akce:

- *Letní filmová škola Uherské Hradiště* – její historie se datuje do roku 1964, kdy proběhl první ročník a v roce 2016 se tedy bude jednat už o 42. ročník tohoto největšího nesoutěžního filmového festivalu v ČR. LFŠ vždy přiláká velké množství návštěvníků, hlavně z řad středoškolských a vysokoškolských studentů, ale také významných domácích nebo zahraničních hostů. Počet akreditovaných návštěvníků se pohybuje okolo 6 000. (Lfs.cz, © 2015)
- *Slovácké léto* – původním záměrem této akce bylo uspořádat amatérskou soutěž v plážovém volejbale v Uherském Hradišti. V dnešní době se k volejbalu přidali další sporty, např. plážový fotbal, petangue aj., ale také se rozrostl o hudební koncerty, které přilákají stovky až tisíce návštěvníků. (Slovackéleto.cz, © 2014)

- *Slavnosti vína a otevřených památek* – největší každoroční událost na území je spojena s historií a tradicí lidové kultury. Několik tisíc návštěvníků si můžou vychutnat lokální vína nebo burčák a podívat se na přehlídku krojů, cimbálových kapel. Akci pořádá Klub kultury Uherské Hradiště spolu s mikroregiony Staroměstsko, Ostrožsko, Východní Slovácko, Dolní Poolšaví, Za Moravú, Bílé Karpaty a Buchlov. Do programu se zapojují partnerská města ze Slovenska, Velké Británie, Německa, Polska, Itálie a Maďarska. (Slavnostivinauh.cz, © 2005 – 2016)
- *Jízda králů ve Vlčnově* – v roce 2011 byla zapsána do reprezentativního seznamu nehmotného kulturního dědictví lidstva UNESCO po dvousetleté tradici. (Kskvlnov.cz, © 2016)
- *Hody* – jedná se tradiční křesťanský svátek každé moravské obce, která přitáhne mnoho návštěvníků.
- *Jarmarky* – vánoční, velikonoční aj.
- *Dny lidí dobré vůle na Velehradě* – pravidelná událost konající se 4. a 5. července na Velehradě u příležitosti Dnu slovanských věrozvěstů Cyrila a Metoděje láká tisíce návštěvníků z blízkého i dalekého okolí. Zavítají sem i významné osobnosti z řad duchovních (kardinál Duka, arcibiskup Graubner apod.), anebo politických. Je zde nabízen široký program s bohoslužbami, ale i koncerty. V posledních letech hlavní část programu (koncert) vysílá živě Česká televize.

- **Divadlo**

Celorepublikově uznávané Slovácké divadlo v Uherském Hradišti má tradici už od roku 1945 a pravidelně pořádá představení. Například hra Rychlé Šípy se v roce 2014 dočkala 400. reprízy. Kromě hlavního divadla, provozuje také od 90. let minulého století Malou scénu. (Slovackedivadlo.cz, © 2015)

- **Vinařství**

Vinařství je s touto oblastí spjaté jako Karlův most s Prahou. Víno se pěstuje takřka všude a velice se mu zde daří. Mezi nejznámější výrobce určitě platí Víno Zlomek & Vávra sídlící v Boršicích u Blatnice. V Uherském Hradišti se také nachází Galerie slováckých vín, kde návštěvníci mohou ochutnávat z nabídky až 150 vín.

### 5.1.5 Sportovní podmínky

- **Fotbal**

Mezi nejvýznamnější a nejvyhledávanější sportovní aktivity patří bezesporu fotbal. Město Uherské Hradiště je domovem týmu 1. FC Slovácko, které hraje nejvyšší českou fotbalovou soutěž SYNOT ligu. Fotbalová utkání jsou hrána na moderním stadionu s názvem Městský fotbalový stadion Miroslava Valenty. (Fcslovacko.cz, © 2011)

Uherské Hradiště ale není jediným místem, kde se fotbal hraje. V téměř každé obci okresu je fotbalový stadion s místním fotbalovým klubem, který hraje jednu z mnoha soutěží (např. Okresní přebor muži, Okresní soutěž muži sk. A, Základní třída sk. A, apod.). (Souteze.fotbal.cz, © eSport.cz, s.r.o.)



Obrázek 4 – Městský fotbalový stadion Miroslava Valenty v Uherském Hradišti (Zdroj: Fcslovacko.cz, © 2011)

- **Hokej**

Na území okresu je možnost také hokejového využití, zejména ve městech Uherské Hradiště, Uherský Brod a Uherský Ostroh, kde se nacházejí hokejové stadiony. Návštěvníci tak mohou vidět Krajskou ligu Jižní Moravy a Zlína, kde reprezentují okres týmy HC Uherské Hradiště, HOKEJ Uh. Ostroh, HC Uherský Brod. (Hokejostroh.cz, © 2005 – 2014) Zimní stadiony také nabízejí kromě hokejových zápasů, bruslení pro veřejnost.

- **Atletika**

V těsné blízkosti fotbalového stadionu v Uherském Hradišti se nachází atletický stadion, který zastřešuje klub AC Slovácká Slavia Uherské Hradiště. Jedná se o jediný stadion v okresu, ale atletika zde má velkou historii a zrodili se zde velice úspěšní atleti. S atletikou zde začala například světoznámá Dana Zátopková (1x zlato na Olympijských hrách, 2x zlato na Mistrovství světa), anebo jeden z nynějších nejlepších českých sprinterů Zdeněk Stromšík.



Každoročně se v Uherském Hradišti koná mezinárodní silniční běh Slovácký běh, jako odkaz Emilu Zátopkovi, který má dlouholetou tradici a letos se poběží už 59. ročník.

- **Plavání a koupání**

Opět nejlepšími podmínkami pro plavání a koupání disponuje Uherské Hradiště, ve kterém byl v roce 2010 otevřen moderní aquapark a doplnil tak druhý Aquapark Delfín v Uherském Brodě. Oba aquaparky disponují atrakcemi jak pro děti, tak i pro dospělé.

Ten, kdo má radši přírodní koupaliště si také přijde na své. Zmínit můžeme např. přírodní koupaliště v Ostrožské Nové Vsi, které je v letním období velice navštěvované, se v této obci nachází přírodní koupaliště Albatros, a v neposlední řadě přírodní koupaliště Bojkovice aj.

### 5.1.6 Dopravní podmínky

- **Silniční doprava**

Tabulka 3 – Přehled silnice ve Zlínském kraji (Ředitelství silnic Zlínského kraje, © 2014, vlastní zpracování)

| Okres            | I. Třídy (km) | II. Třídy (km) | III. Třídy (km) | Celkem (km) |
|------------------|---------------|----------------|-----------------|-------------|
| Uherské Hradiště | 125,737       | 122,924        | 279,866         | 528,527     |
| Zlín             | 88,644        | 134,895        | 334,758         | 558,297     |
| Kroměříž         | 60,557        | 170,669        | 331,209         | 562,435     |
| Vsetín           | 118,150       | 83,726         | 303,993         | 505,869     |

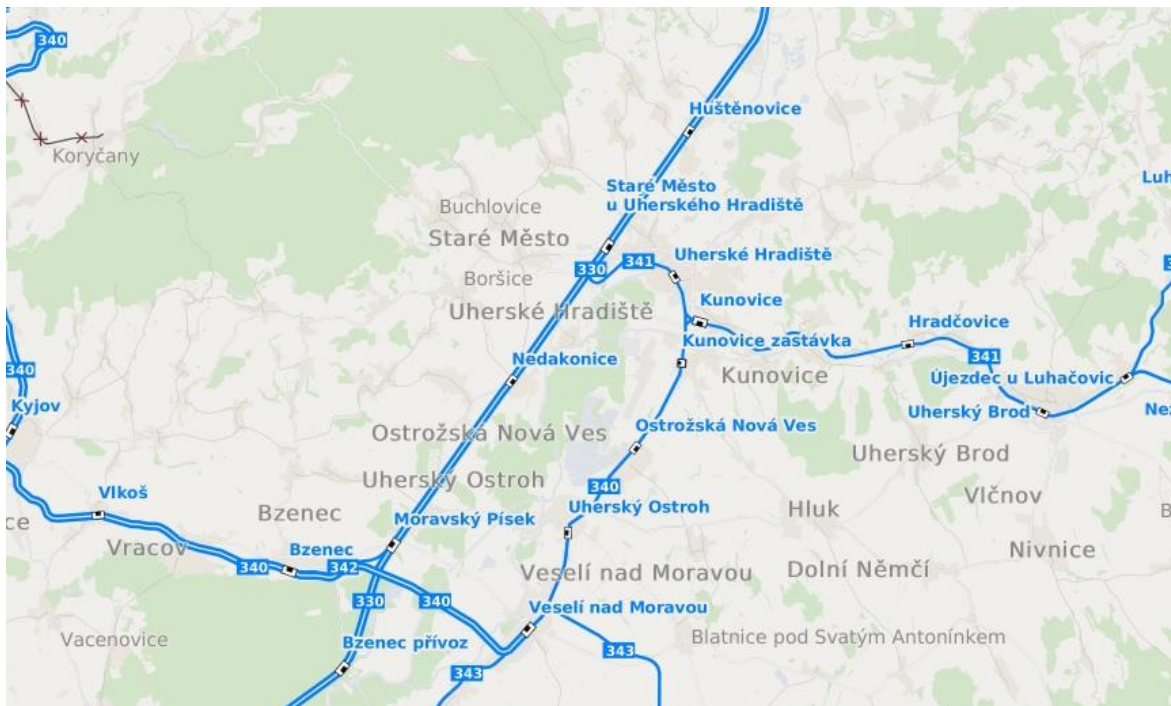
Okres UH má v porovnání s ostatními okresy podobnou bilanci. Na jeho území se nachází nejvíce silnic I. třídy ve Zlínském kraji. V celkovém součtu délky silnic se řadí na 3. místo, ale toto číslo není směrodatné, tak jako jejich kvalita, která na nějakých místech pokulhává. Nejdelší silnice I/50 I. třídy měří přibližně 63 km a vede obcemi Buchlovice – Uherské Hradiště – Uherský Brod – Bánov – Starý Hrozenkov. (Rszk.cz, © 2014) Tento tah je velice důležitý, a velice frekventovaný, protože vede až do Starého Hrozenkova, který je hraničním přechodem se Slovenskem. Silnice taky spojuje okres s Brnem a umožňuje snadné a rychle spojení s touto metropolí Moravy a je součástí mezinárodní silnice E50 Paříž – Norimberk – Praha – Košice – Kyjev. (Dalnice-silnice.cz, © 2002-2015)

Dalším plusem je přítomnost obchvatu v Uherském Hradišti, který alespoň částečně zamezuje tvoření kolon v Uherském Hradišti a obcích okolo, jako je Staré Město a Kunovice.

Tyto skutečnosti jsou dobrým předpokladem pro zvyšování množství cestovního ruchu, protože silniční dostupnost je na dobré úrovni.

- **Železniční doprava**

Železniční síť zde není příliš hustá, ale zato značně používaná. Nejfrekventovanější tratí je Uherské Hradiště (respektive Staré Město) – Brno. Tato linka jede ve 2 směrech, a to buď přes Kunovice, Veselí nad Moravou apod., anebo přes Hodonín, Břeclav a následně Brno.



Obrázek 5 – Železniční síť okresu Uherské Hradiště (Čd.cz, © 2010)

Studenti, pracující, anebo návštěvníci mohou využít pravidelné spoje Staré Město u Uherského Hradiště – Uherské Hradiště – Kunovice a zpět. Často tato trať bývá prodloužena přes Popovice, Uherský Brod až do Bylnice, která se nachází ve Zlínském okrese.

Staré Město je také stanicí, kde zastavují mezistátní vlaky směřující např. přes Ostravu do Varšavy, anebo to maďarské Budapešti.

Na území jezdí převážně společnost České Drahy, a.s. V ranních hodinách pravidelně vyjíždí z nádraží v Uherském Hradišti vlak do Prahy a zpět společnost LEO Express a.s. a z nádraží Staré Město u Uherského Hradiště RegioJet a.s. ve směru Praha hl.n, a zpět.

- **Autobusová doprava**

Hlavním zastupitelem autobusové dopravy je společnost ČSAD Uherské Hradiště a.s., která zprostředkovává dopravu po celém okrese, ale i mimo něj. Vypravuje autobusy např. do

Zlína, Brna nebo Prahy. V rámci městské hromadné dopravy spojuje města Uherské Hradiště (včetně městských částí), Kunovice a Staré Město. Nevýhodou je malý počet spojů vypravovaných z Uherského Hradiště do okolních obcí okresu ve večerních hodinách. Tento problém je stejný i o víkendu a ve státní svátky.

Mimo tuto společnost, zde jezdí a vypravuje autobusy ČSAD Vsetín a.s., ČSAD Hodonín, ale i Student Agency, která staví pravidelně v Uherském Hradišti ve směru Brno, Praha apod.

- **Cykloturistika**

Okres Uherské Hradiště je ideálním místem pro cyklisty. Najdeme zde velké množství tras, ať už po zpevněných cestách nebo po přírodních stezkách. Trasy jsou určeny pro všechny. Vyberou si jak méně zdatní cyklisté nebo rodiče s dětmi, tak zkušenější jedinci.

Velice oblíbenou je trasa **Kolem Baťova kanálu**. Dlouhá je 30 km a vede obcemi: *Staré Město – Babice – Spytihněv – Napajedla – Topolná – Kněžpole – Jarošov – Staré Město*. Cyklisté tedy zabloudí i do Zlínského okresu. Zpestřit si můžou svoji cestu plavbou na lodi po Baťově kanálu až do Napajedel. Cesta je určena pro méně zdatné cyklisty a rodiny s dětmi.

Její delší verzi pro zkušenější cyklisty je pak trasa *Uherské Hradiště – Kunovice – Ostrožská Nová Ves – Uherský Ostroh – Veselí nad Moravou – Vnorovy – Strážnice – Bzenec – Moravský písek – Nedakonice – Kostelany nad Moravou – Staré Město – Babice – Spytihněv – Napajedla – Topolná – Kněžpole* s celkovou délkou 96 km.

Další atraktivní stezkou je **Vinařská stezka Uherskohradišťská**. Měří 54 km. Cesta vede kolem vinných sklepů, muzea krojů a všemožných tradic. Trasa: *Uherské Hradiště – Popovice – Podolí – Veletiny – Vlčnov – Dolní Němčí – Hluk – Ostrožská Lhota – Ostrožská Nová Ves – Kunovice – Uherské Hradiště*. V Ostrožské Nové Vsi je v létě možnost využití ostrožských štěrkopískových jezer na ochlazení.

Bezesporu nejdelší trasou je **Velký okruh Bílými Karpaty** měřící 111 km. Line se moravsko-slovenským pomezím, které je zapsáno do UNESCO jako biosférická rezervace. Cesta je středně náročná a díky délce se dá spojit s noclehem. Trasa: *Uherské Hradiště – Kněžpole – Topolná – Březolupy – Zlámanec – Přírodní park Želechovické paseky – Hrad Starý Světlov – Řetěchov – Luhačovice – Rudimov – Bojkovice – Nezdenice – Šumice – Uherský*

*Brod – Hradčovice – Místřice – Uherské Hradiště*. Výletníci si můžou zpříjemnit cestu návštěvou muzea J. A. Komenského v Uherském Brodě. (Slovacko.cz, © 2008)

- **Letecká doprava**

Jediné letiště na území se nachází v Kunovicích. Bohužel není využíváno pro lety přepravující osoby, ale spíše k seskokům padákem nebo vyhlídkovým letům.

### 5.1.7 Ubytovací podmínky

Okres Uherské Hradiště není výjimkou v tom, že nejlepší podmínky pro ubytování se nacházejí v turisticky zajímavých místech. Nejlepší možnosti se návštěvníkovi nabídnou v obcích Uherské Hradiště, Buchlovice, anebo Uherský Brod. (Hromadná ubytovací zařízení České republiky, © 2008 – 2016)

Tabulka 4 – Typ a počet hromadných ubytovacích zařízení v okrese Uherské Hradiště (Hromadná ubytovací zařízení České republiky, © 2008 – 2016, vlastní zpracování)

| Typ ubytování                         | Počet jednotek v okrese |
|---------------------------------------|-------------------------|
| Hotel *****                           | 5                       |
| Hotel ***                             | 16                      |
| Hotel **                              | 1                       |
| Hotel *                               | 3                       |
| Penzion                               | 36                      |
| Kemp                                  | 8                       |
| Chatová osada                         | 1                       |
| Turistická ubytovna                   | 7                       |
| Ostatní zařízení jinde nspecifikované | 21                      |

Jak můžeme vidět, v okrese převládají penziony, které tvoří přibližně jednu třetinu všech hromadných ubytovacích zařízení. Naopak nejméně zastoupeným typem je *chatová osada* nacházející se v obci Jankovice pod názvem Ranch Rovná (Rovna.cz) a dále *hotel \*\** sídlící v Záhorovicích.

Tabulka 3 – Sezónní provoz hromadných ubytovacích zařízení v okrese Uherské Hradiště (Hromadná ubytovací zařízení České republiky, © 2008 – 2016, vlastní zpracování)

| Sezónní provoz   | Počet ubytovacích jednotek |
|------------------|----------------------------|
| celoroční provoz | 78                         |
| letní provoz     | 20                         |

Téměř 80% ubytovacích jednotek z Tabulky 4 se na své zákazníky zaměřuje po celý rok. Mezi zbylých 20% se řadí především kempy a turistické ubytovny, které mají povahu sezónního zařízení a poskytují své služby jen v období letních měsíců.

### 5.1.8 Stravovací podmínky

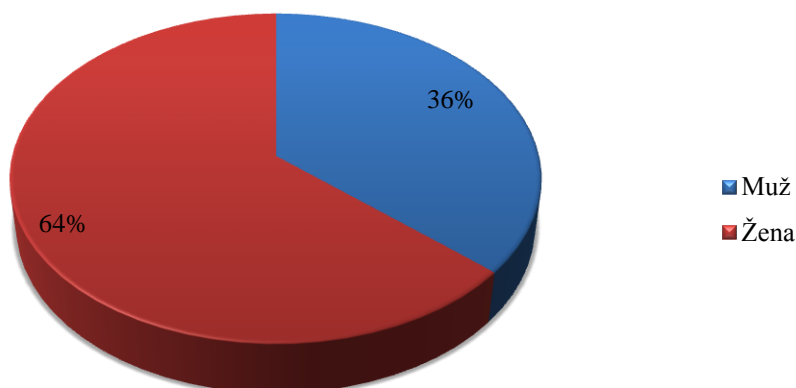
Nedílnou součástí dnešního moderního cestovního ruchu je stravování. Na území okresu můžeme nalézt celou řadu stravovacích zařízení, ať už se jedná o restaurace, kavárny, cukrárny, nalezneme zde rychlá občerstvení, ale i vinné sklípky s tradičními pokrmy charakteristické pro toto území.

Zahrnul bych sem i nově postavenou Slováckou tržnici v Uherském Hradišti, která se nachází v místech bývalých kasáren v prostorách bývalé konírny. Lidem nabízí lokální potraviny, ale i možnost se občerstvit těmito potravinami přímo na tržnici.

## 5.2 Dotazníkové šetření

Dotazník byl sestaven z 11 otázek a skládal polouzavřených otázek. U 8 otázek mohli respondenti vybrat pouze jednu odpověď, u zbylých 3 otázek bylo na výběr z více možností, popřípadě kolonka jiné, kde mohli napsat svůj námět. Celkový počet respondentů, kteří odpověděli na otázky, byl 99.

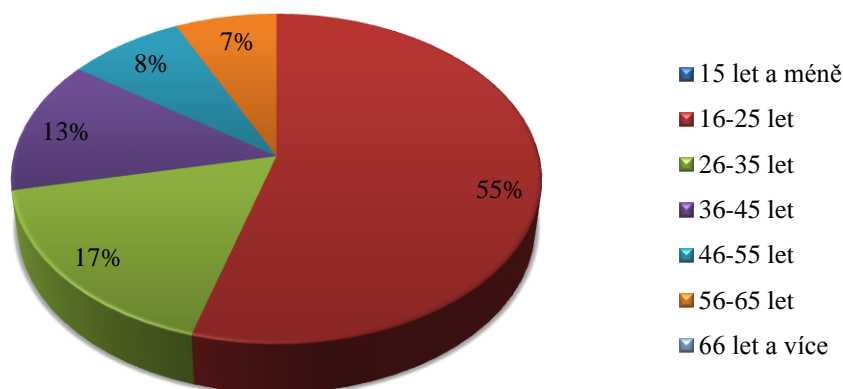
## 1. Jaké je Vaše pohlaví?



Obrázek 6 – Pohlaví respondentů (vlastní zpracování)

První otázka směřovala na věk respondenta. Výsledek nebyl překvapivý, protože ženy bývají ochotnější vyplnit dotazník a obecně se podělit o své názory nebo myšlenky. V tomto případě byly zastoupeny v 64%, za to muži jen v 36%.

## 2. Jaký je Váš věk?

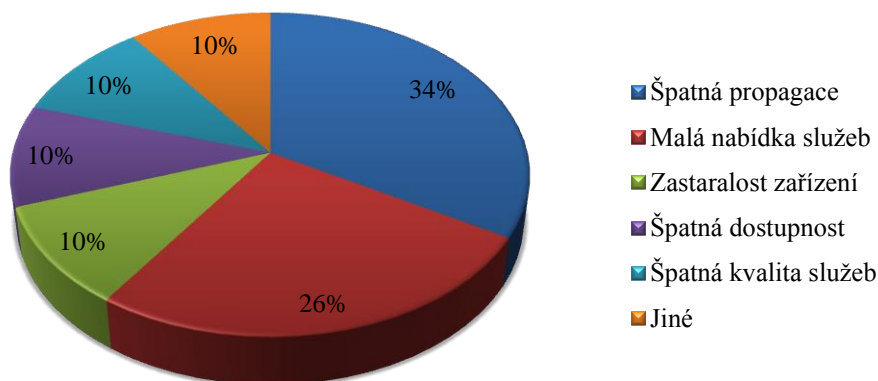


Obrázek 7 – Věk respondentů (vlastní zpracování)

Další otázka směřovala na věk respondenta. Nadpoloviční většinu (55%) měli dotázaní ve věkovém rozmezí 16-25 let. Důvod byl asi jednoduchý, dotazník byl převážně vyplňován na internetu, kde právě mladí lidé tráví více času, než lidé ve věku 66 let a více, kteří v odpovědích nemají žádné zastoupení. S nulovým zastoupením je zde také skupina 15 let

a méně. Mezi druhou nejpočetnější skupinu patří 26-35 let (17%), dále 36-45 let (13%), 45-55 let (8%) a nakonec 56-65 let (7%).

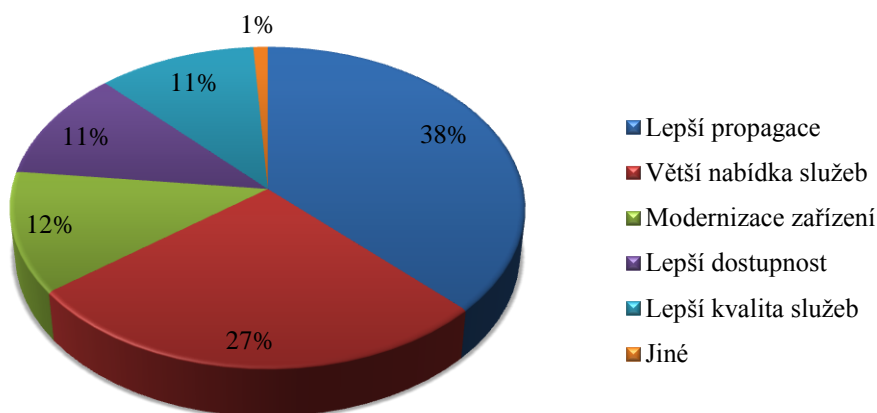
### 3. Co má podle Vás negativní dopad na úroveň cestovního ruchu v okrese Uherské Hradiště?



Obrázek 8 – Negativní dopad na cestovní ruch (vlastní zpracování)

Třetina, přesněji 34% dotázaných má za to, že úskalím působícím negativně na cestovní ruch, je špatná propagace. To může být logické, protože většina, co odpověděla na dotazník, byla ve věku 16 až 25 let. Mladí lidé si více všímají, jsou více např. na internetu (sociálních sítích), kde tyto informace zachytávají, respektive nezachytávají. 26% respondentům schází na území více služeb. 10% považuje za problém zastaralé zařízení, dalších 10% si myslí, že infrastruktura je tím, co kazí cestovní ruch. Nedostatečnou úroveň služeb zaškrtnulo 10% a posledních 10% si vybrali vlastní odpověď, kde 3 lidem nepřišlo nic, co by působilo negativně. Jeden dotázaný uvedl bezdomovce, což je problémem hlavně v sídle okresu Uherském Hradišti, kde se nacházejí převážně na autobusovém a vlakovém nádraží. Tato skutečnost může pro některé obyvatele/turisty působit špatně a takovýmto místům se raději vyhýbají. Město UH o této situaci ví, ale bohužel jsem nezaznamenal žádný podnět k řešení.

#### 4. Co by podle Vás vylepšilo úroveň cestovního ruchu v okrese Uherské Hradiště?

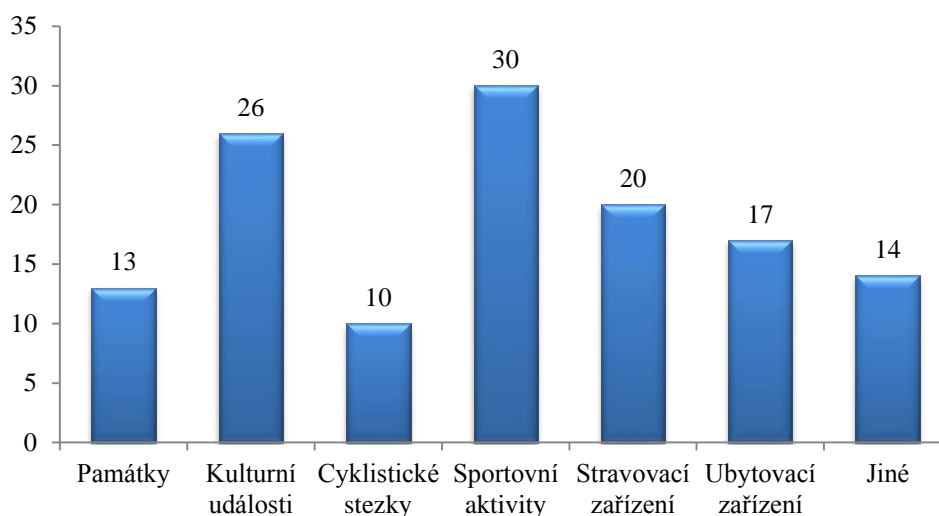


Obrázek 9 – Zlepšení úrovně cestovního ruchu (vlastní zpracování)

Tato otázka je podobná jako předchozí, akorát zjišťuje, co naopak pomůže vyzdvihnout cestovní ruch a dá se říct, že takřka kopíruje odpovědi předchozího dotazu. 38% si myslí, že zlepšit propagaci pomůže celkově cestovnímu ruchu v okrese. To může mít za následek, že se o dění na území dozvědí i obyvatelé jiných okresů a jejich další cesta bude právě sem. 27% respondentů zvolilo zvětšení nabídky služeb, 12% by vylepšilo zařízení, 11% by bylo za to, aby se zlepšila dostupnost. Modernizace infrastruktury, anebo větší počet autobusových nebo vlakových spojů by se projevila v rostoucím množství turistů. Dále 11% zvolilo zvýšení kvality služeb, jejich nabídka jim nevadí (jedna z možností), ale kvalita bývá většinou rozhodující. A nakonec 1 dotázaný/á uvedl/a, že neshledává nic, co by pomohlo vylepšit cestovní ruch.



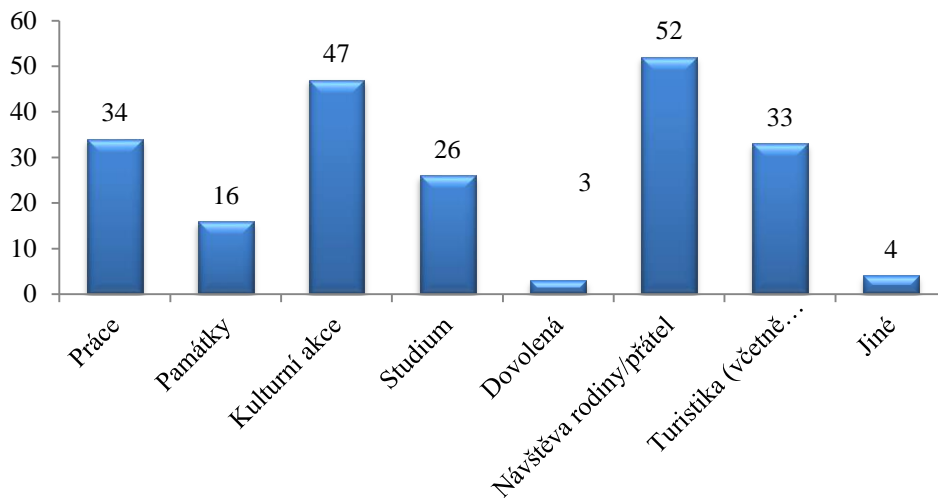
### 5. Co konkrétního Vám nejvíce chybí (nebo je zde v malé míře) na území okresu Uherské Hradiště (vyberte jednu nebo více možností)



Obrázek 10 – Absence služeb (vlastní zpracování)

Zde se dostáváme k otázce, kde měli možnost dotázaní vybrat jednu nebo více možností. Nejvíce deficitním je sportovní vyžití, které bylo zaškrtnuto 30krát. Tento výsledek může mít opět za následek věkové složení respondentů, kteří vyhledávají sportovní aktivity všeho druhu. 26krát byly označeny kulturní události, kterých je podle jistých respondentů nedostatek. Větší možnost se lépe nejíst a mít větší výběr ve stravování se objevila 20krát. Celkem jsem překvapen, že tato možnost nebyla označena vícekrát, protože stravovacích zařízení, a to myslím dobrých stravovacích zařízení není v okrese mnoho a v dnešní době, kdy je gastroturistika na velkém vzestupu, bych očekával jiný výsledek. Dalším chybějícím faktorem jsou ubytovací zařízení, kterých také není mnoho na území okresu. 14x byla označena kolonka jiné, kde dotázaní navrhovali např. výstavbu obchodního centra typu Vaňkovka nebo Olympie v Brně. Jediným obchodním centrem na území je STOP.SHOP ve Starém Městě, které ale neposkytuje příliš velkou nabídku. Bohužel nemyslím si, že v nejbližší době zde bude vybudované OC typu Vaňkovka apod., protože nejsou poblíž až tak velká města, která by zajistila návštěvnost a hlavně odbyt. Dalším návrhem byla cestovní kancelář, která by mohla uskutečňovat různé programy a výlety, popřípadě cesty s průvodcem. Nejméně chybějící se ukázaly památky, které očividně uspokojují poptávku.

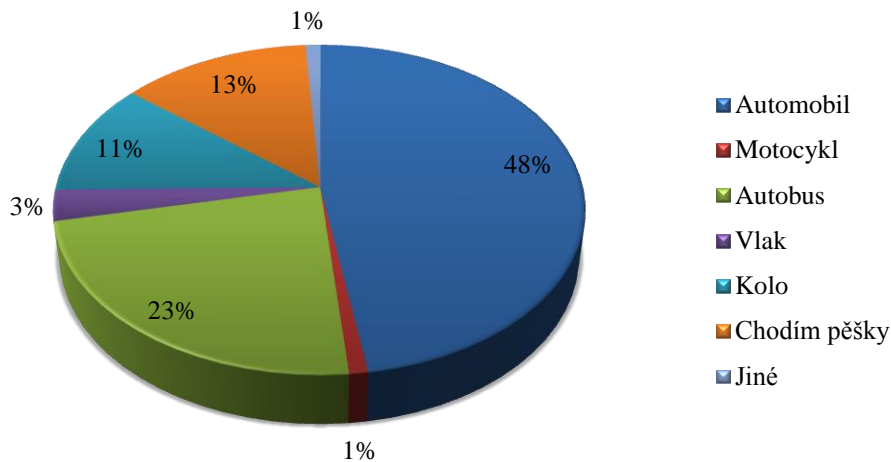
**6. Jaké jsou vaše nejčastější důvody cestování po okresu Uherské Hradiště? (vyberte jednu nebo více možností)**



Obrázek 11 – Nejčastější důvody cestování po okresu (vlastní zpracování)

Cestování a cestovní ruch jsou spolu úzce spjaté, proto další otázka směřovala na nejčastější důvody cestování po okresu. Opět měli respondenti možnost vybrat jednu nebo více možností.

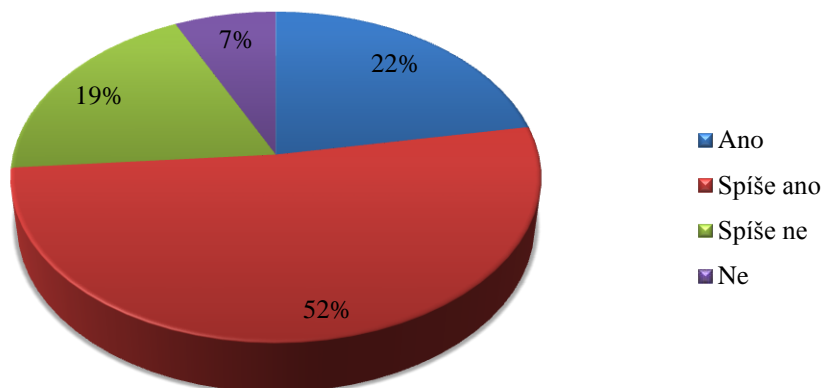
Nejvíce cestovali dotázaní za rodinou/přáteli. Druhým nejčastějším důvodem cesty byly kulturní akce. 34krát byla označena práce a po ní následovala turistika, respektive jednodenní výlety po okolí. Překvapilo mě, že jen 26krát bylo označeno studium, z důvodu věkového složení. Nepříliš pozitivně bych hodnotil 16krát označené památky, protože jich je na území mnoho zajímavých. Dalším negativem je, že málo lidí cestuje z důvodu dovolené. Tento fakt je pravděpodobně způsoben tím, že zde nejsou vybudovány žádné místně orientované pobyty a je zde málo ubytovacích zařízení, proto lidé raději odjedou za hranice okresu.

**7. Jaký způsob dopravy nejčastěji využíváte na území okresu Uherské Hradiště?**

Obrázek 12 – Nejčastější způsob dopravy (vlastní zpracování)

Skoro polovinu (48%) odpovědí tvořil automobil, jako způsob dopravy, který bývá často nejrychlejším a nejpohodlnějším způsobem. Jen 23% respondentů využívá k cestování po okresu autobus. Autobusová doprava je poměrně dobře rozšířena, ale četnost spojů není taková, jaká by měla být. 13% odpovědělo, že chodí pěšky, z důvodu, že až tak moc nechtují a vše, co potřebují, mají v okolí svého bydliště. 11% využívá nejčastěji kolo. Takoví lidé ho mohou využívat k cestování do práce, anebo do školy, popřípadě za zábavou. Jen 3% odpovědělo vlak. To mě celkem překvapilo, protože vlaková doprava je celkem dobře obsluhovaná, sice nevede všude po okresu, ale obyvatelé dávají raději přednost jiným dopravním prostředkům. Jeden respondent si nemohl vybrat a uvedl, že nejčastěji používá automobil a chodí pěšky.

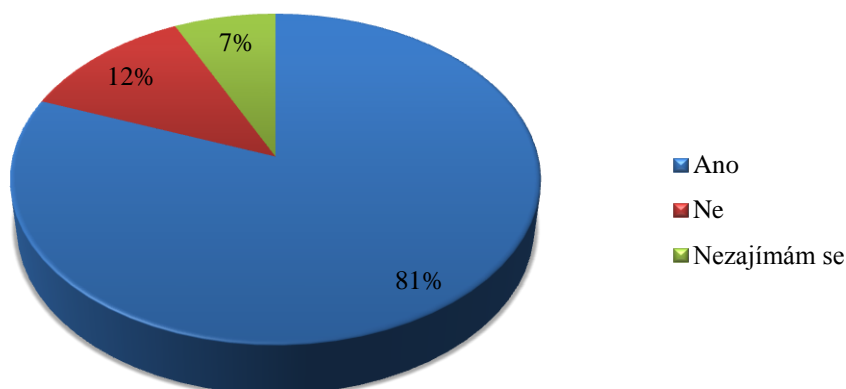
**8. Je podle Vás dobrá dopravní dostupnost na území okresu Uherské Hradiště (tzn. dostanu se tam, kam potřebuji snadno a rychle)?**



Obrázek 13 – Úroveň dopravní dostupnosti (vlastní zpracování)

Další otázka bylo trochu komplexnější a ptala se na to, jestli je obecně dobrá dopravní dostupnost. Pozitivním je 74% je spokojeno s dopravní infrastrukturou a jen zbylých 26% mají problém, anebo si myslí, že je problém se dostat tam, kam potřebují snadno a rychle.

**9. Máte přehled o památkách a kulturních akcích pořádaných na území okresu Uherské Hradiště?**

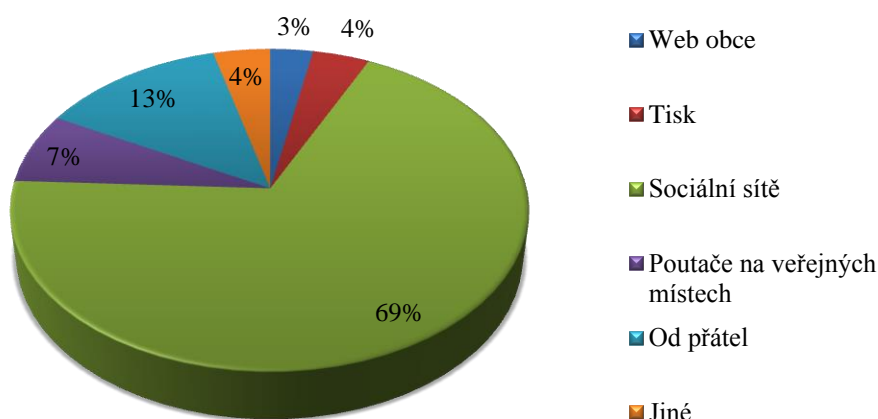


Obrázek 14 – Přehled o památkách a kulturních akcích (vlastní zpracování)

O informovanosti o dění na území nás přesvědčuje další otázka, která zjišťovala míru přehledu o památkách a kulturních akcích. 81% odpovědělo, že jsou informováni. Samozřej-

mě výsledek by mohl být jiný, kdyby převážná část respondentů byla v jiném věkovém složení. Jen 12% dotázaných uvedlo, že neví o dění v okrese a 7% se vůbec o takové události vůbec nezajímá.

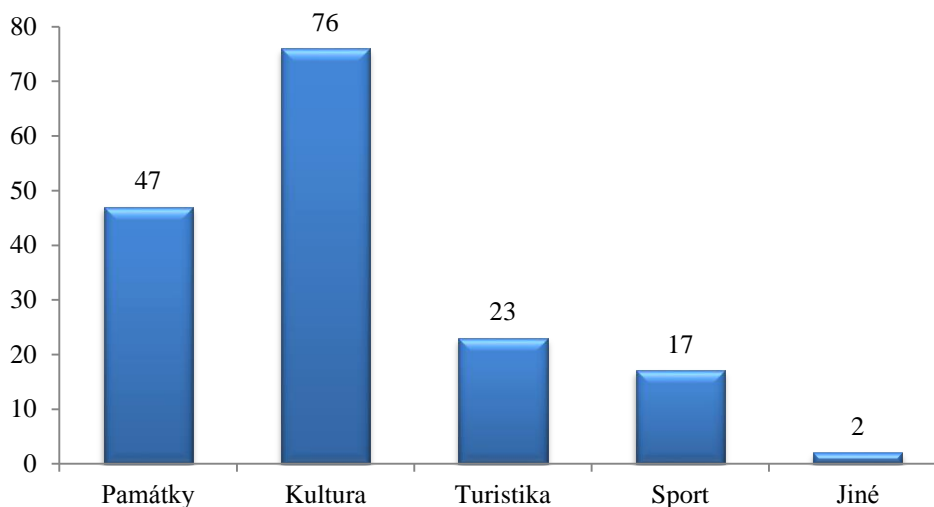
#### 10. Odkud nejčastěji získáváte informace o památkách a kulturních akcích pořádaných na území okresu Uherské Hradiště?



Obrázek 15 – Zdroje informací (vlastní zpracování)

To, že mladí lidé využívají jako zdroj informací sociální sítě a internet obecně, hovoří i tato otázka. Celých 69% používá k zjištění informací o událostech a památkách na sociálních sítích. Druhým nejčastějším (13%) zdrojem jsou přátelé. Naopak poutače (7%) a tisk (4%), jako jediné tištěné informace. Lidé si buď nevšímají mnohdy nezajímavých reklam, anebo už tolik nekupují a nečtou tisk.

**11. Co podle Vás nejvíce láká turisty přijíždějící na území okresu Uherské Hradiště?  
(vyberte jednu nebo více možností)**



Obrázek 16 – Největší lákadla pro přijíždějící turisty (vlastní zpracování)

Poslední otázka směřovala na atraktivnost okresu, a co může být důvodem k návštěvě. Nejvíce se objevila odpověď, že turisté přijíždějí za kulturou. Hlavně tradice, jako folklor, víno atd. jsou podle mě tím, co láká nejvíce. S tím souvisí i další nejpočetnější odpověď – památky. Příroda a přírodní bohatství území přitáhne také určitou část návštěvníků. Hlavně bych řekl, že oblasti hradu Buchlov a Bílých Karpat jsou hlavním důvodem. Sportovní aktivity se objevili 17krát. Za tímto číslem bych viděl převážně fotbal a 1. FC Slovácko.

## 6 SWOT ANALÝZA

Podkladem pro SWOT analýzu byla analýza podmínek okresu a dotazníkové šetření.

### 6.1 Silné stránky

- Kulturní bohatství
- Památky
- Turistické oblasti
- CHKO Bílé Karpaty
- Cyklostezky
- Dobrá dopravní dostupnost
- Folklor
- Tradice
- Blízké hranice se Slovenskem
- Přívětivé podmínky pro rozvoj podnikání
- Nízká nezaměstnanost
- Obchvat v Uherském Hradišti
- Železniční stanice Staré Město
- Celorepublikově známé kulturní akce (např. Letní filmová škola v Uherském Hradišti)
- Vinařství

### 6.2 Slabé stránky

- Nedostatečná propagace
- Malé spektrum nabízených služeb
- Občas nedostatečná infrastruktura
- Absence většího obchodního centra
- Nedostatek ubytovacích a stravovacích zařízení
- Chybějící mezinárodní letiště
- Nedostatečně využitá letiště v Kunovicích
- Méně hustá železniční síť
- Počet autobusových spojů
- Nedostatečný počet zimních středisek

### 6.3 Příležitosti

- Zlepšení propagace
- Rozšíření nabídky poskytovaných služeb
- Rozšíření četnosti autobusových spojů
- Zvýšit počet autobusových zastávek
- Vybudování rekreačních středisek
- Vybudování gastro sítě
- Turistika s tématem Víno/Vinařství

### 6.4 Hrozby

- Úpadek tradic okresu
- Odliv kapitálu
- Přemístění firem z území
- Zrušení pořádání známých akcí
- Znečištění přírody a vodních toků
- Nezískání dotací z EU



## 7 NÁVRHY NA ZLEPŠENÍ CESTOVNÍHO RUCHU OKRESU UHERSKÉ HRADIŠTĚ

Okres Uherské Hradiště má v rámci úrovně cestovního ruchu velký potenciál na zlepšení, hlavně díky přírodním podmínkám, kultuře a tradicím, které zde mají své jedinečné místo.

Největším nedostatkem, který byl zjištěn na základě dotazníkového šetření a následné SWOT analýzy, byla celkově propagace. Toto zjištění je překvapivé, v dnešní době moderních technologií.

Nejprve bych začal od toho nejjednoduššího, a to je propagace na sociálních sítích. Největší výhodou je, že jsou zadarmo a mají velký potenciál oslovit velké množství lidí. Příkladem může být sociální síť Facebook. V rámci propagace by se například města Uherské Hradiště, Staré Město, Kunovice a Uherský Brod domluvily a vytvořily by společné stránky na této sociální síti. Z každé obce by se pověřil člověk, který by se zabýval tímto druhem zviditelnění. Na stránce by se objevovaly upoutávky na kulturní události pořádané městy, ale také různé druhy informací, anebo zajímavosti o místech nacházející se na území měst. Lepší variantou by byla stránka s placenou reklamou na Facebooku. V rámci takové reklamy se dá přesně zacílit na turistu, respektive uživatele Facebooku, který má určité zájmy. Nás by zajímal například turista/uživatel nad 25 let, který má rád památky, kulturní akce, tradice (zajímá se o ně na Facebooku) a pochází z okresu Uherské Hradiště, ale také z jeho okolí. Řekněme, že rozpočet na měsíc bychom nastavili na 10 000 Kč, který by v případě potřeby zvýšil. Právě takovému turistovi/uživateli se příspěvek, podle systému na Facebooku, bude ukazovat.

Dalším návrhem by bylo vytvoření zážitkových zájezdů pro turisty, kteří se zajímají o zdejší kulturu a tradice. Typickým je pro okres víno. Náplní by byl vzdělávací a degustační program, který turisty provede známou Vinohradskou ulicí v Uherském Hradišti, kde se nacházejí historické vinné sklípky.

Další návrhy:

- Zvýšit počet sportovních aktivit (například pořádání sportovních turnajů, anebo výstavba víceúčelových sportovních hřišť).
- Využít potenciálu tradic a kultury pro rozvoj, která přivede do obcí více návštěvníků (pořádat více kulturních akcí).

- Zvýšit počet ubytovacích zařízení, která by byly designovány v místní tematice a v souladu s místními tradicemi.
- Vybudovat stravovací zařízení, které budou vařit lokální jídla z lokálních surovin. Tento návrh by se dal spojit s návrhem o vinařském zájezdu. Návštěvníci by mohli ochutnat zdejší tradice ve vaření a stravování.
- Zvýšit počet autobusových spojů pro snadnější cestování po okresu, hlavně ve večerních hodinách, kdy malý počet spojů odrazuje některé návštěvníky od například návštěvy kina nebo divadla.

## ZÁVĚR

Cestovní ruch jako takový má velký význam ať už jde o stát, region anebo samotnou obec a v ideálním případě prospívá k rozvoji daného území.

Okres Uherské Hradiště má dobré předpoklady, které mohou přispět k rozvoji cestovního ruchu v budoucnu. Jeho jedinečností jsou tradice, které zde mají velkou historii a převládají dodnes (např. hody). Další výhodou je příznivé podnebí, které přispívá k provozování všech druhů aktivit. S tím jsou spjaté i kvalitní přírodní podmínky umožňující nejrůznější druhy turistik. Území také obsahuje velké množství historických památek, které jen podtrhují kvalitní předpoklady k růstu cestovního ruchu.

Ale i přesto, zde najdeme různá negativa, která nepříznivě působí na rozvoj potenciálu okresu. Mezi hlavní nedostatky, zjištěné analýzou současné situace, především dotazníkovým šetřením a SWOT analýzou, patří nedostatečná propagace, která je naprosto zásadní ve využití potenciálu, ať už jde o cokoli. Proto bylo navrženo opatření, které by mohlo pomoci tento problém vylepšit. Jedná se o propagaci obcí na sociálních sítích. Návrh předpokládá domluvu více obcí na společné spolupráci, které by si vzájemně pomáhaly s rozvojem cestovního ruchu, s financováním reklamy a zlepšením současné situace přes tato internetová média. V dnešní době je naprosto zásadní se pohybovat a propagovat na internetu, protože velké množství lidí a potenciálních návštěvníků zde tráví velké množství času. A jak bylo zjištěno z dotazníkového šetření, lidé získávají informace hlavně ze sociálních sítí a internetu obecně. Zjištěno bylo také to, že respondentům chybí větší nabídka služeb, hlavně z oblastí sportu, kultury a stravování. Jedná se o zájmové činnosti, které v dnešní době podstatně rozhodují o tom, zda návštěvník dané místo navštíví, anebo dá přednost jinému místu, které tyto podmínky splňuje. Avšak okres Uherské Hradiště a obce v něm sídlící, mají dobré předpoklady k tomu, aby se staly navštěvovanějšími, než je tomu doposud. Obce okresu by měly vsázet na to, co dělá toto území výjimečným a snažit se o rozvoj kultury, sportu, tradic a přírodních podmínek.

## SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

### **Knižní publikace:**

GOELDNER, Charles R a J RITCHIE. Cestovní ruch: principy, příklady, trendy. 1. vyd. Brno: BizBooks, 2014. ISBN 978-80-265-0298-2.

GÚČIK, Marian. Cestovný ruch: úvod do štúdia. 1. vyd. Banská Bystrica: DALI-BB pre Slovak-Swiss Tourism, 2010. ISBN 978-80-89090-80-8

GÚČIK, Marian. Cestovný ruch: politika a ekonómia. 1. vyd. Banská Bystrica: Dali-BB, 2011. ISBN 978-80-89090-98-3

HALL, Colin Michael. Tourism and social marketing. 1st pub. London: Routledge, 2014. ISBN 978-0-415-57665-9

HESKOVÁ, Marie. Cestovní ruch: pro vyšší odborné školy a vysoké školy. 1. vyd. Praha: Fortuna, 2006. ISBN 80-7168-948-3.

JAKUBÍKOVÁ, Dagmar. Marketing v cestovním ruchu: jak uspět v domácí i světové konkurenci. 2., aktualiz. a rozš. vyd. Praha: Grada, 2012. ISBN 978-80-247-4209-0

PALATKOVÁ, Monika. Mezinárodní cestovní ruch: analýza pozice turismu ve světové ekonomice, význam turismu v mezinárodních ekonomických vztazích, evropská integrace a mezinárodní turismus. 1. vyd. Praha: Grada, 2011. ISBN 978-80-247-3750-8

PALATKOVÁ, Monika et al. Management cestovních kanceláří a agentur. 1. vyd. Praha: Grada, 2013. ISBN 978-80-247-3751-5

PLZÁKOVÁ, Lucie a Petr STUDNÍČKA. Řízení cestovního ruchu v České republice - minulost, současnost, budoucnost. Vyd. 1. Praha: Wolters Kluwer, 2014. ISBN 978-80-7478-593-1.

RYGLOVÁ, Kateřina. Cestovní ruch: soubor studijních materiálů. Vyd. 3., rozš. Ostrava: Key Publishing, 2009. ISBN 978-80-7418-028-6.

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

### **Internetové zdroje:**

Archeoskanzen Modrá u Velehradu. *Atlas Česka* [online]. [cit. 2016-04-08]. Dostupné z: <http://www.atlasceska.cz/zlinsky-kraj/archeoskanzen-modra-u-velehradu/>

Geoturismus. *Geopark Vysočina* [online]. [cit. 2016-04-08]. Dostupné z: <http://geoparkvysocina.cz/cs/geoturismus/>

Historie - Hrad Buchlov. *Hrad Buchlov* [online]. [cit. 2016-04-08]. Dostupné z: <https://www.hrad-buchlov.cz/cs/o-hradu/historie>

Hromadná ubytovací zařízení České republiky. *Český statistický úřad* [online]. [cit. 2016-04-08]. Dostupné z: <https://vdb.czso.cz/huz/okres.jsp?k=CZ0722>

Charakteristika a význam cestovního ruchu v Česku. *CzechTourism* [online]. [cit. 2016-04-08]. Dostupné z: <http://old.czechtourism.cz/didakticke-podklady/1-charakteristika-a-vyznam-cestovniho-ruchu-v-cesku/>

Informace o CzechTourism. *CzechTourism* [online]. [cit. 2016-04-08]. Dostupné z: <http://old.czechtourism.cz/informace-o-czechtourism/>

Jízda králů Vlčnov. *Klub sportu a kultury Vlčnov* [online]. [cit. 2016-04-08]. Dostupné z: <http://www.kskvlcnov.cz/jizda-kralu-vlcnov/>

Kdo jsme. *Slovácké léto* [online]. [cit. 2016-04-08]. Dostupné z: <http://www.slovackeleteo.cz/o-nas>

*Koncepce státní politiky cestovního ruchu v České republice na období 2014-2020: National tourism policy concept of the Czech Republic - 2014-2020* [online], 2013. Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj ČR [cit. 2016-04-08]. ISBN 978-80-87147-41-2. Dostupné z: <http://www.mmr.cz/getmedia/01144b63-0600-43c1-9bf5-cdd487c313fb/MMR-Cestovni-ruch-v-Ceske-republice.pdf>

Kostel svatého Františka Xaverského. *Uherské Hradiště* [online]. [cit. 2016-04-08]. Dostupné z: <https://www.mesto-uh.cz/Articles/2542-2-Kostel+svateho+Frantiska+Xaverskeho.aspx>

LENNY. Silnice I/50. *Dalnice-silnice.cz* [online]. [cit. 2016-04-08]. Dostupné z: <http://www.dalnice-silnice.cz/I/I-50.htm>

Okres Uherské Hradiště. *Města.obce* [online]. [cit. 2016-04-08]. Dostupné z: <http://mesta.obce.cz/vyhledat2.asp?okres=3711>

Okres Uherské Hradiště. *Wikipedie* [online]. [cit. 2016-04-08]. Dostupné z: [https://cs.wikipedia.org/wiki/Okres\\_Uhersk%C3%A9\\_Hradi%C5%A1t%C4%9Bhttps://www.czso.cz/csu/xz/charakteristika\\_okresu\\_uherske\\_hradiste](https://cs.wikipedia.org/wiki/Okres_Uhersk%C3%A9_Hradi%C5%A1t%C4%9Bhttps://www.czso.cz/csu/xz/charakteristika_okresu_uherske_hradiste)

O akci. *Slovácké slavnosti vína a otevření památek* [online]. [cit. 2016-04-08]. Dostupné z: <http://www.slavnostivinauh.cz/o-akci>

O festivalu. *Letní filmová škola Uherské Hradiště* [online]. [cit. 2016-04-08]. Dostupné z: <http://www.lfs.cz/festival/o-festivalu/>

Památník Velké Moravy. *Slovácké muzeum* [online]. [cit. 2016-04-08]. Dostupné z: <http://www.slovackemuzeum.cz/doc/8/>

Průvodce bazilikou. *Římskokatolická farnost Velehrad* [online]. [cit. 2016-04-08]. Dostupné z: <http://www.farnostvelehrad.cz/dokument/Pruvodce-po-bazilice-49/>

Přehled silnic v okrese Uherské Hradiště. *Ředitelství silnic Zlínského kraje* [online]. [cit. 2016-04-08]. Dostupné z: <http://www.rszk.cz/vozovky/silniceuh.php>

Seznam chráněných území v okrese Uherské Hradiště. *Wikipedie* [online]. [cit. 2016-04-08]. Dostupné z: [https://cs.wikipedia.org/wiki/Seznam\\_chr%C3%A1n%C4%9Bn%C3%BDch\\_%C3%BAzem%C3%AD\\_v\\_okrese\\_Uhersk%C3%A9\\_Hradi%C5%A1t%C4%9B](https://cs.wikipedia.org/wiki/Seznam_chr%C3%A1n%C4%9Bn%C3%BDch_%C3%BAzem%C3%AD_v_okrese_Uhersk%C3%A9_Hradi%C5%A1t%C4%9B)

Soutěže. *Soutěže* [online]. [cit. 2016-04-08]. Dostupné z: <https://souteze.fotbal.cz/subjekty>

Stadion - základní informace. *1.FC Slovácko* [online]. [cit. 2016-04-08]. Dostupné z: <http://www.fcslovacko.cz/zakladni-informace/7.html>

*Státní zámek Buchlovice* [online]. [cit. 2016-04-08]. Dostupné z: <http://www.zamek-buchlovice.cz/>

Stezky Greenways. *Greenways.cz* [online]. [cit. 2016-04-08]. Dostupné z: <http://www.greenways.cz/Uvod.aspx>

Turistický potenciál regionu. *CzechTourism* [online]. [cit. 2016-04-08]. Dostupné z: <http://old.czechtourism.cz/didakticke-podklady/2-turisticky-potencial-regionu/>

Udržitelný rozvoj. *Cenia* [online]. [cit. 2016-04-08]. Dostupné z: [http://www.cenia.cz/web/www/web-pub2.nsf/\\$pid/mzpmsfhv0hsbhttps://www.czso.cz/documents/11284/17862347/CZ0722.pdf/731c70ae-f3e4-44d2-b4c3-36dada2800fd?version=1.1](http://www.cenia.cz/web/www/web-pub2.nsf/$pid/mzpmsfhv0hsbhttps://www.czso.cz/documents/11284/17862347/CZ0722.pdf/731c70ae-f3e4-44d2-b4c3-36dada2800fd?version=1.1)

Velký okruh Bílé Karpaty. *Slovácko* [online]. [cit. 2016-04-08]. Dostupné z: <http://www.slovacko.cz/trasa/75/velky-okruh-bilymi-karpaty>

*Venkovský cestovní ruch, jeho specifika a podmínky pro rozvoj* [online], 2007. Praha: Oeconomica [cit. 2016-04-08]. ISBN 978-80-245-1159-7. Dostupné z: <http://www.mmr.cz/getmedia/e117ea61-1783-4982-a4fa-bf6e1220f318/GetFile4.pdf>

Veřejná databáze. *Český statistický úřad* [online]. [cit. 2016-04-08]. Dostupné z: [https://vdb.czso.cz/vdbvo2/faces/cs/index.jsf?page=vystup-objekt&pvo=ZPR01&verze=-1&z=N&z=T&f=TABULKA&nahled=N&sp=N&filtr=G~F\\_M~F\\_Z~F\\_R~F\\_P~\\_S~\\_null\\_&katalog=30842&str=v27&u=v4\\_\\_VUZEMI\\_\\_101\\_\\_4083](https://vdb.czso.cz/vdbvo2/faces/cs/index.jsf?page=vystup-objekt&pvo=ZPR01&verze=-1&z=N&z=T&f=TABULKA&nahled=N&sp=N&filtr=G~F_M~F_Z~F_R~F_P~_S~_null_&katalog=30842&str=v27&u=v4__VUZEMI__101__4083)

Základní pojmy. *UTOK* [online]. [cit. 2016-04-08]. Dostupné z: <http://www.utok.cz/node/217>

**SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK**

|      |                             |
|------|-----------------------------|
| CHKO | Chráněná krajinná oblast    |
| HDP  | Hrubý domácí produkt        |
| LFŠ  | Letní filmová škola         |
| OC   | Obchodní centrum            |
| OSN  | Organizace spojených národů |
| UH   | Uherské Hradiště            |



**SEZNAM OBRÁZKŮ**

|   |    |
|---|----|
| Obrázek 1 – Mapa obcí okresu Uherské Hradiště .....                               | 35 |
| Obrázek 2 - Hrad Buchlov .....  | 37 |
| Obrázek 3 – Zámek Buchlovice.....   | 37 |
| Obrázek 4 – Městský fotbalový stadion Miroslava Valenty v Uherském Hradišti ..... | 40 |
| Obrázek 5 – Železniční síť okresu Uherské Hradiště .....                          | 42 |
| Obrázek 6 – Pohlaví respondentů .....   | 46 |
| Obrázek 7 – Věk respondentů.....  | 46 |
| Obrázek 8 – Negativní dopad na cestovní ruch .....                                | 47 |
| Obrázek 9 – Zlepšení úrovně cestovního ruchu.....                                 | 48 |
| Obrázek 10 – Absence služeb .....   | 49 |
| Obrázek 11 – Nejčastější důvody cestování po okresu.....                          | 50 |
| Obrázek 12 – Nejčastější způsob dopravy .....                                     | 51 |
| Obrázek 13 – Úroveň dopravní dostupnosti .....                                    | 52 |
| Obrázek 14 – Přehled o památkách a kulturních akcích.....                         | 52 |
| Obrázek 15 – Zdroje informací.....  | 53 |
| Obrázek 16 – Největší lákadla pro příjezdějící turisty .....                      | 54 |

**SEZNAM TABULEK**

|   |    |
|---|----|
| Tabulka 1 – Územní dimenze podpory cestovního ruchu v České republice v letech<br>2014-2020 ..... | 23 |
| Tabulka 2 – Počet chráněných krajinných oblastí na území okresu Uherské Hradiště .....            | 36 |
| Tabulka 3 – Přehled silnice ve Zlínském kraji .....   | 41 |
| Tabulka 4 – Typ a počet hromadných ubytovacích zařízení v okresu Uherské<br>Hradiště.....         | 44 |

## SEZNAM PŘÍLOH

Příloha P1 – Dotazník

## **PŘÍLOHA P I: DOTAZNÍK**

Vážená paní, Vážený pane,

jsem studentem Fakulty managementu a ekonomiky na Univerzitě Tomáše Bati ve Zlíně a chtěl bych Vás požádat o vyplnění dotazníku zjišťující úroveň cestovního ruchu v okrese Uherské Hradiště, který bude sloužit jako podklad pro vypracování praktické části bakalářské práce.

Vyplnění Vám nezabere více jak 5 minut. Dotazník slouží pouze k akademickým účelům a je anonymní.

Pokud není uvedeno jinak, vybíráte jednu odpověď.

Děkuji Vám za ochotu.

Jan Koběluš

Fakulta managementu a ekonomiky

Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně

1. Jaké je Vaše pohlaví?

- Muž
- Žena

2. Jaký je Váš věk?

- 15 let a méně
- 16-25 let
- 26-35 let
- 36-45 let
- 46-55 let
- 56-65 let
- 66 let a více

3. Co má podle Vás negativní dopad na úroveň cestovního ruchu v okrese Uherské Hradiště?

- Špatná propagace

- Malá nabídka služeb
- Zastaralost zařízení
- Špatná dostupnost
- Špatná kvalita služeb
- Jiné (uveďte):

4. Co by podle Vás zlepšilo úroveň cestovního ruchu v okrese Uherské Hradiště?

- Lepší propagace
- Větší nabídka služeb
- Modernizace zařízení
- Lepší dostupnost
- Lepší kvalita služeb
- Jiné (uveďte):

5. Co konkrétního Vám nejvíce chybí (nebo je zde v malé míře) na území okrese Uherské Hradiště (vyberte jednu nebo více možností)

- Památky
- Kulturní události
- Cyklistické stezky
- Sportovní aktivity
- Stravovací zařízení
- Ubytovací zařízení
- Jiné (uveďte):

6. Jaké jsou Vaše nejčastější důvody cestování po okrese Uherské Hradiště (vyberte jednu nebo více možností)

- Práce
- Památky
- Kulturní akce
- Studium
- Dovolena
- Návštěva rodiny/přátel
- Turistika (včetně cykloturistiky)
- Jiné (uveďte):

7. Jaký způsob dopravy nejčastěji využíváte na území okresu Uherské Hradiště?

- Automobil
- Motocykl
- Autobus
- Vlák
- Kolo
- Chodím pěšky
- Jiné (uved'te):

8. Je podle Vás dopravní dostupnost na území okresu Uherské Hradiště (tzn. dostanu se tam, kam potřebuji snad a rychle)?

- Ano
- Spíše ano
- Spíše ne
- Ne

9. Máte přehled o památkách a kulturních akcích pořádaných na území okresu Uherské Hradiště?

- Ano
- Ne
- Nezajímám se

10. Odkud nejčastěji získáváte informace o památkách a kulturních akcích pořádaných na území okresu Uherské Hradiště?

- Web obce
- Tisk
- Sociální síť
- Poutače na veřejných místech
- Od přátel
- Jiné (uved'te):

11. Co podle Vás nejvíce láká turisty přijíždějící na území okresu Uherské Hradiště? (vyberte jednu nebo více možností)

- památky

- Kultura
- Turistika
- Sport
- Jiné (uved'te):

Děkuji Vám za vyplnění.