

Projekt využití historické nemovitosti pro oblast cestovního ruchu

Bc. Ilona Kosičková

Diplomová práce
2018



Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta managementu a ekonomiky

Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta managementu a ekonomiky
Ústav podnikové ekonomiky
akademický rok: 2017/2018

ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Ilona Kosičková**
Osobní číslo: **M16758**
Studijní program: **N6208 Ekonomika a management**
Studijní obor: **Podniková ekonomika**
Forma studia: **prezenční**

Téma práce: **Projekt využití historické nemovitosti pro oblast cestovního ruchu**

Zásady pro vypracování:

Úvod

Definujte cíle práce a použité metody zpracování práce.

I. Teoretická část

- Z literárních zdrojů vypracujte teoretická východiska týkající se cestovního ruchu.

II. Praktická část

- Analyzujte současný stav objektu.
- Vytvořte analýzu lokalizačních, selektivních a realizačních faktorů v regionu.
- Na základě výsledků analýz navrhnete projekt na využití historické nemovitosti pro oblast cestovního ruchu.
- Projekt podrobte nákladové analýze.

Závěr

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

Seznam odborné literatury:


FOTR, Jiří a Ivan SOUČEK. Investiční rozhodování a řízení projektů: jak připravovat, financovat a hodnotit projekty, řídit jejich riziko a vytvářet portfolio projektů. Praha: Grada, 2011, 408 s. Expert. ISBN 978-80-247-3293-0.
GOELDNER, Charles R. a J. R. Brent RITCHIE. Tourism: principles, practices, philosophies. 9 ed. Hoboken, N.J.: John Wiley, 2009, 624 s. ISBN 9780470084595.
JAKUBÍKOVÁ, Dagmar. Marketing v cestovním ruchu: jak uspět v domácí i světové konkurenci. 2. vyd. Praha: Grada, 2012, 313 s. ISBN 978-80-247-4209-0.
ŠEFČÍK, Vladimír a Tomáš JEŘÁBEK. Management služeb hotelnictví a cestovního ruchu - vybrané kapitoly. Český Těšín: 2 Theta, 2017, 240 s. ISBN 978-80-86380-84-1.
ŠIMKOVÁ, Eva. Sustainability in tourism and rural areas: monograph. Hradec Králové: Gaudeamus, 2013, 190 s. ISBN 978-80-7435-361-1.

Vedoucí diplomové práce: **Ing. Zdeněk Urbanovský**
EXT
Datum zadání diplomové práce: **15. prosince 2017**
Termín odevzdání diplomové práce: **17. dubna 2018**

Ve Zlíně dne 15. prosince 2017



doc. Ing. David Tuček, Ph.D.
děkan



Ing. Petr Novák, Ph.D.
ředitel ústavu

PROHLÁŠENÍ AUTORA BAKALÁŘSKÉ/DIPLOMOVÉ PRÁCE

Prohlašuji, že


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

Prohlašuji,

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

Ve Zlíně 16. 4. 2018

Jméno a příjmení: Bc. Ilona Kosičková


.....
podpis diplomanta

ABSTRAKT

Diplomová práce se zabývá návrhem projektu využití historické nemovitosti na Vysočině pro oblast cestovního ruchu. Práce je tvořena třemi částmi, a to teoretickou, analytickou a projektovou částí. V teoretické části jsou popsána východiska pro cestovní ruch a analytické metody. Analytická část obsahuje geograficko-ekonomickou analýzu, hloubkové rozhovory a SWOT analýzu. Ve třetí části diplomové práce je navržen projekt na využití historické nemovitosti v oblasti cestovního ruchu.

Klíčová slova: cestovní ruch, služby cestovního ruchu, ekonomicko-geografická analýza, rozhovor, SWOT analýza, kraj Vysočina, obec Bransouze

ABSTRACT

The diploma thesis deals with the project of using the historical real-estate in Bransouze for tourism. The work consists of three parts: theoretical, analytical and project part. The theoretical part describes the important points for tourism and analytical methods. The analytical part includes geo-economic analysis, in-depth interviews and SWOT analysis. In the third part of the diploma thesis is proposed a project for the use of historical real-estate in the field of tourism.

Keywords: tourism, services in tourism, geo-economic analysis, in-depth interview, SWOT analysis, Vysočina region, Bransouze village

Na úvod této práce bych ráda poděkovala panu Ing. Zdeňku Urbanovskému za odborné vedení mé diplomové práce. Velmi si vážím času věnovanému konzultacím a cenných rad, které přispěly k dokončení celé práce.

Dále bych ráda poděkovala panu Ing. Janu Bočkovi, starostovi obce Bransouze a panu řediteli příspěvkové organizace Vysočina Toursim Ing. Tomáši Čihákovi, za ochotu poskytnout rozhovory pro vypracování této diplomové práce.

V neposlední řadě patří poděkování mé rodině a blízkým za jejich podporu, kterou mi dávali během vypracování této práce i celého vysokoškolského studia.

OBSAH

ÚVOD	8
I TEORETICKÁ ČÁST	10
1 CESTOVNÍ RUCH	11
1.1 DEFINICE CESTOVNÍHO RUCHU	11
1.2 POJMY V CESTOVNÍM RUCHU	11
1.3 DESTINACE CESTOVNÍHO RUCHU	12
1.4 TRH CESTOVNÍHO RUCHU	13
1.5 FORMY A DRUHY CESTOVNÍHO RUCHU	13
1.6 PRODUKT CESTOVNÍHO RUCHU.....	15
1.7 CHARAKTERISTIKA SLUŽEB CESTOVNÍHO RUCHU	16
1.7.1 Vlastnosti služeb	16
1.7.2 Hodnocení kvality služeb	17
1.8 MARKETINGOVÝ MIX V CESTOVNÍM RUCHU	18
1.9 VÝZNAM CESTOVNÍHO RUCHU	18
1.9.1 Přínosy rozvoje cestovního ruchu	19
1.9.2 Negativa rozvoje cestovního ruchu	20
2 MATERIÁLNĚ TECHNICKÁ ZÁKLADNA CESTOVNÍHO RUCHU	22
2.1 UBYTOVACÍ SLUŽBY.....	22
2.2 STRAVOVACÍ SLUŽBY	23
3 VENKOVSKÝ CESTOVNÍ RUCH	26
3.1 FORMY VENKOVSKÉHO CESTOVNÍHO RUCHU.....	27
3.2 ROZVOJ VENKOVSKÉHO CESTOVNÍHO RUCHU.....	28
3.2.1 Svaz venkovské turistiky a agroturistiky	28
3.2.2 Kategorizace a klasifikace venkovského cestovního ruchu v ČR.....	29
3.3 VÝZNAM VENKOVSKÉHO CESTOVNÍHO RUCHU	30
4 ANALYTICKÉ METODY	31
4.1 EKONOMICKO-GEOGRAFICKÁ ANALÝZA V CESTOVNÍM RUCHU	31
4.1.1 Lokalizační faktory	31
4.1.2 Realizační faktory	32
4.1.3 Selektivní faktory	33
4.2 SWOT ANALÝZA	34
4.3 ROZHOVOR.....	35
II PRAKTICKÁ ČÁST	37
5 SITUAČNÍ ANALÝZA	38
5.1 CHARAKTERISTIKA A SOUČASNÝ STAV OBJEKTU	38
5.2 HISTORIE OBJEKTU	40
5.3 EKONOMICKO-GEOGRAFICKÁ ANALÝZA.....	40
5.3.1 Lokalizační předpoklady	40
5.3.1.1 Přírodní atraktivity	40
5.3.1.2 Společenské atraktivity	41
5.3.2 Realizační předpoklady	43

5.3.2.1	Suprastruktura	43
5.3.2.2	Infrastrukta	45
5.3.3	Selektivní předpoklady	48
5.3.3.1	Objektivní předpoklady	48
5.3.3.2	Subjektivní předpoklady	55
5.4	ROZHOVORY	57
5.4.1	Rozhovor se starostou obce	57
5.4.2	Rozhovory s místními občany	58
5.4.3	Rozhovory s turisty z okolí	58
5.4.4	Rozhovor s ředitelem Vysočina Tourism	58
5.5	SWOT ANALÝZA	59
5.6	ZHODNOCENÍ ANALYTICKÉ ČÁSTI	62
6	NÁVRH PROJEKTU NA VYUŽITÍ HISTORICKÉ NEMOVITOSTI.....	64
6.1	CÍLE PROJEKTU	64
6.2	NÁVRH PROJEKTU	64
6.3	SEGMENTACE	67
6.4	LIDSKÉ ZDROJE.....	67
6.5	ČASOVÝ PLÁN PROJEKTU.....	69
6.6	FINANČNÍ PLÁN PROJEKTU.....	70
6.6.1	Počáteční náklady na vybavení	70
6.6.2	Předpokládané provozní náklady	71
6.6.3	Tržby z poskytovaných služeb	73
6.6.3.1	Stravovací úsek	73
6.6.3.2	Ubytovací úsek	74
6.6.3.3	Firemní a školní skupiny.....	75
6.6.3.4	Doplňkové služby	76
6.6.3.5	Celkové výnosy podniku	77
6.6.4	Odhad hospodářského výsledku.....	78
6.7	RIZIKOVÁ ANALÝZA PROJEKTU	79
	ZÁVĚR	83
	SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY.....	84
	SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK.....	89
	SEZNAM OBRÁZKŮ	90
	SEZNAM TABULEK.....	91
	SEZNAM PŘÍLOH.....	92

ÚVOD

Cestovní ruch se v poslední době stává velmi silným ekonomickým odvětvím, které se jako segment rozvíjí nejen ve světovém měřítku, ale i v rámci jednotlivých států, území či malých regionů. Masový cestovní ruch sice generuje značné ekonomické přínosy daným destinacím, ale z neekonomického hlediska danou lokalitou nenávratně devastuje, a to především její přírodní a kulturní krásy.

Možným uvědoměním si společnosti, že touto intenzitou návštěvnosti by řada turistických cílů nemusela být v budoucnu dostupná dalším generacím, se v poslední době rozvíjí venkovský cestovní ruch a je vyhledáván vysokým počtem turistů. Příčinu současné atraktivity této formy cestovního ruchu je možné hledat také v trendu zdravého životního stylu či orientaci zákazníka na kvalitní regionální potraviny.

Právě na tento sektor cestovního ruchu se zaměřuje diplomová práce. Má za cíl navrhnout využití historické nemovitosti, jež se v současné době přeměňuje do podoby středověkého hrádku, pro oblast cestovního ruchu. Objekt historického mlýna, který byl v letech minulých přeměněn na nevzhlednou továrnu, která po ukončení činnosti již pouze chátrala, se nyní probouzí zpět k životu a pomalými kroky se z něj stává možný turistický cíl.

Trh poskytující služby cestovního ruchu je stále silněji zaplňován novými objekty cestovního ruchu a jejich produkty a je problematické nacházet zde mezery. Dnešní zákazník je stále náročnější a vyhledává nový a netradiční produkt, který by nejen uspokojil jeho základní potřebu, ale očekává, že nabídka služeb, s tímto produktem spojených, bude komplexní a zákazník tak získá plnohodnotný zážitek.

Jedním z faktorů ovlivňujících atraktivitu objektu je jeho vzhled a dispozice. Bude-li podnik nabízet zajímavé a kvalitní služby, za které bude zákazník ochoten zaplatit, popřípadě se kvůli nim vrátit či je doporučit svým známým, může se právě toto místo stát vyhlášeným a atraktivním turistickým cílem v širokém okolí. Zavedení podniku by pro místní obyvatele znamenalo nová pracovní místa, zvýšení kulturního dění obce a celkové zatraktivnění regionu.

CÍLE A METODY ZPRACOVÁNÍ PRÁCE

Hlavním cílem této práce je návrh využití historické nemovitosti pro oblast cestovního ruchu. Cílem je navrhnout služby cestovního ruchu, které by mohly zaujmout potenciální zákazníky a podnikatelskému subjektu tak díky návštěvnosti generovat zisky.

Hlavního cíle práce mohlo být dosaženo pouze za předpokladu zpracování teoretických poznatků z odborné literatury týkajících se dané problematiky. Dále bylo zapotřebí zpracovat podrobné analýzy, které se k návrhu projektu vážou. Byl analyzován současný stav objektu, pomocí geograficko-ekonomické analýzy byl charakterizován daný region a na základě hloubkových rozhovorů byly vyhodnoceny názory osob, které mají s místem či navrhovaným projektem určitou vazbu. Díky SWOT analýze byly přehledně zpracovány veškeré pozitivní i negativní faktory, které by činnost navrhovaného podniku mohly ovlivnit. Na základě výsledků analytické části byl navržen projekt, jenž byl podroben časové, nákladové i rizikové analýze.

I. TEORETICKÁ ČÁST

1 CESTOVNÍ RUCH

V rámci teoretické části diplomové práce byly popsány základní pojmy z oblasti cestovního ruchu. V kapitole byly vysvětleny pojmy jako objekt, subjekt a trh cestovního ruchu, dále pak produkt v cestovním ruchu a jeho specifické vlastnosti. Další část kapitoly popisuje materiálně technickou základnu cestovního ruchu. Závěr kapitoly ohledně základních pojmů z cestovního ruchu se podrobně věnuje jedné z forem, a to venkovskému cestovnímu ruchu.

1.1 Definice cestovního ruchu

Vysvětlit pojem cestování se řada odborníků snažila již počátkem 20. století. V této době bylo cestování a veškeré aktivity s ním spojeny označovány za nový společenský jev. V této době definice pojmu cestovní ruch nezahrnovaly ekonomické hledisko. Na to se zaměřili odborníci až později a jedna z nejznámějších prvních definic cestovního ruchu pochází od prof. Kaspara, který cestovní ruch definoval jako souhrn vztahů a jevů, které vyplývají z cestování anebo pobytu osob, přičemž místo pobytu není hlavním ani trvalým místem bydlení nebo zaměstnání. (Beránek, 2013, s. 4)

Za jedno z mezinárodně nejuznávanějších vysvětlení cestovního ruchu lze považovat definici UNWTO (United Nations World Tourism Organisation - Světová organizace cestovního ruchu). Ta popisuje cestovní ruch jako činnost osoby cestující na přechodnou dobu do místa ležícího mimo její běžné prostředí (místo bydliště), a to na dobu kratší než jeden ucelený rok, přičemž hlavní účel cesty je jiný než výkon výdělečné činnosti. (Hesková, 2006, s. 10)

Pojem cestovní ruch lze také definovat jako společenský jev, který je souhrnem procesů a aktivit mezi účastníky cestovního ruchu a provozovateli zařízení se službami poskytovaných v rámci cestovního ruchu. Dále je tento proces ovlivněn činností osob, jež zajišťují zdroje pro cestovní ruch, jimiž jsou politické a veřejnoprávní aktivity, chování místního obyvatelstva a reakce ekosystémů na uvedené aktivity. (Goeldner, 2009, s. 6)

1.2 Pojmy v cestovním ruchu

Pro pochopení podstaty fungování cestovního ruchu jako celku je nutné objasnit pojmy, které se k této problematice vážou.

Domácí cestovní ruch probíhá na území vlastního státu, kdy jeho účastníci nepřekračují hranice daného státu. Opakem tohoto typu cestovního ruchu je zahraniční cestovní ruch, při kterém jsou hranice daného státu překračovány. Dále zahraniční cestovní ruch dělíme na příjezdový (incoming) a výjezdový (outgoing). (Beránek, 2013, s. 15)

V rámci tohoto dělení Ryglová (2011, s. 20) podrobněji popisuje vlivy těchto dvou druhů. V případě příjezdového cestovního ruchu dochází k příjezdu zahraničních osob do dané země, kdy dochází k exportu služeb, které zahraniční turisté čerpají na území daného státu za cizí měnu. Touto aktivitou dochází k devizovým příjmům v dané zemi. Na druhé straně výjezdový cestovní ruch způsobuje devizové výdaje, kdy dochází k výjezdu domácích turistů a tím pádem tedy k dovozu zahraničních služeb, za které domácí turisté utrácejí své prostředky v zahraničí. Dalším typem cestovního ruchu je tranzitní cestovní ruch, kdy cestující pouze projíždí přes danou destinaci bez přenocování. Dále můžeme cestovní ruch dělit na vnitřní, národní a mezinárodní.

1.3 Destinace cestovního ruchu

Jak píše Ryglová, Burian a Vajčnerová (2011, s. 43), pro definici destinace cestovního ruchu nejsou stanovena žádná oficiální kritéria. Destinace cestovního ruchu nabízí řadu různých vysvětlení. Destinace cestovního ruchu může být popisována jako cílová oblast v daném regionu, pro kterou je typická významná nabídka atraktivit a infrastruktury cestovního ruchu. Jako destinaci cestovního ruchu lze také označit země, regiony, lidská sídla či další oblasti, kde je větší koncentrace atraktivit, nachází se zde rozvinuté služby a infrastruktura cestovního ruchu.

Királová (2013, s. 9) prezentuje řadu možností, jak destinaci cestovního ruchu vysvětlit. Například ji popisuje jako přirozený celek, který má své jedinečné vlastnosti, odlišné od jiných destinací. Zmiňuje také definici Světové organizace cestovního ruchu, která destinaci cestovního ruchu popisuje jako místo s atraktivitami, zařízeními a službami cestovního ruchu, které jsou turistou nebo skupinkou turistů vybírány pro návštěvu a kde pobudou alespoň jednu noc.

Lze tedy říci, že místo, které je označeno jako destinace cestovního ruchu, by mělo disponovat atraktivitami a službami cestovního ruchu, kvůli kterým je návštěvník na toto místo ochoten přicestovat.

1.4 Trh cestovního ruchu

Obecně trh můžeme popsat jako prostor, v němž dochází ke střetu nabídky s poptávkou a probíhá zde směna a tvorba cen. Konkretizujeme-li trh na oblast cestovního ruchu, poměr nabídky a poptávky v tomto sektoru (pomineme-li některé výjimky) je značně nevyrovnaný, nabídka silně převyšuje poptávku. Nejzřetelnější je tento nepoměr v oblasti ubytovacích zařízení či zájezdech. (Šefčík a Jeřábek, 2017, s. 16)

OBJEKT A SUBJEKT CESTOVNÍHO RUCHU

Trh cestovního ruchu je tvořen prvky, a to konkrétně jednotlivými subjekty a objekty. Mezi subjekty řadíme kupující a prodávající na trhu cestovního ruchu. Kupujícím je účastník cestovního ruchu, který uspokojuje své potřeby v oblasti cestovního ruchu, tedy relaxace, poznání apod. Prodávajícími jsou poskytovatelé a zprostředkovatelé služeb cestovního ruchu. Mezi poskytovatele řadíme hotely, dopravce či restaurace a mezi zprostředkovatele patří výhradně cestovní kanceláře a agentury. (Šefčík a Jeřábek, 2017, s. 16)

Objekt cestovního ruchu lze definovat jako místo, které se stane cílem cesty návštěvníka. V souvislosti s objektem, tedy cílovým místem nebo destinací cestovního ruchu, lze nabídku cestovního ruchu rozlišit na primární a sekundární.

Primární nabídka v cestovním ruchu představuje přírodní a kulturně-historický potenciál cestovního ruchu. Cílové místo v primární nabídce cestovního ruchu má tedy určité jedinečné vlastnosti, které účastníka cestovního ruchu přesvědčí k jeho návštěvě, je pro něj přitažlivá a vyvolává návštěvnost. Sekundární nabídka cestovního ruchu je charakterizována infrastrukturní vybaveností, která je tvořena ubytovacími zařízeními, restauracemi, dopravci a dalšími podniky cestovního ruchu. Tato vybavenost umožňuje účast na cestovním ruchu a je závislá na primární nabídce. (Beránek, 2013, s. 19)

1.5 Formy a druhy cestovního ruchu

Druhy cestovního ruchu lze popsat jako rozdělení podle toho, co je motivací účastníků na cestovním ruchu, což tedy znamená, co je účelem jejich cestování. Formy cestovního ruchu představují podstatu cestovního ruchu z hlediska potřeb a cílů jeho účastníků.

Níže je podle Heskové (2006, s. 22 – 36) charakterizováno několik vybraných druhů a forem cestovního ruchu, které se vztahují k tématu diplomové práce.

DRUHY CESTOVNÍHO RUCHU

Rekreační cestovní ruch – charakterizuje ho aktivní i pasivní odpočinek s nenáročnou pohybovou aktivitou. Jedná se buď o individuální nebo rodinnou rekreaci, a to buď ve vlastních nebo pronajatých zařízeních, nebo organizovanou rekreaci ve veřejně přístupných zařízeních cestovního ruchu. Součástí rekreačního cestovního ruchu je tematický cestovní ruch, který slouží k uspokojování odborných a rekreačních potřeb. Do této kategorie se řadí např. technické památky a zajímavosti i historické stavby, tematika zdravého životního stylu, zájem ve venkovském či rurálním stylu.

Sportovní cestovní ruch – pobyt k aktivnímu vykonávání různých sportovních činností. S ohledem na roční období může jít např. o turistiku, cykloturistiku či běžkování.

Kulturní cestovní ruch – je zaměřen na duchovní uspokojení potřeb lidí, kteří vyhledávají zajímavosti kulturního dědictví, kultury či způsobu života rezidentů dané lokality. V praxi to mohou být kulturní pamětihodnosti, hudební a filmové festivaly, společenské akce apod.

FORMY CESTOVNÍHO RUCHU

Z geografického hlediska lze cestovní ruch rozdělit na domácí, zahraniční, mezinárodní, vnitřní a regionální.

Dalším hlediskem pro rozdělení cestovního ruchu je **počet účastníků**, a to individuální cestovní ruch, kdy se jedná o jednotlivce nebo malou skupinku lidí. Další možností je pak skupinový cestovní ruch, kdy se cestuje v malých skupinách a využívá se výhod např. skupinových slev při přepravě, ubytování a návštěvě objektů. Dále pak podle tohoto hlediska existuje ještě masový a ekologický cestovní ruch. Ekologický cestovní ruch se vyznačuje hlavně tím, že jde o cestování individuální, rodinné či s přáteli. Charakteristickými znaky tohoto cestování je dostatek času, klid, spontánní rozhodnutí, zážitky a aktivity, takt a ticho, fotografování a radost z poznávání. V rámci ekologického cestovního ruchu podnikatelé nabízejí ekologicky úsporné aktivity, minimalizují odpad, spotřebu omezených zdrojů energie a pitné vody, využívají místní suroviny nebo pěstují vlastní.

Z hlediska věku účastníků cestovního ruchu jej můžeme rozdělit na cestovní ruch dětí, mládežnický, rodinný a seniorský. Cestovní ruch dětí je tvořen organizovanými pobyty dětí do 15 let bez rodičů. Takovými pobyty jsou tábory, školy v přírodě a školní výlety. Mládežnický cestovní ruch je charakteristický pro osoby ve věku 15-25 let. Typické pro tuto formu cestovního ruchu je společné cestování mládeže s využitím volného času, a to

za účelem sociálního kontaktu při účasti na kulturních a sportovních akcích. Vyhledávají hlavně dostupné služby za přístupné ceny. Charakteristickými prvky cestování mladých lidí jsou nezávislost, individuální organizování a touha setkávat se a cestovat s vrstevníky. Rodinný cestovní ruch představuje cestování rodin s dětmi, které vyhledávají stabilní zázemí a podniky, jež nabízejí vhodný produkt jak pro dospělé tak pro děti. Poslední skupinou jsou senioři, kteří upřednostňují balíky služeb a klidnou atmosféru v klimaticky příjemných místech.

Podle délky účasti na cestovním ruchu jej dělíme na výletní, který představuje pobyt mimo trvalé bydliště kratší než jeden den bez přenocování. Další formou je tzv. krátkodobý cestovní ruch, který není delší jak dvě až tři noci. Účelem tohoto cestování může být odpočinek, kultura nebo sport. Poslední formou je dlouhodobý cestovní ruch, u kterého délka pobytu přesahuje tři noci.

Z hlediska místa pobytu, které převažuje, dělíme cestovní ruch na městský, příměstský, venkovský, horský, vysokohorský a přímořský.

1.6 Produkt cestovního ruchu

Podle organizace Czech Tourism je turistickým produktem balíček služeb, který je distribuován jednotlivými subjekty cestovního ruchu k užití konečným spotřebitelem, tedy účastníkem cestovního ruchu. Typickým znakem při poskytování produktu cestovního ruchu je nutnost přítomnosti zákazníka při směně, jelikož příprava, prodej i spotřeba probíhá současně, tedy ve stejnou dobu i na jednom místě (Ryglová, 2011, s. 111).

V současné době je nabídka produktů cestovního ruchu výrazně ovlivněna novými trendy. Mezi ty významnější trendy současnosti můžeme zařadit např. gastronomický cestovní ruch, který lze popsat jako cestování, jehož hlavním motivem je gastronomie a kulinářské zážitky. Dalším z trendových produktů cestovního ruchu může být event turismus, který je charakteristický cestami, jež mají cíl na určité události, a to ať už sportovní či kulturní. V neposlední řadě také filmový turismus, jehož hlavním motivem je cestování do míst, která jsou spojená s natáčením určitého filmu či seriálu. (Kotíková, 2013, s. 37)

Produkt cestovního ruchu lze tedy všeobecně popsat jako souhrn psychického i fyzického uspokojení potřeb účastníků cestovního ruchu. Lze jej označit jako veškeré atraktivita dané lokality, dopravu, ubytování a další služby, které účastník cestovního ruchu využívá k uspokojení vlastních potřeb. Aby byl produkt cestovního ruchu komplexní, je složen

z nabídky veškerých dodavatelů služeb v cestovním ruchu, kterými jsou cestovní kanceláře, hotely, letecké společnosti i turistická informační centra.

1.7 Charakteristika služeb cestovního ruchu

Historická definice pojmu služba vychází z latinského slova „servus“ (otrok). Zaměříme-li se na vývoj slova v českém jazyce, je pojem vyvozen ze slov sluha či služka. Poskytování služeb je tedy z historického hlediska spojováno s negativním hodnocením a váže se k chudému obyvatelstvu s nižším vzděláním. Tento fakt lze v některých oblastech spatřit ještě také v dnešní společnosti. (Hesková, 2012, s. 6)

Nejznámější osobnost marketingu Kotler (2003, s. 124) popisuje službu jako: *„jakoukoliv činnost nebo výhodu, kterou jedna strana nabízí straně druhé. Je v zásadě nehmotná a jejím výsledkem není vlastnictví čehokoliv. Její produkce může, ale nemusí být spojena s fyzickým produktem.“*

Oblast poskytování služeb je velmi široká, může být tedy obtížné zvolit jednu univerzální charakteristiku služby. Jak píše Gúčik, Gajdošík a Gajdošíková (2016, s. 11), v současné době lze službu popsat jako ekonomickou kategorii a nejdynamičtěji se rozvíjející součást ekonomiky. Službami jsou ekonomické statky s nehmotným a nemateriálním charakterem a specifickými vlastnostmi.

Autorky Rašovská a Ryglová (2017, s. 32) popisují specifika služeb poskytovaných v rámci cestovního ruchu jako ekonomickou činnost, jejímž výsledkem jsou nemateriální hodnoty, které přinášejí efekt spotřebiteli dané služby. Poskytování služby lze také charakterizovat jako proces, při němž vzniká nehmotný produkt, jenž přináší upokojení potřeby zákazníka.

V krátkosti lze tedy službu popsat jako produkt se specifickými vlastnostmi v podobě činnosti, kterou může jedna strana nabídnout straně druhé. Takovýto produkt je tvořen objekty a procesy, jež uspokojují zákaznickou potřebu a přinášejí mu určitou hodnotu.

1.7.1 Vlastnosti služeb

Hlavní rozdíl mezi hmotným výrobkem a nehmotnou službou nastává při jejich poskytování. Na jedné straně je produkt, který lze získat výrobou, na straně druhé služba, která je prostřednictvím činnosti poskytována zákazníkovi. Oproti výrobku má služba ještě další specifické vlastnosti, které Kotíková a Schwartzhoffová (2017, s. 74) popisují následovně:

- Nehmotnost, nehmatatelnost – službu není možno předem vyzkoušet.
- Proměnlivost, nestálost – totožné služby nebudou nikdy absolutně stejné. Jejich kvalita závisí na místě, čase a lidském faktoru.
- Neskladovatelnost – služba je „vytvořená, poskytnutá i spotřebovaná“ ve stejnou dobu, nelze ji tedy skladovat a vyrábět do zásoby tak, jako výrobky.
- Neoddělitelnost – při poskytování služeb dochází k přímému styku mezi osobou poskytovatele a zákazníkem.
- Nemožnost službu vlastnit.

Výše uvedené vlastnosti tedy představují službu jako velmi specifický produkt cestovního ruchu. Tento popis doplňuje ještě Lacina (2010, s. 58), který uvádí další zvláštnosti služeb:

- Velký vliv emocí a psychiky při nákupu služeb
- Důraz na úroveň a image
- Složitější distribuční cesty
- Snazší kopírování služeb
- Význam vnější podoby poskytovaných služeb
- Větší závislost na firmách s doplňkovými službami

1.7.2 Hodnocení kvality služeb

Vlastnosti a charakteristické znaky služeb jsou velmi rozdílné od vyráběného produktu. Při zprostředkování služby nikdy nebude zákazníkovi poskytnuta totožná služba dvakrát, jelikož je závislá na čase, na osobě, která ji poskytuje a dalších okolnostech, které kvalitu dané služby silně ovlivní.

Hodnotit kvalitu služby je velmi složité, jelikož na ní působí řada vlivů. Indrová, Houška a Petrů (2011, s. 19) charakterizují kvalitu všeobecně: *„Kvalita vystupuje jako forma vyjádření určité užitné hodnoty či určitých vlastností výrobku či služby. Kvalita se neustále vyvíjí, požadavky spotřebitelů jsou tím vyšší, čím více se rozvíjí lidské poznání. V současné době je kvalita považována za důležitý faktor úspěchu v silně konkurenčním prostředí.“*

Ryglová (2011, s. 141) kvalitu poskytované služby cestovního ruchu považuje za velmi silnou konkurenční výhodou, jelikož je v současné době pozorován globální konkurenční boj, kdy je nabízena velká řada substitutů a kvalita poskytovaných služeb hraje významnou roli. V rámci cestovního ruchu nelze pojem kvality zaměřit pouze na jedinou službu, která je podnikem nabízena, ale hodnotí se kvalita celého řetězce. V oblasti cestovního ruchu lze

tedy na kvalitu nahlížet jako na komplexní pojem. Tato autorka dále uvádí tři možnosti systému, pomocí kterého je kvalita sledována.

1. Pomocí kontrolních návštěv školených specialistů - kontrolorů
2. Pomocí průběžného a profesionálně prováděného marketingového výzkumu - dotazování zákazníků
3. Pomocí speciálních výzkumných metod – mystery shopping (fiktivní nákup)

Kvůli specifickým vlastnostem služeb je cestovní ruch oborem, kdy dochází k pokusům o naplnění požadavků a představ zákazníků, jelikož spotřebitel si službu nemůže předem vyzkoušet ani ji pak následně vrátit a hodnocení kvality tedy může provést až po užití této služby.

1.8 Marketingový mix v cestovním ruchu

Všeobecně jsou v oblasti marketingu známá tzv. 4P, která představují produkt, místo, cenu a propagaci. V oblasti cestovního ruchu je tato základní skladba rozšířena na 8P, kde přibývají ještě položky *people* – lidé, *packages* – balíčky, *programming* – tvorba projektů a *partnership* – spolupráce. Jak píše Foret (2001, s. 66), tento marketingový mix představuje taktické nástroje, díky kterým může podnik posílit svoji konkurenceschopnost na trhu.

Podle Ryglové (2011, s. 109) je důvodem rozšíření základního souboru marketingových nástrojů hlavně zvyšující se náročnost zákazníků, kteří požadují stále vyšší kvalitu služeb. Zaměří-li se podnik na těchto 8P má větší šanci obstát mezi stále se rozšiřující konkurencí a nabídnout tak zákazníkovi dokonalejší a individuálnější služby za rozumnou cenu. Tedy přesně to, co současný, velmi náročný zákazník vyhledává. Díky využití všech nástrojů marketingového mixu je podnik schopen rychleji a pružněji reagovat na měnící se podmínky na trhu a nabídnout tak vyhledávané produkty.

1.9 Význam cestovního ruchu

Cestovní ruch lze popsat jako socio-ekonomický systém, který má významný vliv jak na národní ekonomiku, tak i na další neekonomické sektory, jako např. sociologie, psychologie, ekologie, geografie či informace. Turismus je velmi specifickým odvětvím s ekonomickým vlivem na řadu odvětví, jako je doprava, bankovníctví, zemědělství či stavebnictví. (Šimková, 2013, s. 10)

V současné době má cestovní ruch velmi silný vliv na ekonomickou strukturu daného regionu. Jak uvádějí Vavrečková a Škrobálková (2013, s. 20), vliv tohoto sektoru na ekonomiku závisí na rozsahu nabídky služeb v dané oblasti, a to až už ubytovací kapacity, stravovací zařízení či potenciál oblasti. Míra vlivu je také dána tím, jaké postavení cestovní ruch v dané oblasti má. Jde buď o hlavní a důležité postavení cestovního ruchu v lokalitě, za to lze považovat např. lázeňství a horské či přímořské oblasti. Nebo může jít pouze o cestovní ruch jako doplňkový obor, kde se pak jedná hlavně o jednotlivé památky nebo místa nepříliš historicky významná.

Palatková a Zichová (2014, s. 104) upozorňují na to, jak turismus působí na ekonomiku dané lokality nejen z pozitivního ekonomického hlediska, ale také negativními neekonomickými vlivy: *„Turismus bývá označován za významný ekonomický činitel, často se však přistupuje k jeho hodnocení bez dostatečné znalosti číselných údajů, a tak bývají nezřídka vyvozovány mylné závěry o jeho pozici a významu pro národní hospodářství. Pro komplexní hodnocení významu turismu je třeba vzít v úvahu nejen nesporné pozitivní efekty, ale i efekty negativní, mající většinou podobu vlivu na fyzické a sociokulturní prostředí.“*

Lze tedy říci, že cestovní ruch má pro danou lokalitu významný pozitivní ekonomický vliv, realizuje dané oblasti příjmy, vytváří zde pracovní místa a podporuje podnikání. Je nutné ale počítat také s negativními efekty. Pokud jde tedy o hodnocení působení cestovního ruchu na určitém území, aby toto hodnocení bylo objektivní, je důležité zohlednit i neekonomické vlivy, které bývají ve značné části negativními.

1.9.1 Přínosy rozvoje cestovního ruchu

Foret a Foretová (2001, s. 47-48) popisují přínosy cestovního ruchu z hlediska ekonomického, ale také často neuvědomovaného hlediska komunikačního.

Ekonomický význam:

- Přímé zdroje od zahraničních turistů
- Přímé zdroje od domácích turistů
- Nepřímé zdroje
 - Pracovní příležitosti
 - Příjmy fyzických a právnických osob z prodeje zboží a služeb
 - Příjmy do veřejných rozpočtů z daní a poplatků

Komunikační význam:

- Budování image daného místa či města
- Oslovení potenciálních investorů
- Oslovení potenciálních zákazníků

Komunikační význam pro danou lokalitu významně podporuje funkci jednotící, která pomáhá dané oblasti k fungování jako celku a propojení jednotlivých subjektů dané lokality a jejich spolupráci, aby oblast působila v rámci cestovního ruchu jako jednotné místo a nabízela tak veškeré služby cestovního ruchu v určitém souladu. (Foret, Foretová, 2001, s. 47-48)

Vavrečková a Škrobálková (2013, s. 20–21) pro změnu rozdělují pozitivní přínosy cestovního ruchu na tři skupiny, a to na oblast životního prostředí, sociální a ekonomickou.

Oblast životního prostředí:

- Příjmy ze vstupů do přírodních atraktivit, které jsou do těchto atraktivit pak zpětně investovány
- Daně a poplatky (lázeňské poplatky, poplatky za rybářské a obdobné lístky), které jsou následně použity na ochranu přírodních zdrojů a životního prostředí
- Regulace počtu návštěvníků v chráněných přírodních oblastech

Sociální oblast:

- Vzájemná komunikace mezi místními obyvateli a návštěvníky
- Zvyšování životní úrovně dané oblasti
- Záchrana kulturně-historických tradic a řemesel

Ekonomická oblast:

- Vytváření pracovních míst
- Příjmy do místních rozpočtů
- Investice do infrastruktury dané lokality

1.9.2 Negativa rozvoje cestovního ruchu

Autorka Závodná (2015, s. 19) popisuje všeobecný stav neudržitelného chování. Neudržitelným chováním dochází k neřízenému plýtvání energiemi a neobnovitelnými přírodními zdroji, a to vše vede ke komplexnímu znečišťování životního prostředí. Toto neudržitelné

chování, zaměříme-li jej na oblast cestovního ruchu, způsobuje negativní dopady na určitou oblast. Tím pak dochází k ničení přírodních či kulturních krás, které následně nebudou k dispozici dalším generacím.

Negativní dopady cestovního ruchu na určitou oblast podrobněji popisují Vavrečková a Škrobálková (2013, s. 21-22). Tyto autorky opět rozdělují dopady do tří skupin, a to na životní prostředí, sociální a ekonomickou sféru.

Životní prostředí:

- Znečištění životního prostředí velkým množstvím návštěvníků daného území
- Nadprodukce odpadů a jeho nedostatečné třídění
- Nízká kapacita kanalizací vzhledem k velkému množství návštěvníků
- Silný rozvoj dopravy, který způsobuje znečišťování životního prostředí
- Likvidace a znehodnocení ekosystému, zeleně a krajinného rázu

Sociální sféra:

- Negativní důsledky střetávání místních obyvatel a návštěvníků daného místa
- Rozšíření krádeží, vandalismu a kriminality v daném místě
- Ztráta přirozeného rázu daného prostředí

Ekonomická sféra:

- Zvýšení nákladů na život místních obyvatel v dané lokalitě
- Pracovní zaměstnání pouze sezonně

Z výše uvedeného tedy vyplývá, že cestovní ruch má nesporně velmi výrazný pozitivní vliv na ekonomický růst daných lokalit. Zároveň však s těmito pozitivními důsledky současně dochází i k negativním vlivům. Nadměrné množství turistů v určitém místě negativně působí na přirozené prostředí daného místa a nese s sebou velmi vážné faktory, které způsobují neudržitelnost atraktivních turistických míst pro další generace. Tyto neekonomické následky vznikají hlavně vlivem silného masového turismu, který velkým množstvím turistů způsobuje nenávratné škody na některých světových místech cestovního ruchu.

2 MATERIÁLNĚ TECHNICKÁ ZÁKLADNA CESTOVNÍHO RUCHU

Materiálně technická základna cestovního ruchu představuje infrastrukturu cestovního ruchu, která umožňuje účastníkům realizovat jejich cesty. Do této oblasti se řadí ubytovací a stravovací podniky, doprava, turistická informační centra, lázeňské a wellness služby a další doplňkové služby, které se cestovního ruchu týkají. (Ryglová, 2011, s. 49)

2.1 Ubytovací služby

Ubytovací služby tvoří v cestovním ruchu nejvýznamnější položku, jelikož činí nejvýraznější část příjmů tohoto sektoru. Ubytovací zařízení se dělí do kategorií a tříd. Do základních kategorií hromadných ubytovacích zařízení patří hotel, hotel garni, motel, pension a hotel. Z hlediska klasifikace jsou ubytovací zařízení rozdělena do tříd, které představují rozsah nabízených služeb v daném ubytovacím zařízení. Používá se rozmezí * - *****, kdy jedna hvězda představuje základní služby a v případě čtyř či pěti hvězd jsou poskytovány služby na velmi vysoké úrovni. (Ryglová, 2011, s. 49-50)

Beránek (2013, s. 22-24) ubytovací zařízení dále rozděluje podle velikosti, a to na malé (do 60 lůžek), střední (60 až 250 lůžek) a velké (nad 250 lůžek). Další dělení je např. podle umístění, a to ve městech, na venkově, v horách, u moře apod. Podle doby provozu ubytovací zařízení dělíme na celoroční a sezonní. V neposlední řadě jsou to ubytovací zařízení rozdělena podle poptávky. V tomto případě jde o business hotely, kongresové hotely, wellness hotely apod.

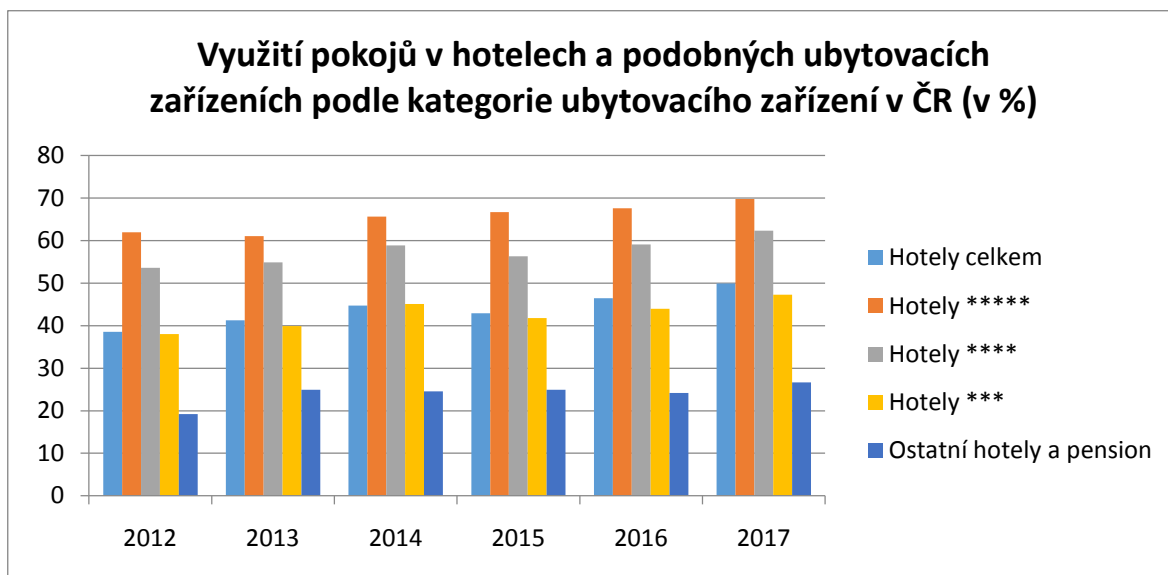
Z výše uvedeného je patrné, že na trhu existuje celá řada ubytovacích zařízení. Záleží pouze na účastníku cestovního ruchu, jaký druh ubytování a jakou úroveň služeb upřednostní.

PROVOZ UBYTOVACÍHO ZAŘÍZENÍ

Pro provoz ubytovacích zařízení definuje Ryglová (2011, s. 52) základní aspekty. Hotelový průmysl zahrnuje velké množství činností a je velmi náročným oborem vzhledem k investičnímu kapitálu. Návrh investic v provozu ubytovacího zařízení lze odvodit od obsazenosti kapacit. Optimální využití kapacit se pohybuje kolem 70 %, což je ale velmi ovlivněno sezonností, lokalitou, schopnostmi personálu apod.

Níže uvedený graf na obrázku 1 však představuje reálné hodnoty Českého statistického úřadu, které současný stav využitelnosti kapacit ubytovacích zařízení udává. Je patrné, že

k optimálním hodnotám se blíží pouze luxusní pěti hvězdičkové hotely. Kategorie pensionů se pohybuje pod úrovní 30 %, což představuje hranici ztrátovosti podniku. Kladně lze ale hodnotit celkovou rostoucí tendenci využití pokojů ubytovacích zařízení v České republice.



Obrázek 1: Využití pokojů v HUZ v ČR (Český statistický úřad, ©2018)

Při poskytování ubytování velmi záleží na kvalitě poskytovaných služeb. Jak je uvedeno výše, vlastnosti služeb jsou velmi nevyzpytatelné a důležitou roli zde hraje pracovník, který tyto služby poskytuje. Host vždy očekává, že služby budou poskytovány na vysoké úrovni. Je-li hostovo očekávání naplněno, lze očekávat, že se do daného podniku vrátí a tím zprostředkuje vyšší zisky a dobré jméno podniku mezi potenciálními zákazníky. (Šefčík, 2017, s. 64)

2.2 Stravovací služby

Stravovací služby jsou primárně určeny k uspokojování základních potřeb, jako je hlad a žízeň. Společenské stravovací služby jsou děleny na účelové (uzavřené) a veřejné (restaurační). Typickým příkladem účelového stravování je závodní stravování, a to ve školách, nemocnicích či jiných zařízeních. Veřejné stravování slouží k uspokojení nejen zmíněných základních potřeb, ale důležitá je zde funkce společenského styku a zábavy lidí. Hlavní rozdíl mezi těmito druhy společenského stravování je, že při účelovém stravování si hosté hradí pouze část ceny jídel, zbytek je hrazen zaměstnavatelem či navštěvovaným ústavem. (Ryglová, 2009, s. 36)

V rámci společenského stravování je rozlišováno hned několik hostinských zařízení, které se dělí do kategorií podle charakteru jejich primární činnosti. Beránek (2013, s. 182–183) na základě metodiky EU popisuje tyto kategorie:

- Restaurace – primárním prvkem těchto provozoven je prodej pokrmů a nápojů, ale velmi důležitou složkou je zde také společenská zábava. Do této skupiny řadíme hlavně tyto provozovny:
 - Restaurace
 - Samoobslužné restaurace
 - Rychlá občerstvení
 - Pohostinství
 - Jídelní restaurační vozy a jiná zařízení pro přepravu osob
 - Bufet
 - Bistro
- Bary – v této kategorii dominuje výhradně prodej nápojů a společenská zábava. Dále jsou také nabízeny výrobky studené kuchyně a drobné teplé občerstvení, dle možností daného podniku. Do této kategorie jsou řazeny následující provozovny:
 - Denní bar – gril bar, pizzerie, snack bar, aperitivit bar, lobby bar
 - Noční bar, noční klub, vareté, dancing
 - Vinárna
 - Kavárna
 - Espresso
 - Hostinec
 - Pivnice

PROVOZ STRAVOVACÍHO ZAŘÍZENÍ

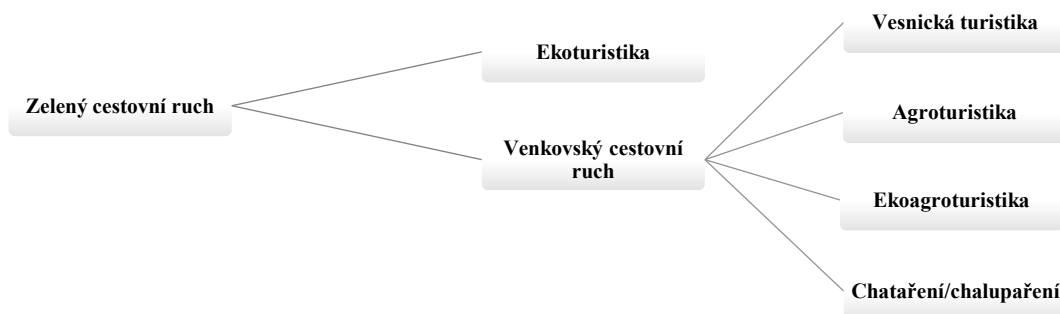
Provoz stravovacího zařízení je nutné považovat za velmi odpovědnou a potenciálně rizikovou činnost, jelikož je veřejné stravování velmi úzce spjato s lidskou výživou. Ve stravovacím zařízení nejde pouze o posloužení hostovi a nabídnout mu nehmotnou službu, je nutné disponovat odbornými znalostmi, tedy splňovat požadavky legislativy ve stravovacích službách. Dalším důležitým bodem je nabídnout hostovi přesně tu službu, kterou v daný okamžik vyhledává. Je nezbytné tedy sledovat aktuální trendy ve stravovacích službách, a tak hostovi poskytnout takový produkt cestovního ruchu, který podniku zabezpečí to, že host nepůjde ke konkurenci. Jedním z takových trendů současné doby lze označit gastronomický cestovní ruch. (Ryglová, 2011, s. 59–60)

Největším úskalím poslední doby provozovatelů stravovacích podniků bývají zaměstnanci. Zaměstnání ve stravovacích zařízeních jako kuchař či číšník je v současné době mezi mladými považováno za podřadné. Provozovatelé mají tedy velké problémy s vysokou fluktuací zaměstnanců, musejí stále hledat a zaučovat nové pracovníky, což velmi snižuje profesionalitu poskytovaných služeb. (Ryglová, 2011, s. 60)

3 VENKOVSKÝ CESTOVNÍ RUCH

Podle Houška (2014, s. 43-45) lze venkovský cestovní ruch popsat jako formu cestovního ruchu, která je vícedenní, a jsou provozovány rekreační aktivity na venkově. Venkovský cestovní ruch se v poslední době rozvíjí díky velkému počtu nových cyklostezek, turistických tras, rozvoji venkova, farem a alternativního zemědělství. Rozmach této formy cestovního ruchu lze připsat i tomu, že v posledních letech se lidé více zajímají o kvalitu potravin, rozšiřují se bio potraviny a bio zemědělství, dbá se na zdravý životní styl a vyhledává se klid venkova. Do této formy cestovního ruchu řadíme agroturistiku, která je charakteristická zemědělskými pracemi. Dále pak ekoagroturistiku, která je zaměřena na produkci bio-produktů. Dalším typem je ekoturistika, která se vyznačuje poznáváním přírody, přírodní rezervace apod. Posledním typem venkovského cestovního ruchu je cykloturistika, která představuje aktivní cestování zaměřené na poznávání přírody a kulturně-historických zajímavostí určité oblasti na kole.

Šimková (2008, s. 9) nazývá venkovský cestovní ruch jako zelený cestovní ruch. Jeho charakteristickými znaky je chování účastníků této formy cestovního ruchu. Od masového cestovního ruchu se výrazně odlišují svým přístupem k cestování, jelikož se snaží splynout s přírodou i lidským prostředím. Tato forma cestovního ruchu se významně zabývá o přírodu, respektuje ji a chrání ji. Zelený cestovní ruch autorka rozděluje na dvě základní složky, a to ekoturistiku a venkovský cestovní ruch. Venkovský cestovní ruch je dále rozčleněn na vesnickou turistiku, agroturistiku, ekoagroturistiku a chataření či chalupaření. Graficky znázorněno na obrázku 2.



Obrázek 2: Struktura zeleného cestovního ruchu (Šimková, 2008, s. 9)

Pourová (2010, s. 21-26) dále jednotlivé složky zeleného cestovního ruchu popisuje následovně.

Ekoturistika – cílem této formy cestovního ruchu bývá nejčastěji poznávání přírody, konkrétně přírodních rezervací, národních parků, chráněných krajinných oblastí apod. V rámci tohoto cestovního ruchu je kladen velký důraz na to, aby navštěvované přírodní krásy nebyly činností turistů narušovány. Návštěvníci jsou ohleduplní vůči přírodě a svým chováním dávají najevo, že si jí váží a podporují její udržitelnost pro další generace.

Venkovský cestovní ruch – cestovní ruch, který je provozován mimo rekreační a turistická centra a hlavně mimo město. Jde především o turistiku na venkově, tedy vesnice, chatové osady, samoty a malá městečka. Venkovskou turistiku lze charakterizovat jako komplexní obraz venkovského prostředí, kde hlavní roli hraje malovýroba, kontakt s přírodou, tradiční zvyky, kontakt s místními lidmi a rodinami.

Syrovátková (2013, s. 30) ve své publikaci charakterizuje venkovský cestovní ruch jako druh cestovního ruchu s pobytem na venkově, kde jsou provozovány různé činnosti, a volný čas je využíván k rekreačním aktivitám, což znamená procházky, turistika, cykloturistika, projížďky na koni, péče o domácí zvířata a stravování s použitím domácích surovin. Ubytování v rámci tohoto cestovního ruchu je poskytováno buď u místních obyvatel, v chatách či chalupách nebo v menších hromadných ubytovacích zařízeních, jako jsou penziony. Tato forma cestovního ruchu je významně spojená s přírodou, objevováním venkova a návratům k tradičním hodnotám a zvykům. Venkovský cestovní ruch tedy není pouze příroda, ale důležitou roli zde hraje i společenský, kulturní, ekonomický či materiální ráz venkova.

3.1 Formy venkovského cestovního ruchu

V popsání jednotlivých odborných pojmů z oblasti venkovského cestovního ruchu se autoři přímo neshodují. Shodují se však na tom, že venkovský turismus je v současné době velmi atraktivním trendem, díky kterému se přechází od masového turismu ke klidnější formě cestování.

Závodná (2015, s. 44-46) popisuje dvě významné formy venkovského cestovního ruchu, a to agroturistiku a ekoagroturistiku.

Agroturistiku charakterizuje tato autorka jako cestovní ruch vázaný na usedlosti a farmy. V rámci tohoto cestovního ruchu, kdy turista navštěvuje venkovské usedlosti a farmy,

se může také zapojit do prací na farmě a se zvířaty. Tato aktivita významně napomáhá drobným podnikatelům na venkově, které by samotné zemědělství nedokázalo uživit a tato aktivita jim přináší dodatečné příjmy. V rámci provozu agroturistického zařízení jde především o poskytnutí stravovacích a ubytovacích služeb.

Ekoagroturistika je dalším druhem venkovského cestovního ruchu, který je velmi podobný agroturistice, ale je u této formy navíc brán zřetel na to, aby podniky byly provozovány na ekologicky hospodařících farmách, produkujících bioprodukty. Ekologické zemědělství lze zjednodušeně popsat jako soulad přírody a zvířat. Nejsou zde používány žádné syntetické chemikálie, umělá hnojiva, hormonální přípravky a dbá se na to, aby zvířata měla dostatek prostoru a vhodnou potravu.

3.2 Rozvoj venkovského cestovního ruchu

Jedním z hlavních historických momentů rozvoje venkovského cestovního ruchu byl rok 1989, kdy došlo na českém venkově k podstatným změnám v zemědělské výrobě. Produkce v zemědělských podnicích byla značně omezována, s čímž souvisely důsledky jako snižování počtu pracovních míst v dané oblasti a přeměna těchto podniků. Tyto omezovací programy zapříčinily potřebu hledat nová řešení v zemědělské produkci tak, aby byl udržen ráz českého venkova a vytvoření nových pracovních příležitostí. Jako adekvátní náhrada těchto činností se zdá být agroturistika a její další formy, které nabízejí nová pracovní místa, a tak nabízejí alespoň částečné oživení zemědělství a jeho atraktivity. Dalším, významným důvodem rozšíření agroturistiky, je současný celosvětový trend zdravého životního stylu, zaměření se na přírodu a její soužití s ní. (Pourová, 2010, s. 27)

Důvodem těchto změn je možné uvědomění společnosti, že příroda není nezničitelná a nevyčerpatelná. Lidé si pravděpodobně začínají více uvědomovat, že je potřebné si přírodních zdrojů a krás vážít, chtějí-li, aby ji k dispozici měla i další generace. K udržení funkčnosti veškerých přírodních procesů agroturistika a její další formy výrazně napomáhají.

3.2.1 Svaz venkovské turistiky a agroturistiky

Svaz venkovské turistiky a agroturistiky vznikl za účelem hájení zájmů podnikatelů v rámci venkovské turistiky a agroturistiky a aktivně podporuje jejich činnost. Sdružení vzniklo v roce 1997 a je to dobrovolné, nepolitické sdružení s celostátní působností. Sdru-

žení se aktivně podílí na rozvoji venkovské turistiky, dále spolupracuje s destinačními managementy, profesními organizacemi, státní správou a dalšími organizacemi.

Hlavní úsilí tohoto sdružení je zaměřováno na činnost podnikatelů na venkově, především jde o systematické a efektivní vzdělávání a podporu při jejich činnosti. Mezi nejdůležitější projekty tohoto sdružení, lze zařadit oficiální jednotnou klasifikaci ubytování v soukromí, kategorizaci zařízení agroturistiky, venkovské a zážitkové turistiky, projekt Prázdniny na venkově či Národní festival venkovské turistiky a agroturistiky ŽIVO. (Svaz venkovské turistiky a agroturistiky, ©2018)

3.2.2 Kategorizace a klasifikace venkovského cestovního ruchu v ČR

Kategorizace zařízení agroturistiky, venkovské a zážitkové turistiky ČR byla sestavena za účelem zařazování podniků agroturistiky, venkovské a zážitkové turistiky do příslušných kategorií dle minimálních stanovených požadavků. Cílem tohoto procesu kategorizace je zlepšení orientace hostů, tedy zlepšení ochrany spotřebitele, cestovních kanceláří a agentur, zvýšení transparentnosti trhu služeb agroturistiky a venkovské turistiky a v neposlední řadě ke zkvalitnění služeb agroturistiky, venkovské a zážitkové turistiky.

Kategorizace není nijak závazná a povinná a je pouze na provozovatelově uvážení, zdali certifikaci podstoupí či nikoliv. Účelem tohoto systému je podpora kvality ve službách agroturistiky a venkovské turistiky. Aplikace požadavků tohoto standardu má za úkol přinést užitek jak zákazníkům, tak i provozovatelům agroturistiky a venkovské turistiky v ČR. (Svaz venkovské turistiky a agroturistiky, ©2018)

Kategorie

Dovolená na statku – služby agroturistiky spojené s ubytováním, které poskytuje výhradně zemědělský podnikatel.

Dovolená na venkově – služby venkovské turistiky spojené s ubytováním.

Zážitky na venkově – pravidelně se opakující zážitkový program bez ubytování a tematicky významně spjatý s venkovem a zemědělstvím.

Zážitky v regionech - pravidelně se opakující zážitkový program bez ubytování, který se týká minimálně jednoho okruhu z následujících témat: řemeslo, umění a kultura, přírodní, kulturní, historické a technické památky či regionální speciality. (Svaz venkovské turistiky a agroturistiky, ©2018)

3.3 Význam venkovského cestovního ruchu

Jak uvádí Šimková (2008, s. 12) trávení volného času na venkově znázorňuje symbiózu dvou relativně vzdálených odvětví, a to cestovního ruchu a zemědělství. Venkovský cestovní ruch propojuje tato dvě odvětví a pozitivně působí na fungování a rozvoj zemědělství na venkově. Díky tomuto způsobu trávení volného času dochází k návratu člověka k přírodě, uchovávaní zdravého životního prostředí a respektu k přírodnímu bohatství.

Jak Šimková (2008, s. 12) uvádí dále, konkrétní vlivy této formy cestovního ruchu je možno rozdělit do tří skupin:

1. Význam venkovské turistiky pro místní podnikatele
 - Pro místní podnikatele je to dodatečný zdroj příjmů
 - Možnost dalšího použití vlastních produktů a jejich zpeněžení
2. Význam venkovské turistiky pro danou obec
 - Využití budov, které v místě chátraly
 - Zvyšování úrovně obce
 - Příjmy obce
 - Vznik nových pracovních míst
 - Udržitelnost tradic
 - Využití přírodních a kulturních hodnot v obci
3. Význam venkovské turistiky pro regiony a stát
 - Nová pracovní místa a tím způsobené snižování nezaměstnanosti
 - Rozvoj cestovního ruchu v dané zemi
 - Stabilita na venkově

Celkově lze tedy hodnotit venkovský cestovní ruch velmi pozitivně, jelikož více propojuje společnost s přírodou, tradičními hodnotami a zvyky. Díky tomuto odvětví je možné udržet fungování řady malých podniků na venkově, vytvářet nová pracovní místa a šířit povědomí o stylu života na venkově.

4 ANALYTICKÉ METODY

V rámci teoretické části jsou dále popsány pojmy, týkající se analytických metod, které byly použity v praktické části diplomové práce. Kapitola obsahuje teoretické vysvětlení ekonomicko-geografické analýzy, SWOT analýzy a dále se také věnuje rozhovoru, který byl v praktické části diplomové práce hojně použit.

4.1 Ekonomicko-geografická analýza v cestovním ruchu

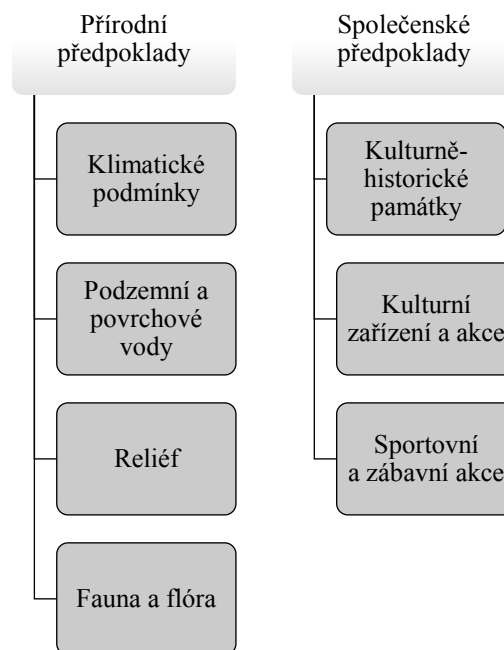
Ekonomicko-geografická analýza je souborem faktorů, které ovlivňují rozvoj cestovního ruchu v určité destinaci. Jsou to tzv. předpoklady cestovního ruchu, které jsou souhrnem přírodních aspektů a činností člověka, které vytvářejí předpoklady pro realizaci cestovního ruchu v dané lokalitě. (Kotíková, Schwartzhoffová, 2017, s. 53)

Do předpokladů cestovního ruchu lze zařadit tři druhy faktorů, které realizaci cestovního ruchu v dané destinaci významně ovlivňují. Jsou jimi lokalizační, realizační a selektivní faktory. (Udržitelnost v CR, ©2015)

4.1.1 Lokalizační faktory

Mezi lokalizační faktory jsou řazeny přírodní a společenské atraktivity, které jsou pro danou destinaci předurčeny a jsou prakticky neměnné. Ryglová, Burian a Vajčnerová (2011, s. 34-35) mezi přírodní podmínky lokalizačních faktorů řadí především klima, charakter terénu, hydrologické poměry, přírodní atraktivity, živočišstvo a rostlinstvo. Dále uvádí, že lepší předpoklad pro cestovní ruch má takové místo, které disponuje příjemnějším klimatem, ojedinělou modelací terénu, působivou scenerií či exotičtější faunou a flórou. Jako společenské atraktivity lze zařadit zejména památky včetně technických. Důležitou roli u památek hraje jejich významnost a proslulost, ostatní většinou fungují jako doplňující atraktivity. Do této skupiny lze zařadit také nehmotné atraktivity dané oblasti, jako jsou např. události, místní zvyky či slavnosti nebo také místní gastronomie.

Autorka Hamarnehová (2012, s. 17) také rozděluje lokalizační předpoklady na přírodní a společenské a jejich složky lze přehledně vidět na obrázku 3.



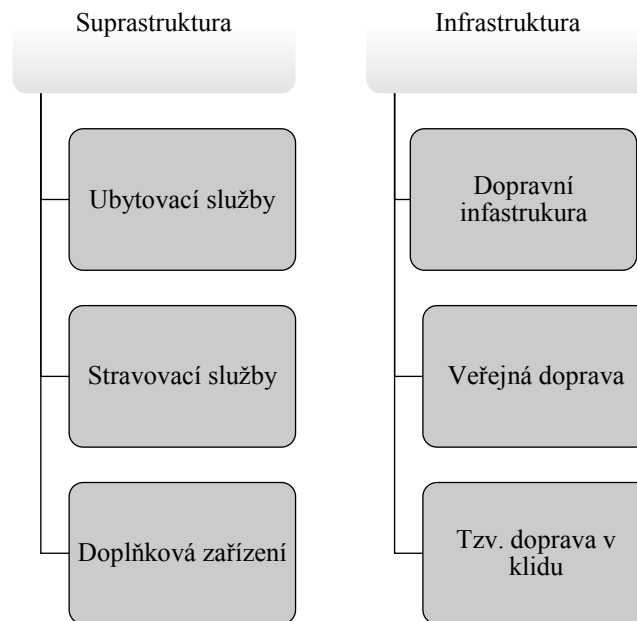
Obrázek 3: Lokalizační předpoklady turismu (Hamarnehová, 2012, s. 17)

4.1.2 Realizační faktory

Realizační podmínky popisuje Ryglová (2009, s. 28) jako dominantní faktor v konečné fázi účasti na cestovním ruchu. Jedná se totiž o podmínky, díky kterým se turista do požadovaného místa dostane a může si díky nim užít přírodní a společenské faktory cestovního ruchu.

Kotíková a Schwartzhoffová (2017, s. 53) tyto faktory charakterizují jako předpoklady, které umožňují rozvoj a realizaci cestovního ruchu na daném území. Konkrétně je sem zařazena dopravní dostupnost a turistická infrastruktura.

Autorka Hamarnehová (2012, s. 19) vysvětluje realizační předpoklady jako podmínku k realizaci turismu v daných místech, díky kterým dochází k funkčnímu využití lokalizačních předpokladů, tedy přírodních a společenských atraktivit. Autorka realizační předpoklady rozděluje na suprastrukturu a infrastrukturu. Složky těchto dvou forem jsou popsány na obrázku 4.

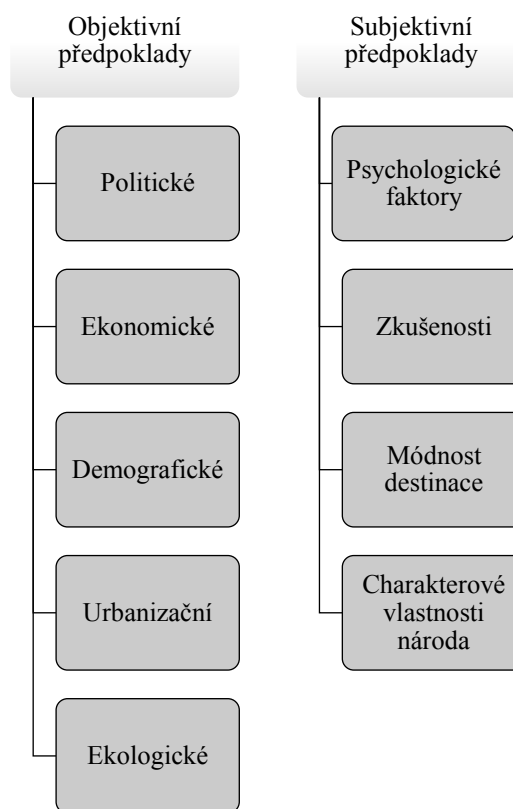


Obrázek 4: Realizační předpoklady turismu (Hamarnehová, 2012, s. 19)

4.1.3 Selektivní faktory

Selektivní faktory popisují Ryglová, Burian a Vajčnerová (2011, s. 37) jako faktory, které stimulují vznik a rozvoj cestovního ruchu. Stručně a výstižně je možné tyto faktory vysvětlit pomocí porovnání s předcházejícími. A to tak, že lokalizační faktory představují to, co „se musí vidět“, realizační faktory prezentují to, jakým způsobem se dá na dané místo dostat a zda je pro něj v daném místě určité zázemí. Selektivní faktory určují, zda cestovní ruch v daném místě může existovat, jestli do místa někdo přijede a pokud ano, tak kdo a v jakém počtu.

Selektivní faktory jsou rozděleny na objektivní a subjektivní. Objektivní faktory mají vliv na cestovní ruch v dané lokalitě a řadí se sem hospodářská úroveň, politická situace, charakter osídlení a stav životního prostředí. Do subjektivních faktorů patří faktory jako psychologické vlivy, znalost jazyků, zkušenosti apod. (Kotíková, Schwartzhoffová, 2017, s. 54)



Obrázek 5: Selektivní předpoklady turismu (Hamarnéková, 2012, s. 14)

4.2 SWOT analýza

SWOT analýza je podle Kozla, Mynářové a Svobodové (2011, s. 45 -47) jednou z nejjednodušších metod, které vedou k identifikaci silných a slabých stránek firmy a k definování příležitostí či hrozeb v okolí podniku.

Silné a slabé stránky se zabývají vnitřním prostředím podniku, vyhodnocují tedy zdroje firmy a jejich využívání, plnění cílů firmy, řízení nákladů apod. Příležitosti a ohrožení firmy představují vlivy, které na fungování podniku působí z vnějšího prostředí, a to makroprostředí či konkrétní trh. (Kozel, Mynářová a Svobodová, 2011, s. 45-47)

Zelenka (2010, s. 45) popisuje smysl této metody především ve dvou dílčích analýzách, díky kterým dochází ke klasifikaci a hodnocení jednotlivých faktorů. Při porovnání dvou skupin faktorů, kde na jedné straně jsou silné a slabé stránky z vnitřního prostředí podniku a na straně druhé příležitosti a nebezpečí, které na podnik působí zvenčí, dochází k analýze vzájemné interakce těchto dvou skupin faktorů. V rámci této analýzy jsou získávány nové kvalitativní informace.

Podle Jakubíkové (2012, s. 98) je SWOT analýza jednoduchým nástrojem, který charakterizuje klíčové faktory působící na postavení firmy. V tabulce 1 lze vidět faktory a jejich charakteristiky rozdělené do čtyř kvadrantů.

Tabulka 1: SWOT analýza (Jakubíková, 2012, s. 99)

SILNÉ STRÁNKY (+)	SLABÉ STRÁNKY (-)
Výhody jak pro firmu, tak pro zákazníky Interní faktory firmy, které zajistí silnou pozici podniku na trhu – dovednosti, schopnosti, zdroje	Činnosti, které firma nedělá dobře Činnosti, které dělá lépe konkurence
PŘÍLEŽITOSTI (+)	HROZBY (-)
Skutečnosti, které mohou zvýšit poptávku nebo lépe uspokojit potřeby zákazníků.	Skutečnosti, trendy, událost, které mohou mít negativní vliv na poptávku

4.3 Rozhovor

Rozhovor patří do primárního marketingového výzkumu, pro který je typické získávání informací od respondentů přímým kontaktem. Díky primárnímu výzkumu jsou získávána primární data, která dosud v dané podobě neexistovala. Jsou to tedy data pořízená za účelem konkrétního výzkumu. Na rozdíl od primárních, sekundární data jsou taková, která byla získána v souvislosti s nějakým výzkumem realizovaným v minulosti a nyní jsou tato data použita pro jiný marketingový výzkum. Sekundární data je možné označit v procesu marketingového výzkumu za rychlejší a levnější cestu. Do primárního marketingového výzkumu lze společně s rozhovorem zařadit také např. dotazování, experiment, či pozorování. Mimo přímý osobní kontakt s respondenty lze použít i zprostředkovaný přenos přes různá média – telefon, e-mail či dotazník na webu. (Tahal 2017, s. 28; Zelenka, 2010, s. 29)

Rozhovor je řazen do kvalitativního výzkumu, díky němuž lze získat tzv. měkká data, což jsou informace, které firmám mohou pomoci při vývoji produktu a aplikace marketingové komunikace. Na rozdíl od kvantitativního výzkumu, který se zabývá statistickou analýzou dat, se kvalitativní výzkum zaměřuje zejména na obsahovou analýzu pořízení dat, tedy hledá odpovědi na otázku „proč“. Na základě strukturovaného rozhovoru probíhá kvalita-

tivní výzkum mezi výzkumníkem a skupinou respondentů či jednotlivcem. Výzkumník neboli moderátor musí být schopen řídit rozhovor tak, aby nedošlo k odklonu od tématu a byla dodržena délka trvání. (Tahal, 2017, s. 42)

Tahal (2015, s. 69-71) píše, že existují dva typy rozhovoru, a to hloubkový rozhovor a expertní rozhovor. Podstatou věci a strukturou průběhu výzkumu k sobě mají tyto dva typy blízko, přesto je důležité popsat rozdíl mezi nimi. Expertní rozhovor probíhá s profesionálem na danou problematiku, respondenty tedy bývají lékaři, manažeři či ředitelé firem. Nejedná se tedy o roli zákazníka či spotřebitele, ale o profesionálního poskytovatele produktu či služby, což je podstatný rozdíl od hloubkového rozhovoru, kde je respondentem potenciální spotřebitel.

Autor dále popisuje důvody realizace individuálního hloubkového rozhovoru se spotřebiteli, které jsou dvojího typu:

- Spotřebitelé a takové cílové skupiny, kde je velmi obtížné svolat více respondentů na jedno místo
- Jedná se o citlivé téma, při kterém by respondenti nechtěli hovořit před ostatními nebo by měli obavu vyjádřit svůj názor

Foret a Stávková (2003, s. 46) popisují dvě formy rozhovoru, a to tzv. neřízený rozhovor, který je charakteristický co nejmenším vstupováním tazatele do rozhovoru. Naopak řízený rozhovor má také volnější formu, ale tazatel respondenta usměrňuje, aby nedošlo k odklonu od tématu. Na pomezí těchto dvou forem leží ještě tzv. polostandardizovaný rozhovor, v němž jsou využity výhody obou typů.

Podle Kozla, Mynářové a Svobodové (2011, s. 191) je polostandardizovaný rozhovor tvořen seznamem předem daných otázek, které musí zaznít většinou v předem stanoveném pořadí. Dále jsou doplňovány dotazy ve volné návaznosti na to, jaké přicházejí odpovědi, ale při tom tazatel hlídá, aby nedošlo k odklonu od tématu, a celý rozhovor udržuje v dané problematice.

II. PRAKTICKÁ ČÁST

5 SITUAČNÍ ANALÝZA

Následující kapitola se zabývá situační analýzou daného regionu. V rámci této části diplomové práce byl představen objekt a provedena analýza současného stavu objektu. Dále byly provedeny a vyhodnoceny dílčí analýzy, kterými jsou ekonomicko-geografická analýza, SWOT analýza a hloubkové a expertní rozhovory.

5.1 Charakteristika a současný stav objektu

Objekt historického mlýna je ve vlastnictví majitele stavební firmy. Tato firma s podnikatelskou historií 25 let má stabilní postavení na trhu se stálými zákazníky a dlouhodobě vykazuje kladné hodnoty v obratu. Disponuje dostatečným finančním kapitálem pro realizaci projektu. Podnikatelská rizika na tomto projektu jsou eliminována dlouholetými zkušenostmi na řadě projektů obdobného charakteru.

Důvodem investice do tohoto objektu byla blízkost lokality a hlavně osobní potřeba majitele zastavit další chátrání objektu se zajímavou historií. Původním plánem bylo využití objektu jako zázemí pro projekční a stavební firmu. Postupem času dospěl k myšlence možného využití v oblasti cestovního ruchu, jelikož atraktivní vzhled objektu vyvolává u lidí zájem.

Objekt historického mlýna se nachází na samém konci obce Bransouze, a to směrem na město Třebíč. U objektu se nachází travnatá plocha o výměře cca 1,5 ha a je ohraničená řekou Jihlavou. Podrobnosti v příloze P I. Na severní straně areálu se řeka rozděluje na dvě ramena, kde levé rameno tvoří hranici mezi areálem historického mlýna a chatovou oblastí, která se nachází východně od areálu. V této oblasti se nachází cca 30 chat, které se podél řeky táhnou jižním směrem k obci Čichov. Mapa v příloze P II. Pravé rameno protéká přímo areálem a je na něm vybudována fungující elektrárna.

Objekt je tvořen několika vzájemně propojenými budovami a uprostřed se nachází nádvoří. V současnosti je stavba stále ve stádiu rekonstrukce. Veškeré stavební práce jsou prováděny pomocí moderní techniky se záměrem vybudovat středověký hrádek. Na obrázku 6 je možné vidět současný vzhled objektu z přilehlé silnice.



Obrázek 6: Současný vzhled objektu (vlastní zpracování)

První budova u silnice (na obrázku 6 bílá budova s hrázděním), je již kompletně zrekonstruovaná. Skládá se ze tří pater a prostory jsou připraveny pro restauraci. V přízemním patře se nacházejí sklepní prostory, a to konkrétně vinný salonek a pivní salonek, které mohou sloužit uzavřeným soukromým akcím pro cca 20 osob. Z těchto prostor je možné vyjít přímo na nádvoří. Dále se v těchto přízemních prostorách nachází sociální zařízení, zázemí pro personál a v odlehle části skladové prostory. Půdorys přízemí v příloze P III.

V prvním nadzemním patře, do kterého se vstupuje od silnice (na obrázku 6 vchod s bílou výplní), se nachází rozsáhlá terasa, jež by v létě mohla sloužit k venkovnímu posezení. Projde-li se terasou, vejde se do hlavní budovy, v níž je navrhován hlavní prostor restaurace. Na fotografiích současného stavu v příloze P IV je možno vidět, že je v interiéru použita řada detailů, které středověkého ducha vyzdvihují. Jako např. dveře, kliky, panty, osvětlení či kování. Ve velké míře je zde použito hrubě opracované dřevo a kámen. Po levé straně

u vchodu navrhuji umístění baru a zázemí pro servis, dále samotný prostor restaurace a za schodištěm kuchyně. Půdorys prvního podlaží v příloze P V.

Ve druhém nadzemním podlaží navrhuji další část restaurace, která bude nabízet intimnější prostředí, dále pak kancelář a zázemí pro personál. V další budově se v přízemí nachází prostorná místnost pro cca 70 lidí a další prostory zatím nemají naplánováno žádné využití.

Travnatá plocha, která se u areálu nachází, v současnosti poskytuje v nejbližší části výběh pro zvířata a není zatím nijak jinak využita. V současné době je v provozu vodní elektrárna, jejíž přebytky jsou prodávány do sítě.

V budovách jsou již nataženy inženýrské sítě, jako vodovod, kanalizace a elektřina. Voda a kanalizace je napojená na obecní řád. Objekt disponuje i vlastní studnou, kde je užitková voda. Objekt by měl být vytápěn elektřinou a kotli na tuhá paliva. V současnosti hotové přízemní prostory slouží jako sklady pro stavební materiál.

5.2 Historie objektu

Z informací pana majitele, který se historií objektu intenzivně zabýval, je zřejmé, že historie objektu sahá až do středověku. V těchto dobách zde stával panský mlýn, který byl provozován až do průmyslové revoluce. Poté zde byla vybudována soukromým podnikatelem jirchárna na úpravu kůží. Během druhé světové války zde byly vybudovány vodní turbíny pro pohon strojů, jež byly později přestavěny na vodní elektrárnu.

Po roce 1948 byla fabrika znárodněna a byl zde umístěn sklad sběrných surovin a později výroba pro BOPO Třebíč. Po revoluci v roce 1989 dostali areál zpět původní majitelé, výroba zde ustala a objekt začal silně chátrat. Současný majitel ho koupil ve zdevastovaném stavu v roce 2001. Od té doby prakticky probíhá nepřetržitá rekonstrukce. Nejprve byla opravena vodní elektrárna, jejíž rekonstrukce trvala 7 let.

5.3 Ekonomicko-geografická analýza

V této části práce byla provedena analýza dané lokality a jejího okolí, a to lokalizačních, realizačních a selektivních předpokladů. Byly vyhodnoceny pozitivně i negativně působící činitelé v dané lokalitě.

5.3.1 Lokalizační předpoklady

Lokalizační předpoklady určitého místa prezentují přírodní a společenské atraktivity. Aby se nějaká oblast či místo mohly stát destinací cestovního ruchu, měly by rozhodně nějaké z těchto atraktivit nabízet, aby měl turista důvod dané místo navštívit.

5.3.1.1 Přírodní atraktivity

Území okresu Třebíč se rozprostírá na jihovýchodní části Českomoravské vrchoviny, kde nižší polohy této oblasti jsou tvořeny údolními řek Jihlavy, Oslavy a Rokytné. Tyto tři toky jsou hlavní v trebičském okrese, ale nepřilíší vodnaté a chudé na vodu, což ale vynahrazuje relativně vysoký počet rybníků, které se v této oblasti nachází. Třebíčský okres se od ostatních na Vysočině dále vyznačuje vysokou zalesněností. Lesy se v této oblasti rozprostírají

na více jak jedné čtvrtině celého území. Značně zalesněná krajina nabízí každoročně, koncem léta a začátkem listopadu, doslova houbařský ráj. (Charakteristika okresu Třebíč, ©2013)

Jak je uvedeno výše, řeka Jihlava není zrovna vodnatá, ale pro vodáky dostupná. Plavba po řece je spíše pro klidnější povahy, které nevyhledávají adrenalin, jelikož není nijak divoká, ale za to nabízí velmi atraktivní přírodní úkazy. Je potřeba si při sjezdu řeky v úseku mezi Jihlavou a Třebíčí dávat pozor na padlé stromy a v některých místech je poměrně málo vody, ale i přes to všechno je tato trasa pro vodáky, kteří vyhledávají klid a ocení krásnou a klidnou přírodu, atraktivní. (Řeka Jihlava z Dolního Smrčného do Třebíče, ©2014)

Okolní krajina vybízí od jara do podzimu k procházkám či vyjížděnkám na koni, kole nebo koloběžce, a to ať už lesem, po louce či po místní cyklostezce. V zimě je možné okolní krajinu využít k běžeckému lyžování, kde si běžkař prošlápne vlastní trasu nebo využije vyšlápnutých cestiček od místních rekreačních běžkařů.

5.3.1.2 Společenské atraktivita

Mezi nejbližší kulturně historickou památku u areálu lze zařadit rozvaliny někdejší vladické tvrze o průměru 30 metrů, které se nachází na levém břehu řeky Jihlavy. Pozůstatky tvrze se nacházejí přímo nad areálem historického mlýna. Investor objektu se historií této tvrze intenzivně zabýval a pomocí detektoru kovu v rozvalinách hledal historické předměty. V současnosti má již zajímavou sbírku, která by mohla být v areálu historického mlýna vystavena veřejnosti. (Tvrz Bransouze, ©1995-2018)

Pravidelně se v obci konají akce, jako hasičský ples, masopustní průvod, velikonoční tvoření, dětský karneval či neckyáda. V průběhu letních prázdnin je na travnaté ploše u hřiště pořádána venkovní zábava. (Bransouze, [b.r.]

Co se týče sportovních aktivit, přímo v obci Bransouze, na levém břehu řeky Jihlavy, je vybudován plavecký areál, jehož součástí je bazén a ubytovna s šedesáti lůžky. Občanům i návštěvníkům slouží tenisový kurt a fotbalové hřiště. (Bransouze, [b.r.]

Mezi další kulturní zajímavost v okolí lze zařadit zříceninu hradu Rokštejn, která se nachází 4 km od obce Bransouze a je možné se k ní dostat po cyklostezce. Hradní zřícenina Rokštejn se rozprostírá nad údolím říčky Brtnice. V dávné historii na místě stával gotický hrad. Ve 14. století byl hrad přestavěn a následně se pak plánovaly ještě další přestavby, díky kterým byl hrad velmi detailně prozkoumán archeology, a tím hrad Rokštejn patří

k nejlépe prozkoumaným středověkým hradům v České republice. (Zřícenina hradu Rokštejn, ©2018)

Další historicko-kulturní dominantou v okolí je zámek Brtnice, který se nachází 7 km od obce Bransouze. Zámek Brtnice je tvořen zámeckými budovami a opevněním gotického hradu, díky kterým je návštěvníkovi poskytnuta k vidění ojedinělá kombinace. V zámku je od roku 2015 k vidění expozice s názvem Černá smrt – Historie morových ran. Zámek je otevřen od dubna do září. (Zámek Brtnice – moravské Hradčany, ©2018)

Mezi atraktivní turistické cíle v okolí nutno zahrnout památky a zajímavá místa ve městě Třebíč, které je vzdálené cca 20 km a je možné se tam z obce Bransouze dostat hned čtyřmi způsoby, a to po cyklostezce, autem či vlakem a dobrodružnější povahy mohou do Třebíče doplnout na kanoji po řece Jihlavě. Na opačnou stranu, směrem na Jihlavu, se turista dostane vlakem, autem či využitím cyklostezky.

Město Třebíč jako hlavní, kulturně-historickou dominantu nabízí Židovskou čtvrť, která je společně s židovským hřbitovem a románsko-gotickou Bazilikou sv. Prokopa zapsaná od roku 2003 na Seznamu světového kulturního a přírodního dědictví UNESCO. V Židovské čtvrti je možno navštívit zadní či přední synagogu, židovské muzeum, chudobinec či rabinát. Všechny tyto budovy jsou propojeny naučnou stezkou „Po stopách opatů a rabínů.“ Nutno podotknout, že třebíčský židovský hřbitov patří k největším v České republice. Během roku jsou v Židovské čtvrti konány různé akce a festivaly, které jsou spojeny s židovskou kulturou, tradicemi a svátky. (Židovská čtvrť v Třebíči, ©2018)

Dále je pak možné v Třebíči navštívit Aquapark Laguna s plaveckým bazénem, wellness centrem a tobogánem, který byl nedávno zrekonstruován. V letních měsících je k dispozici letní koupaliště Polanka, které je vybudováno v historických říčních lázních. Dále je pak možno v Třebíči navštívit elektrotechnické centrum Alternátor, které je centrem vědy a techniky a nabízí zábavu a tvůrčí činnosti. V neposlední řadě pak ve městě za prohlídku stojí náměstí s řadou významných domů či městská věž. Během léta jsou tu pak pořádány různé kulturní akce, jako např. Zámostí, Oslavy růžového vína, Oživené židovské město či Slavnosti Tři kápi.

Krajské město Jihlava také disponuje řadou atraktivních míst. Za návštěvu určitě stojí ZOO, která byla v posledních letech zvelebena a rozšířena. Pro akčnější povahy město nabízí řadu, v současné době oblíbených, „Exit games“ či „Laser games“. Při návštěvě města by měl turista určitě zabloudit do jihlavského podzemí, jež je druhé největší v České

republice. Dále je možné navštívit Vodní ráj, který má venkovní i vnitřní areál, Galerii Gustava Mahlera, rodinný park Robinson či minigolfové centrum Adventure.

Dále v Jihlavě stojí za prohlídku Masarykovo náměstí s Mariánským sloupem, kašnami a několika významnými domy. Doporučena je také procházka po hradbách, které centrum města lemují a řada kostelů.

5.3.2 Realizační předpoklady

V rámci realizačních předpokladů byly charakterizovány prvky suprastruktury a infrastruktury. Díky těmto prvkům může být cestovní ruch v dané lokalitě realizován.

5.3.2.1 Suprastruktura

Z hlediska ubytovacích služeb v dané lokalitě je poskytováno pouze ubytování v místní ubytovně, která spadá k místnímu koupališti. Je zde poskytováno 40 lůžek a sociální zázemí pouze společné, v přízemí. Toto ubytování je určeno převážně školním výletům max. na 2 noci, popř. přespání pro cyklisty. V rámci tohoto areálu je poskytováno rychlé občerstvení v podobě párku v rohlíku a hranolek. Dále jsou k dispozici v obci i v dalších okolních vesnicích tradiční hostince, které nabízejí především pivo a nealkoholické nápoje.

Na cyklostezce Jihlava – Třebíč je poskytování stravovacích a dokonce ubytovacích služeb velmi omezené. Pokud se turista vydá na cestu z Jihlavy, ať už na kole nebo po řece, je možné se posilnit ve vesnických hostincích, kde je ale sortiment velmi omezen. První kvalitní stravovací podnik se nachází v městysi Luka nad Jihlavou – Kolnička. Tento podnik existuje cca pět let a je mezi cyklisty velmi oblíbený. Funguje pouze v letní sezoně, kdy nabízí regionální pokrmy i nápoje. Disponuje asi 15 místy uvnitř a venku 40 místy a prostorným koutkem pro děti v podobě venkovního dětského hřiště. Toto místo je jihlavskými cyklisty velmi často navštěvováno a v sezoně bývá zahrádka plná. Dále je možné v tomto místě navštívit cukrárnu na náměstí či pizzerii. Pokračují-li cyklisti dále, je možné navštívit v obci Bítovčice Hospůdku U Gurmána, která nabízí velmi kvalitní pokrmy a venkovní posezení. Po cyklostezce dále, směrem k Třebíči, už se žádné kvalitnější stravovací zařízení nenachází. Výše zmiňované rychlé občerstvení na koupališti v Bransouzích, obecní hostince či hospůdky, ale nic, co by mohlo být turistickým cílem. Ještě je možné na trase navštívit ski areál Jalovec, který má ale přes letní sezonu velmi omezenou nabídku poskytovaných služeb.

Co se týče celkově ubytovacích zařízení v třebíčském okrese, lze jejich vývoj vidět v tabulce 2. (Kapacita HUZ, ©2018)

Tabulka 2: Kapacity HUZ v okrese Třebíč (Kapacita HUZ, ©2018)

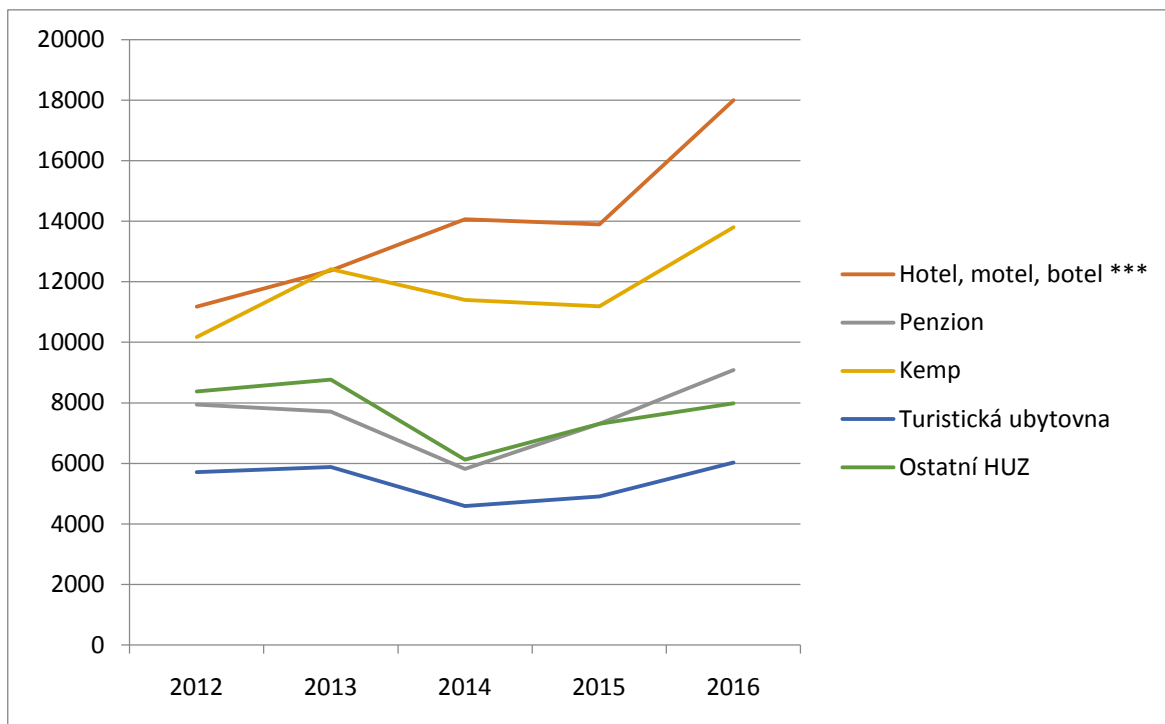
	Počet zařízení	Pokoje	Lůžka
2012	79	1 405	4 158
2013	81	1 429	4 177
2014	69	1 427	3 888
2015	68	1 412	3 855
2016	67	1 449	3 991

Z výše uvedeného je patrné, že v poslední době se počet ubytovacích kapacit snížil. Lze jen těžko odhadovat, co bylo přesnou příčinou tohoto poklesu, ale je možné tento pokles brát jako příležitost k otevření nového podniku, který bude ubytovací služby poskytovat. V zařízeních jsou započítána veškerá hromadná ubytovací zařízení, která se nachází v třebíčském okrese.

V tabulce 3 je možné vidět, návštěvnost v hromadných ubytovacích zařízeních v okrese Třebíč za posledních pět let. Tabulka 3 a graf na obrázku 7 přehledně prezentují rostoucí trend v návštěvě ubytovacích zařízení v třebíčském okrese, což je pozitivní hledisko pro rozvoj cestovního ruchu v dané lokalitě. V posledních dvou letech lze dokonce pozorovat celkový nárůst o bezmála 10 000 návštěv HUZ. (Návštěvnost HUZ, ©2018)

Tabulka 3: Návštěvnost v HUZ v třebíčském okrese (Návštěvnost HUZ, ©2018)

	2012	2013	2014	2015	2016
Návštěvnost v HUZ celkem	61 313	64 914	57 115	62 605	72 532
Hotel, motel, hotel ***	11 183	12 368	14 059	13 892	17 997
Penzion	7 941	7 715	5 817	7 310	9 087
Kemp	10 171	12 412	11 404	11 184	13 795
Turistická ubytovna	5 712	5 879	4 591	4 914	6 029
Ostatní HUZ	8 380	8 763	6 128	7 311	7 988



Obrázek 7: Návštěvnost v HUZ v třebíčském okrese¹ (Návštěvnost HUZ, ©2018)

Vzhledem k výše analyzovaným poznatkům, kde bylo zjištěno, že počet HUZ v okrese se snížil, ale návštěvnost HUZ v třebíčském okrese roste, je možné konstatovat, že současný stav je vhodnou příležitostí pro otevření nového podniku s těmito službami.

5.3.2.2 *Infrastruktura*

Co se týče infrastruktury v dané lokalitě, přímo obec Bransouze disponuje hned několika možnostmi dopravy. Bransouze leží na železniční trati Brno-Jihlava. Vlaková zastávka se nachází přímo v obci, cca 750 m od objektu (10 minut chůze). Vlakem je možné jet směrem na Jihlavu, což trvá cca 30 minut nebo opačným směrem, a to do Třebíče, což je také cca 30 minut. Z Třebíče je pak možné pokračovat dále směrem na Brno. Oběma směry jezdí vlak téměř každou druhou hodinu, v ranní a odpolední špičce jsou spoje častější. Autobusové spoje jsou zde z důvodu vlakové trati omezenější.

V případě cestování autem je možné se do Bransouz dostat sjezdem z dálnice D1 v Jihlavě a pak pokračovat po silnici I. třídy č. 38 a dále z Brtnice je to 6 km po silnici II. třídy

¹ V tabulce jsou prezentována pouze data, která byla poskytnuta na stránkách Českého statistického úřadu. Data z ostatních kategorií UZ nebyla poskytnuta.

č. 403. Z obce Bransouze vedou ještě další silnice II. tříd do okolních vesnic či směrem na Třebíč. Podrobnější dopravní vzdálenosti jsou uvedeny v tabulce 4.

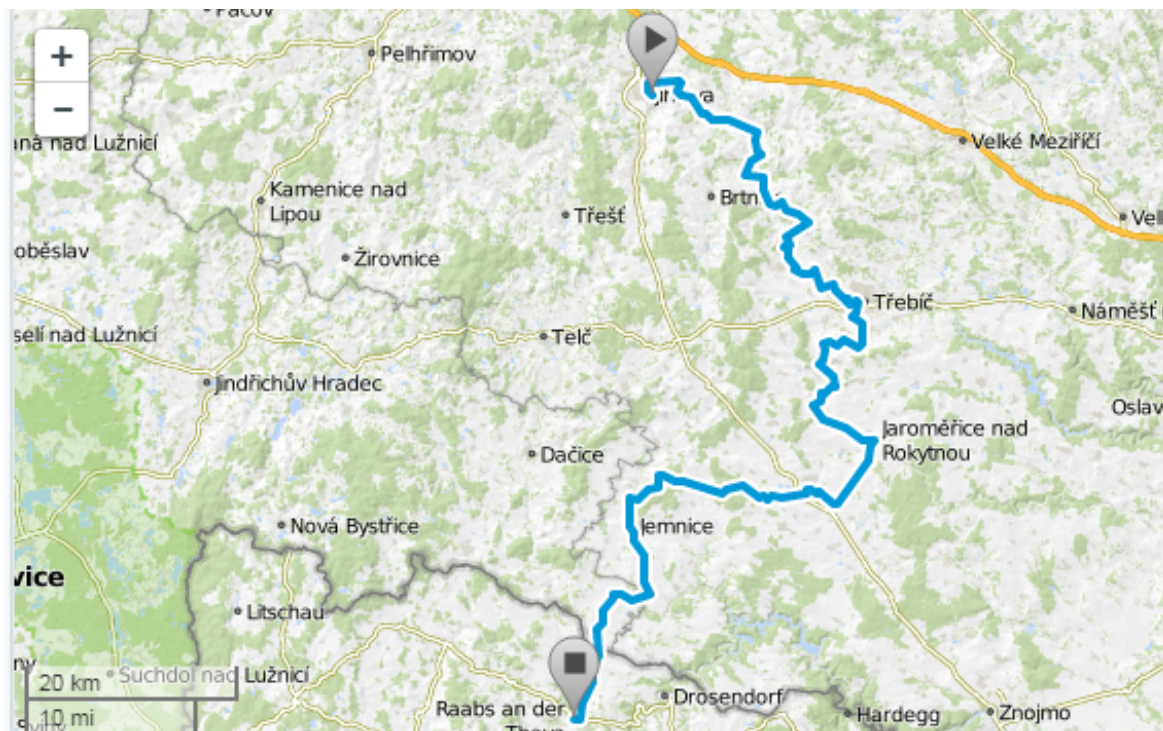
Tabulka 4: Dopravní vzdálenosti (vlastní zpracování)

Železnice	Železniční stanice Bransouze – 750 m
Silnice II třídy	č. 403 – 200 m
Silnice I. třídy	č. 38 – 6 km
Dálnice	Směr Praha (nájezd v Jihlavě) – 27 km Směr Brno (nájezd v Měříně) – 20 km
Letiště	Brno-Tuřany – 88 km

Velmi důležitou roli v rámci infrastruktury v obci hraje cyklostezka Jihlava-Třebíč-Raabs. Obec leží přímo na trase této cyklostezky, která měří celkem 138 km.

První myšlenka o vybudování této mezinárodní cyklostezky vznikla v Třebíči, jako reakce na zvyšující se poptávku místních obyvatel, ale i návštěvníků regionu po aktivním trávení volného času. Základní zásadou při návrzích projektu bylo, aby cyklostezka vedla v maximální možné míře mimo hlavní dopravní komunikace po lesních a polních cestách či klidnějších komunikacích. Mezi městy Třebíč a Jihlava byl hlavní záměr, aby trasa vedla podél řeky Jihlavy malebnou krajinou Vysočiny. Cílem celého projektu nebylo, aby se cyklista dostal co nejrychleji z bodu A do bodu B, ale aby projel co největší kus regionu a poznal krásy Vysočiny. V roce 2002 byla zpracována studie a v dubnu roku 2010 proběhlo slavnostní otevření. (Cyklostezka Jihlava – Třebíč – Raabs, ©2010)

V současnosti je téměř jedna třetina trasy tvořena cyklostezkami, které slouží také jako kvalitní povrch pro in-line bruslaře. Výlet na cyklostezce je možné kombinovat s železniční dopravou, jelikož velká část cyklotrasy je vedena právě v blízkosti trati. (Cyklostezka Jihlava - Třebíč - Raabs, ©2012)



Obrázek 8: Mapa cyklostezky (Cyklostezka Jihlava - Třebíč - Raabs, ©2012)

Tabulka 5 prezentuje výsledky cyklosčítačů, které jsou na cyklostezkách v kraji Vysočina instalovány. Z tabulky 5 je patrné, že v porovnání mezi ostatními cyklostezkami na Vysočině, je pohyb v okolí Bransouz (městys Luka nad Jihlavou je po cyklostezce vzdálen cca 10 km) na nejvyšší úrovni. V roce 2017 za měsíc srpen bylo zaznamenáno na cyklosčítači v Lukách nad Jihlavou celkem 21 000 průjezdů či průchodů, jsou zde započítáni jak cyklisti, in-line bruslaři či uživatelé koloběžek, tak i pěší turisté. (Data z cyklosčítačů, ©2012)

Tabulka 5: Monitoring návštěvnosti cyklostezek (Data z cyklosčítačů, ©2012)

Období jednoho měsíce - srpen 2017	Přibyslav	Luka nad Jihlavou	Nové město na Moravě	Moravské Budějovice
Záznamy celkem	19 397	21 003	15 818	4 131
Nejfrekventovanější den	Neděle	Neděle	Pondělí	Pondělí
Denní průměr	626	678	510	133
Měsíční průměr	19 045	20 622	15 531	4 056

Cyklostezku je tedy možné hodnotit jako velmi atraktivní a hojně využívaný prvek v daném regionu. Je to způsob, jak trávit aktivně volný čas v přírodě, díky kterému je možné se dostat na zajímavá místa daného regionu.

5.3.3 Selektivní předpoklady

Selektivní předpoklady představují základní prvky pro existenci cestovního ruchu v daném regionu. V této kapitole byly analyzovány jak objektivní, tak subjektivní předpoklady pro cestovní ruch dané destinace.

5.3.3.1 Objektivní předpoklady

V rámci objektivních předpokladů byly hodnoceny demografické, ekonomické a další faktory, které mají bezprostřední vliv na danou lokalitu.

DEMOGRAFICKÉ FAKTORY

Přehled demografických údajů v obci Bransouze je patrný v tabulkách 6 a 7. V tabulce 6 je vidět od roku 2008 klesající tendence obyvatel. Je to dáno ať už úmrtností, tak i zápornými hodnotami v celkovém přírůstku. Od roku 2012 se neuskutečnil v obci žádný sňatek. Z tabulky 7 je patrné, že nejvíce obyvatel v obci je ve věku 15-64 let a průměrný věk je kolem 45 let. (Český statistický úřad, ©2018)

Tabulka 6: Demografické údaje o obci Bransouze (Český statistický úřad, ©2018)

	Narození	Zemřelí	Celkový přírůstek	Počet obyvatel celkem	Sňatky	Rozvody
2008	1	2	4	256	1	-
2009	2	3	-7	249	3	-
2010	1	2	2	251	2	1
2011	2	3	-5	247	2	-
2012	1	-	2	249	3	-
2013	1	3	-2	247	-	-
2014	2	3	-2	245	-	-
2015	-	3	-6	239	-	-
2016	2	4	-3	236	-	1

Tabulka 7: Stav obyvatel v obci Bransouze (Český statistický úřad, ©2018)

	Celkem	Muži	Ženy
Počet obyvatel	236	118	118
Z toho věku (let)	0-14	-	-
	15-64	-	-
	65 a více	-	-
Průměrný věk (let)	45,5	46,1	45,0

Pro porovnání s celkovými hodnotami za třebíčský okres jsou k dispozici tabulky 8 a 9. Za třebíčský okres je patrný lehký nárůst narození a snižující se úmrtnost. Celkový počet obyvatel v kraji má dlouhodobou klesající tendenci. U sňatků je možné pozorovat stále kolísání kolem 500 uzavřených sňatků za rok, což lze považovat za pozitivní vjem, který udává, že lidé v regionu mají o uzavírání sňatků zájem. U rozvodů je pozorována klesající tendence. Věková struktura je relativně porovnatelná s věkovou strukturou v obci Bransouze, jednotlivé věkové kategorie oscilují kolem stejného procenta. Je patrné, že nejvíce lidí je v třebíčském okrese ve věkovém rozmezí 15-64 let a důchodců nad 65 let je více než dětí do 14 let. Zde se tedy potvrzuje celosvětový demografický trend – stárnutí populace. Průměrný věk je jak v třebíčském okrese, tak v obci Bransouze nad hranicí 40 let.

Tabulka 8: Stav obyvatel v okr. Třebíč (Český statistický úřad, ©2018)

	Celkem	Muži	Ženy
Počet obyvatel k 31. 12. 2016	111 651	55 329	56 322
Z toho věku (let)	0-14	-	-
	15-64	-	-
	65 a více	-	-
Průměrný věk (let)	42,5	41,2	43,8

Tabulka 9: Demografické údaje o okrese Třebíč (Český statistický úřad, ©2018)

	Narození	Zemřelí	Počet obyvatel celkem	Sňatky	Rozvody
2008	1 200	1 108	114 028	486	340
2009	1 153	1 182	113 812	466	255
2010	1 110	1 109	113 590	510	275
2011	1 088	1 118	113 330	486	283
2012	1 080	1 154	112 833	501	248
2013	1 032	1 094	112 372	415	272
2014	1 086	1 082	112 076	491	229
2015	1 146	1 037	111 873	494	207
2016	1 127	1 063	111 651	545	136

Další analýza se týká zpřehlednění rozložení obyvatelstva v rámci věkových kategorií. Tabulka 10 porovnává věkové rozložení obyvatelstva obce Bransouze versus celý třebíčský okres. (Český statistický úřad, ©2018)

Tabulka 10: Obyvatelstvo podle věkových skupin (Český statistický úřad, ©2018)

	0-4	5-9	10-14	15-19	20-24	25-29	30-34	35-39	40-44	45-49	50-54	55-59	60-64	65-69	70-74	75-79	80-84	85+
Obec																		
Bransouze	3%	3%	6%	6%	6%	4%	6%	9%	9%	3%	4%	8%	11%	8%	7%	3%	3%	2%
Okres																		
Třebíč	5%	5%	5%	5%	6%	7%	7%	7%	8%	7%	7%	7%	7%	6%	5%	3%	2%	2%

Tabulka 10 přehledně prezentuje rozdíly či shody obce Bransouze s okresními hodnotami. Nejpočetnější věkovou kategorií v obci Bransouze jsou občané od 35 do 44 let a dále pak kategorie důchodců v rozmezí 60 – 64 let. V rámci celého okresu jde od hranice 24 let až po 60 let o relativně vyrovnané hodnoty, lze tedy říci, že ve věkové struktuře obyvatelstva okresu Třebíč nepřevládá nijak výrazně žádná věková skupina a globální problém stárnutí populace zde není nijak značně patrný.

MÍSTNÍ PODNIKY A MÍRA NEZAMĚSTNANOSTI

V obci Bransouze bylo v roce 2017 registrováno celkem 40 podnikatelských subjektů, z čehož jich 25 bylo aktivních. Nejvíce registrovaných podniků, jak je patrné z tabulky 11, bylo v průmyslu, v kategorii ubytování, stravování a pohostinství a také ve skupině profesních, vědeckých a technických činností. V rámci skupiny poskytujících služby ubytovací,

stravovací a pohostinské jsou z registrovaných 5 podniků aktivní pouze dva. (Český statistický úřad, ©2018)

Tabulka 11: Podniky v obci Bransouze (Český statistický úřad, ©2018)

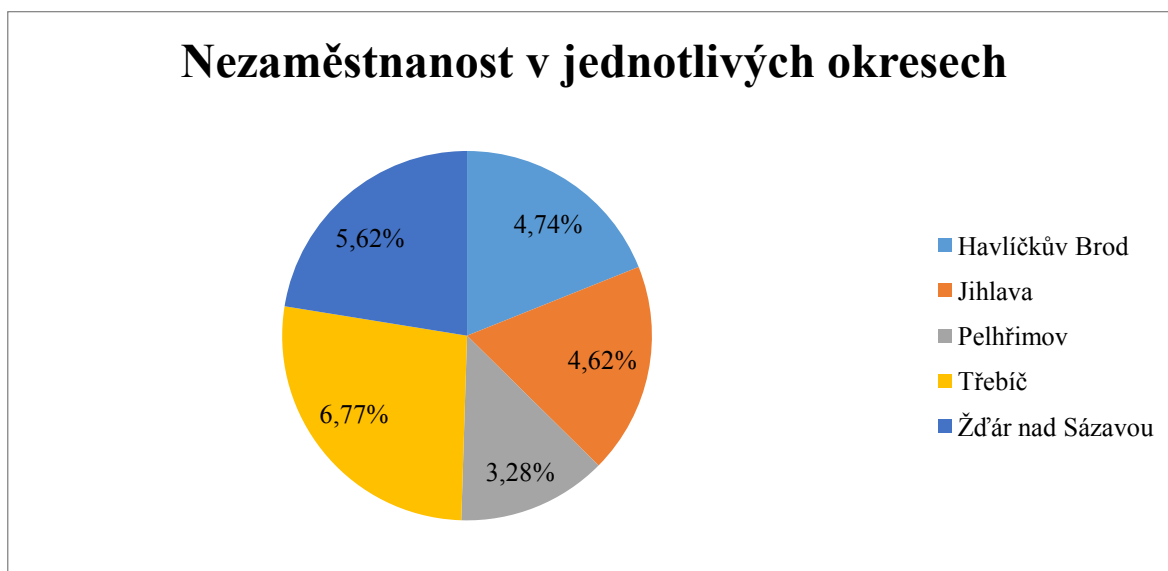
	Registrované podniky	Podniky se zjištěnou aktivitou
Celkem	40	25
Zemědělství, lesnictví, rybářství	3	3
Průmysl celkem	5	3
Stavebnictví	3	3
Velkoobchod a maloobchod; opravy a údržba motorových vozidel	4	3
Doprava a skladování	4	3
Ubytování, stravování a pohostinství	5	2
Informační a komunikační činnosti	.	.
Peněžnictví a pojišťovnictví	1	.
Činnosti v oblasti nemovitostí	.	.
Profesní, vědecké a technické činnosti	5	2
Administrativní a podpůrné činnosti	1	1
Veřejná správa a obrana; povinné sociální zabezpečení	2	2
Vzdělávání	.	.
Zdravotní a sociální péče	.	.
Kulturní, zábavní a rekreační činnosti	1	.
Ostatní činnosti nezařazeno	5	2
	.	.

Co se týče nezaměstnanosti, je z tabulky 12 zřejmé, že přímo v obci Bransouze není problém nezaměstnanosti nijak výrazný, ale přeci jen 6 lidí zaměstnáno v roce 2017 nebylo. Je možné, že někdo z této skupiny by novou pracovní příležitostí v místě bydliště uvítal a o pracovní místo v podniku cestovního ruchu by měl zájem. V rámci celého okresu lze vidět velmi výrazně klesající nezaměstnanost. Od roku 2013 se počet nezaměstnaných v třebíčském okrese snížil přesně o 4 500. (Český statistický úřad, ©2018)

Tabulka 12: Počet nezaměstnaných osob (Český statistický úřad, ©2018)

	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Bransouze	-	-	5	6	8	6
Okres Třebíč	7 735	8 148	7 418	6 336	5 122	3 648

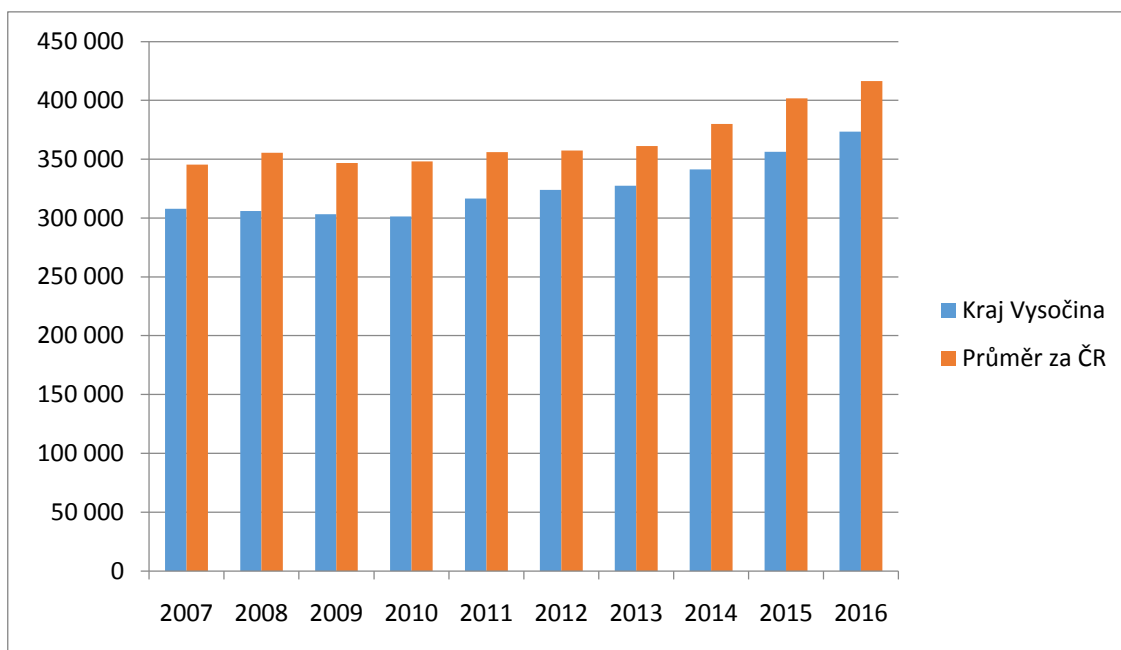
Pokud jde o porovnání jednotlivých okresů v kraji Vysočina v rámci nezaměstnanosti, graf na obrázku 9 uvádí, že třebíčský okres je na tom s 6,77 procenty nejhůře a nezaměstnanost je zde ze všech 5 okresů kraje Vysočina nejvyšší. (Počet nezaměstnaných osob, ©2018)



Obrázek 9: Nezaměstnanost v okresech (Počet nezaměstnaných osob, ©2018)

HRUBÝ DOMÁCÍ PRODUKT

V rámci ekonomických ukazatelů lze porovnat HDP vybrané lokality s celou Českou republikou. Hrubý domácí produkt je důležitým ukazatelem při hodnocení ekonomické stability dané lokality. Podle grafu na obrázku 10 lze říci, že kraj Vysočina za průměrem České republiky v rámci HDP na 1 obyvatele nijak výrazně nezaostává, nýbrž ho stále následuje. Od roku 2010 lze vidět mírnou, ale neustále rostoucí tendenci hrubého domácího produktu.



Obrázek 10: HDP na 1 obyvatele (Hrubý domácí produkt v krajích ČR, [b.r.]

HOSPODAŘENÍ OBCE

Vzhledem k tomu, že je objekt lokalizován v malé obci v kraji Vysočina, je důležité analyzovat hospodaření obce.

Na základě zveřejněného výkazu zisků a ztrát obce za rok 2016 činily celkové náklady obce 5 971 799,32 Kč a výnosy ve výši 3 288 616,02 Kč. Lze tedy konstatovat, že výsledek hospodaření obce za rok 2016 byl ztrátový ve výši 2 683 183,30 Kč. Největší nákladovou položkou za dané období byly investice do oprav a údržby. V porovnání s předcházejícím obdobím je výsledek hospodaření velmi odlišný, jelikož v předchozím účetním období došlo k pozitivnímu výsledku hospodaření, a to 1 058 110,80 Kč. (Rozpočty a hospodaření obce Bransouze, ©2018)

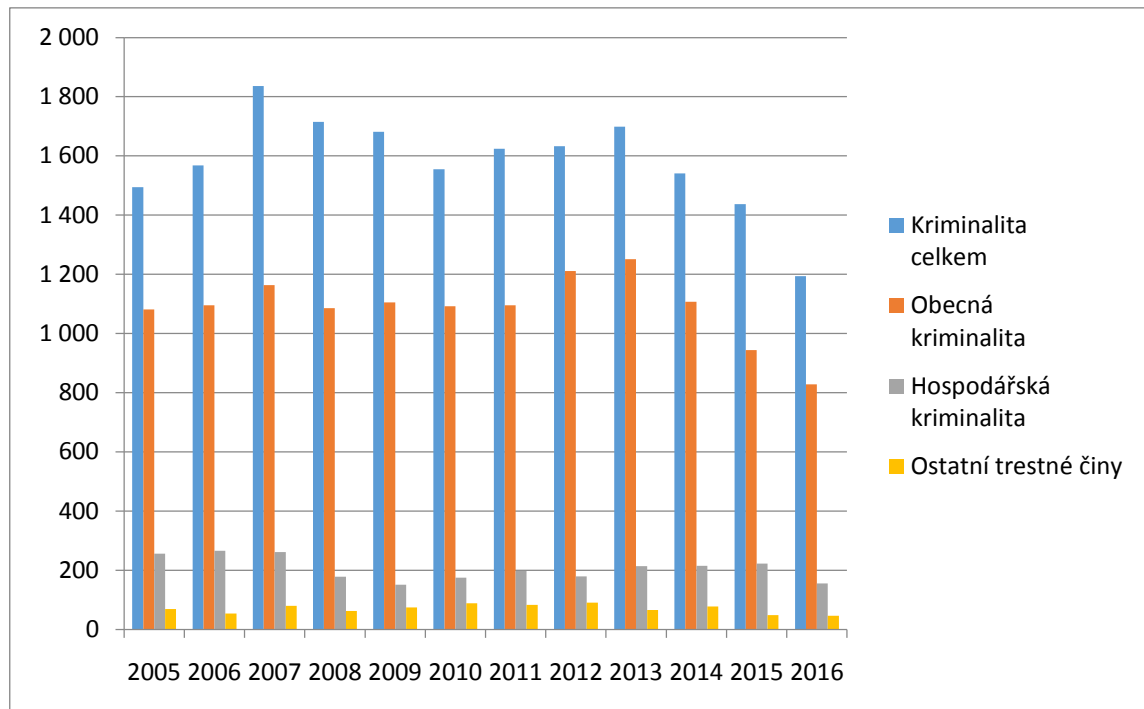
Dále obec již zveřejnila předpokládané příjmy a výdaje v následujících třech letech. V tabulce 13 lze vidět velmi optimistický výhled hospodaření obce. Pokud by bylo těchto plánovaných hodnot dosaženo, mohlo by být uvažováno o podpoře podnikatelského subjektu. (Rozpočty a hospodaření obce Bransouze, ©2018)

Tabulka 13: Plánování obce v Kč (Rozpočty a hospodaření obce Bransouze, ©2018)

<u>PŘÍJMY</u>			
	2019	2020	2021
daňové příjmy	2 800 000,00	2 700 000,00	2 700 000,00
místní poplatky	50 000,00	50 000,00	50 000,00
z pronájmu obecních budov	5 000,00	5 000,00	5 000,00
vodné	260 000,00	260 000,00	260 000,00
příjmy z úroků	10 000,00	10 000,00	10 000,00
CELKEM	3 125 000,00	3 025 000,00	3 025 000,00
<u>VÝDAJE</u>			
	2019	2020	2021
silnice	15 000,00	15 000,00	15 000,00
veřejné prostranství	50 000,00	50 000,00	50 000,00
pitná voda	150 000,00	250 000,00	1 000 000,00
MŠ	35 000,00	5 000,00	5 000,00
zájmová činnost v kultuře	130 000,00	150 000,00	150 000,00
veřejné osvětlení	50 000,00	50 000,00	50 000,00
odpady	40 000,00	40 000,00	40 000,00
požární ochrana	50 000,00	50 000,00	50 000,00
místní správa	250 000,00	250 000,00	250 000,00
zastupitelstvo	230 000,00	230 000,00	230 000,00
CELKEM	1 000 000,00	1 090 000,00	1 840 000,00
<u>CELKEM</u>			
	2019	2020	2021
PŘÍJMY	3 125 000,00	3 025 000,00	3 025 000,00
VÝDAJE	1 000 000,00	1 090 000,00	1 840 000,00
VÝSLEDEK HOSPODAŘENÍ	2 125 000,00	1 935 000,00	1 185 000,00

BEZPEČNOST LOKALITY

Z hlediska kriminality v okrese Třebíč lze pozorovat v grafu na obrázku 11 od roku 2013 klesající tendenci trestných činů. Z celkového počtu 1 700 kriminálních činů je evidentní pokles na 1 200 kriminálních činů v daném regionu. Co se týče hospodářské kriminality, za rok 2016 se hodnoty opět dostaly pod úroveň 200, které bylo dosahováno pouze v letech 2008 – 2010. Lokalitu lze tedy podle statistik považovat za bezpečnou.



Obrázek 11: Kriminalita v okrese Třebíč (Český statistický úřad, ©2018)

5.3.3.2 *Subjektivní předpoklady*

Z hlediska subjektivních předpokladů je možné destinaci hodnotit na základě posledních trendů současnosti, kdy se společnost snaží vracet k tradičním hodnotám. Je kladen důraz na zdravý životní styl, přírodu, udržitelnost a na kvalitu výrobků a služeb.

Kraj Vysočina má ideální podmínky pro rozvoj venkovského cestovního ruchu a v současné době svůj potenciál plně nevyužívá. V současnosti se v kraji Vysočina nachází více jak 6 desítek zemědělských zařízení, která se věnují cestovnímu ruchu, ubytování a ostatní rekreační činnosti.

Na základě událostí v poslední době, týkajících se migrační krize, řada turistů vyhledává bezpečné destinace. Česká republika jako taková se světově řadí na 10. místo nejbezpečnějších míst světa. I v tomto důsledku lze předpokládat, že řada turistů z České republiky ztratí zájem o cesty do zahraničí a raději budou vyhledávat turistické cíle v tuzemsku.

Na základě výzkumu, který byl proveden v roce 2011 Českou zemědělskou univerzitou v Praze, je možné hodnotit venkovský cestovní ruch v České republice za nově vzniklou formu činnosti. V letech 2007 – 2011 byl zaznamenán výrazný nárůst podnikání ve venkovské turistice. Do roku 1989 tuto formu činnosti provozovalo pouze 9 z 256 sledovaných objektů. Z výzkumu, který byl zaměřen na objekty venkovské turistiky, vyplývá, že více

jak polovina dotázaných má zájem se v problematice venkovské turistiky dále vzdělávat. Za největší problém v podnikání ve venkovské turistice podnikatelé považují aktivity mimo sezonu. S ohledem na to, že v sezoně dosahují uspokojivé obsazenosti, mimosezonní využití je problematické a obsazenost velmi nízká. (Zeipelt, Dömeová a Jindrová, ©2011)

Další část výzkumu byla zaměřena na turisty ve venkovské turistice. Cílem této části výzkumu bylo získat informace o chování a požadavcích těchto turistů. Z výzkumu vyplynulo, že více jak polovina oslovených přibližně jednou ročně vyráží na dovolenou po České republice. Dále pak téměř polovina vyráží pouze na letní dovolenou a dalších 40 % dotázaných jezdí po ČR na letní a i zimní dovolenou. Průměrná délka dovolené je pak 6 dní. Téměř 50 % dotázaných uvedlo, že cílem jejich dovolené je aktivní relaxace, která zahrnuje převážně pěší turistiku, ale taky cykloturistiku. Na závěr se měli respondenti zařadit do jednoho ze tří segmentů turistů, za který se považují. Bezmála polovina oslovených tvořila skupinu aktivních návštěvníků, kteří jsou charakterizováni jako návštěvníci se zájmem o sportovní aktivity a dobrodružství, společenské kontakty a poznávání přírody. Dalších 36 % respondentů by se zařadilo do segmentu tradičního návštěvníka, který se zaměřuje především na návštěvu kulturních či přírodních památek a místních kulturních akcí. Posledním segmentem byli tzv. pasivní turisté, kteří hledají odpočinek, klid, kontakt s přírodou, únik od běžného života, setkání s místními a venkovským prostředím. K tomuto segmentu se přihlásilo 16 % dotázaných. (Zeipelt, Dömeová a Jindrová, ©2011)

Z dotazníku dále vyplynulo, že současným problémem je pravděpodobně to, že turistům se nedaří najít cílové místo venkovského cestovního ruchu, které by nabízelo kvalitní služby. Je tedy potřebné o daném místě rozšířit povědomí prostřednictvím kvalitních služeb, pořádáním společenských akcí či provozování neobvyklých sportů. (Zeipelt, Dömeová a Jindrová, ©2011)

Z výše uvedeného výzkumu je patrné, že venkovský cestovní ruch se stává postupně aktuálním trendem a lidé mají zájem cestovat po České republice. Je pouze potřebné nabídnout něco ojedinělého v daném místě, které je možná těžko dohledatelné, ale díky atraktivitě a kvalitě poskytovaných služeb se o něm potenciální turisté mají možnost dovědět.

5.4 Rozhovory

Na základě primárního marketingového výzkumu byly provedeny rozhovory, a to s místními obyvateli a turisty z okolí, kteří by mohli být potenciálními zákazníky. Dále byl proveden hloubkový rozhovor se starostou obce a expertní rozhovor s ředitelem příspěvkové organizace Vysočina Tourism.

5.4.1 Rozhovor se starostou obce

V rámci analytické části byl proveden rozhovor s místním starostou obce panem Ing. Janem Bočkem. Starostou obce je pan Boček již 3 roky a před tím byl 6 let na pozici místostarosty. V současnosti pracuje jako energetik.

Cílem rozhovoru bylo zjistit, jaký pohled má starosta na probíhající rekonstrukci, co si o ní myslí občané a jestli obec tento projekt podporuje. Celý rozhovor k dispozici v příloze P VI.

Z vyjádření starosty obce je patrné, že obec, kterou starosta zastupuje, je primárně vděčná za to, že se nevzhledného chátrajícího objektu investor ujal a započal nákladnou a rozsáhlou rekonstrukci. Obec vůči rekonstrukci nemá námítky, naopak ji vítá a nabízí součinnost. Bude-li v možnostech obce, je připravená s podnikatelem spolupracovat, přinese-li tato spolupráce výhody oběma stranám. Velmi pozitivně je hodnocena také možnost vzniku nových pracovních příležitostí, o které by, podle slov starosty, byl mezi místními obyvateli zájem.

Návrh objektu v rámci cestovního ruchu byl starostou přijat pozitivně a myslí se, že by to bylo navštěvované místo. Vyšší pohyb turistů v obci neshledává problémem, jelikož již v současné době je v obci relativně vysoký pohyb turistů, a to hlavně kvůli místní cyklostezce.

Jediné, co starosta v souvislosti s navrhovaným projektem shledává jako problematické, je rušení nočního klidu. Vyjádřil se, že provoz by byl podpořen pouze tehdy, pokud by nebyli místní občané v nočních hodinách rušení hlasitou hudbou či hlučným chováním hostů podniku. Dále starosta zmínil možné problémy s fungováním podniku v zimní sezoně a uvedl, že by bylo potřebné činnosti mimo sezonu důkladně promyslet.

Celkově lze postoj obce charakterizovat jako pozitivní a probíhající činnosti na objektu a navrhovaný projekt v oblasti cestovního ruchu jsou vítány.

5.4.2 Rozhovory s místními občany

Rozhovory s místními občany byly prováděny osobně na základě předem domluvené schůzky. Osloveno bylo celkem 8 občanů v různých věkových kategoriích. Otázky a odpovědi jsou podrobně uvedeny v příloze P VII.

Z rozhovorů s místními občany vyplynulo, že většina se k projektu staví kladně a zastávají podobný názor jako starosta obce, a to souhlas s realizací projektu, pokud by byla dodržována pravidla občanského soužití, tedy pokud by nedocházelo k rušení nočního klidu.

Se zvýšeným počtem turistů by nikdo z dotázaných neměl problém a většinou se shodují na tom, že již nyní je díky cyklostezce v obci lehce zvýšený pohyb. Řada respondentů velmi pozitivně hodnotila vznik nových pracovních příležitostí.

5.4.3 Rozhovory s turisty z okolí

Další rozhovory byly prováděny s lidmi z blízkého okolí, kteří o rekonstrukci objektu vědí a využívají místní cyklostezku. Bylo osloveno celkem 5 osob různých věkových kategorií. Tito lidé by mohli být potenciálními zákazníky, kteří by mohli mít zájem objekt navštěvovat. Otázky a odpovědi rozhovorů jsou podrobně uvedeny v příloze P VIII.

Všichni oslovení místní cyklostezku využívají, a to ať už sami, s partnery či dětmi. Podniky, které se na stezce nacházejí, rádi navštěvují, ale zmiňují, že jich je na trase pomálu a další zajímavé místo by uvítali. Většina by uvítala zázemí pro děti a kvalitní pokrmy a nápoje. Všichni oslovení o objektu vědí a danou lokalitu znají. Většinou se shodují na tom, že rekonstrukce probíhá už relativně dlouho a přáli by si, aby objekt byl již hotov. V případě, že budou poskytované služby kvalitní a personál příjemný, myslí si respondenti, že by místo mohlo být místní atraktivitou a vyhledáváno i lidmi ze širšího okolí.

5.4.4 Rozhovor s ředitelem Vysočina Tourism

Na základě předem připravených otázek byl proveden expertní rozhovor s panem ředitelem příspěvkové organizace Vysočina Tourism. Celý rozhovor je k dispozici v příloze P IX.

Z rozhovoru vyplynulo, že cyklostezka Jihlava-Třebíč-Raabs je mezi jihlavským obyvatelstvem velmi oblíbená. Nejčastějšími cíli, podle pana ředitele, který je také aktivní cyklista, jsou konkurenční podniky v Lukách nad Jihlavou a v Bítovčicích. Pan ředitel dále uvedl, že tyto podniky mají určité slabé stránky, které by nový podnik na dané trase mohl využít.

Z rozhovoru dále vyplynuly možnosti vzájemné spolupráce navrhovaného objektu cestovního ruchu a příspěvkové organizace. A to ať už v rámci kongresového a firemního cestovního ruchu, tak v rámci filmového cestovního ruchu. Co se týče filmového cestovního ruchu, organizace Vysočina Tourism doporučuje filmařům zajímavá a neobjevená místa, kterým by tento podnik, podle slov pana ředitele, určitě byl. V rámci kongresového cestovního ruchu je příspěvková organizace oslovována firmami, aby jim doporučila vhodné prostory pro jejich školení.

V rozhovoru byla dále velmi kladně hodnocena poloha objektu, díky které by návštěvníci měli mnoho příležitostí pro výlety do okolí. Velmi významnými turistickými cíly jsou města Třebíč a Jihlava, která mají cestovatelům rozhodně co nabídnout.

Jediné, co bylo zmíněno jako problémové, bylo využití objektu v zimě. Po návrhu pobytů zaměřených na běžecké lyžování či příležitostní akce v podobě firemních školení či večírků byla činnost v zimní sezoně panem ředitelem považována za reálnou. Pokud by ale o tyto služby nebyl zájem, doporučil zapřemýšlet o zavření objektu přes zimní sezonu.

Z celého rozhovoru s panem ředitelem tedy vyplynulo nadšení pro projekt a návrhy pro možnou spolupráci, kterou by organizace určitě uvítala.

5.5 SWOT analýza

Na základě výše uvedených poznatků byla sestavena SWOT analýza, která přehledně definuje slabé a silné stránky daného podniku a také stanovuje příležitosti a hrozby, které mohou na podnik působit z vnějšího prostředí podniku.

Tabulka 14 vystihuje faktory z vnitřního i vnějšího prostředí podniku. Za silné stránky podniku lze považovat atraktivní a ojedinělý vzhled podniku. I když je nyní objekt stále v procesu rekonstrukce, už v současné době je o něj zaznamenán široký zájem a řada zvědavců se u něj zastavuje.

O tom, že je objekt pro okolí atraktivní, svědčí i fakt, že zájem o podrobnější informace projevil v roce 2016 redakce webového deníku indes.cz. Oslovila investora, aby zjistila podrobnější informace o tom, co by z objektu historického mlýna mělo vzniknout. (Na okraji obce roste středověký hrádek, ©2016)

Další významnou silnou stránku podniku je vlastní vodní elektrárna, která pokryje spotřebu elektrické energie. Tato silná stránka podniku bude velmi významná při kalkulaci nákladů na poskytované služby, díky níž nebudou náklady tak vysoké.

Další silnou stránkou podniku může být její lokalizace. Zdálo by se, že se objekt nachází ve „ztracené části kraje Vysočina“, ale na základě provedených analýz lze říci, že má podnik velmi strategickou pozici. Nachází se na mezinárodní cyklostezce, sice v malé obci, ale s vhodnou dopravní infrastrukturou a přímo mezi městy Třebíč a Jihlava. Objekt je situován do klidné přírody kraje Vysočina, která může být hojně vyhledávána turisty z města.

Objekt disponuje dostatečnými kapacitami jak vnitřních prostor, tak i venkovního travnatého prostranství či atraktivním „nádvořím“.

Mezi slabé stránky je zařazena sezonní závislost, což vyplynulo i z výše uvedených analýz. Předpokládá se, že v letní sezoně by nebyl problém s funkčností areálu v oblasti cestovního ruchu. Pochybnosti však nastávají v zimní sezoně, kdy není cyklostezka využívána. Je důležité s touto slabou stránkou počítat a zaměřit se na využití objektu v zimní sezoně. Další slabou stránkou podniku by mohl být nekvalitní personál. V současné době je poptávka po kvalitních pracovnících ve službách velmi vysoká. Z výše uvedených analýz však vyplývá, že zájem mezi místními o pracovní příležitost v podniku by byl, s ohledem na pracovní podmínky.

Jako velkou příležitost z vnějšího prostředí lze uvést relativně nízkou konkurenci. Na trase cyklostezky z Jihlavy do Třebíče se nachází pouze dvě restaurace, které nabízejí kvalitní pokrmy, a to pouze směrem k Jihlavě. Od Bítovčic do Třebíče pak není možnost zastávky, odpočinku a posílení se kvalitním pokrmem či v příjemném prostředí. V třebíčském okrese je pak podniků více, ale neposkytují nijak atraktivní zázemí a jedinečné prostředí středověkého hrádka, což lze považovat za konkurenční výhodu plánovaného podniku v obci Bransouze.

Další příležitostí je určitě kvalitní infrastruktura. Obec disponuje cyklostezkou, železniční tratí a relativně blízkou dostupností k hlavnímu tuzemskému tahu, dálnici D1. Co se týká cyklostezky, ta je v současné době neustále upravována a vylepšována a v dohledné době má dojít k dalším rozsáhlejšími rekonstrukcím.

Z výše uvedených demografických předpokladů vyplývá, že zájem o svatby v třebíčském okrese je zřejmý, což lze považovat za vnější příležitost podniku. Tento fakt lze potvrdit i na základě informací o podniku podobného zaměření, který se nachází v třebíčském okrese a lze jej považovat za potenciální konkurenci. Z kalendáře akcí tohoto podniku je patrné, že od března do začátku listopadu je zde o svatební dny velký zájem. (Pohoda Náraveč - kalendář akcí, ©2015)

Hrozby vnějšího prostředí, které by měl podnikat vnímat, je možný nástup nové konkurence v okolí, jelikož jsou veřejně známé hodnoty ohledně zvyšující se návštěvnosti regionu a návštěvnosti hromadných ubytovacích zařízení v dané lokalitě, čehož by mohla řada subjektů v dohledné době využít. Samozřejmě je nutné brát v potaz také hrozbu nízké návštěvnosti, která např. v některých měsících může nastat. Velmi důležitým faktorem, který by fungování firmy mohl negativně ovlivnit, je vyhláška nočního klidu. Je důležité brát v potaz potřeby místních, kteří nechtějí být během nočního klidu rušeni např. hlasitou hudbou nebo hlasitým chováním návštěvníků objektu. V neposlední řadě je to hrozba zpřísnění legislativních požadavků, které mohou přijít a činnosti subjektu výrazně ovlivnit, jako např. nedávno ustanovený zákaz kouření v restauracích či povinná elektronická evidence tržeb.

Tabulka 14: SWOT analýza (vlastní zpracování)

<p>SILNÉ STRÁNKY (+)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Atraktivní vzhled objektu • Vlastní vodní elektrárna • Poloha na mezinárodní cyklostezce • Dostatečné prostory jak venkovní, tak vnitřní • Atraktivní okolní příroda • Zaměření na kvalitní a regionální suroviny 	<p>SLABÉ STRÁNKY (-)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sezónní závislost • Zabezpečení kvalitního personálu
<p>PŘÍLEŽITOSTI (+)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Nízká konkurence v okolí • Kvalitní dopravní dostupnost • Neustálé vylepšování cyklostezky • Současná atraktivita v návratu k přírodě • Svaz venkovského cestovního ruchu a agroturistiky • Vytížení objektu podobného zaměření v nedalekém okolí • Zájem o svatby v třebičském okrese • Řada turistických cílů v okolí • Zájem místních o pracovní místa 	<p>HROZBY (-)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Vstup nové konkurence • Nízká návštěvnost • Problémy s místními kvůli hluku • Zpřísnění legislativy

5.6 Zhodnocení analytické části

V analytické části byla provedena řada analýz, a to formou geograficko-ekonomické analýzy, rozhovorů a SWOT analýzy. V této části diplomové práce budou výsledky analýz vyhodnoceny.

Z kapitoly 6.1.1. vyplynulo, že lokalizační předpoklady daného místa jsou pro oblast cestovního ruchu vhodné. Objekt se nachází v klidné části kraje Vysočina, v okrese Třebíč. Objekt je lokalizován sice v malé obci, ale vede tudy mezinárodní cyklostezka, protéká sjízdná řeka Jihlava a v okolí se nachází řada přírodních atraktivit. Společenské vyžití není přímo v obci nijak významné, ale v širším okolí je příležitostí dostatek, hlavně tedy návštěva kulturně-historických památek, kterých se v okolí a hlavně ve městech Třebíči a Jihlavě, nachází celá řada.

V kapitole 6.1.2. byly popsány realizační faktory v dané lokalitě. Bylo vyhodnoceno, že v trebičském okrese poklesl počet hromadných ubytovacích zařízení, ale návštěvnost těchto zařízení je naopak v poslední době rostoucí. Což lze posoudit jako příležitost pro nový podnik poskytující ubytovací služby v dané lokalitě. V rámci analýzy infrastruktury dané lokality byly zjištěny taktéž pozitivní faktory, a to jak vysoká atraktivita ve využívání místní cyklostezky, tak dobrá dopravní dostupnost jak vlakem, tak i autem.

Analýza selektivních předpokladů v kapitole 6.1.3. popsala demografický stav v obci a okolí, dále pak bezpečnost dané lokality, ekonomický stav a současnou atraktivitu venkovské turistiky. Z této analýzy vyplynulo, že bezpečnost a ekonomický stav dané lokality lze považovat za vhodný. Analýza demografického stavu v obci i na Třebíčsku neidentifikovala žádnou věkovou kategorii, která by měla výrazný vliv na určení zákaznického segmentu podniku. Z této kapitoly dále vyplynulo, že atraktivita venkovského cestovního ruchu je na vzestupu.

V kapitole 6.2. byly vyhodnoceny rozhovory, které byly provedeny s místními obyvateli, turisty z okolí, jakožto potenciálními zákazníky a starostou obce. Lze říci, že všichni s navrhovaným projektem souhlasí pod podmínkou, že nebude rušen noční klid. Všichni jsou vděční za to, že se ruiny někdo ujal a shodují se na atraktivním vzhledu objektu, který se do dané lokality hodí. Ve většině se také respondenti shodli na tom, že rekonstrukce už trvá relativně dlouho a dosud nebyli informováni o tom, co se vlastně v jejich okolí buduje.

Dále byl proveden expertní rozhovor s odborníkem z praxe. Z rozhovoru vyplynul pozitivní postoj k navrhovanému projektu a vidina potenciálního cíle cyklistů a návštěvníků z okolí. Podle slov odborníka je projekt reálný, budou-li zde nabízeny kvalitní služby. Jednou stinnou stránku je důležitost promyšlení provozu v zimním období.

V kapitole 6.3. byla sestavena a popsána SWOT analýza, ve které byla definována řada silných stránek podniku a vnějších příležitostí. Na základě těchto pozitivních faktorů lze lokaci objektu hodnotit jako vhodnou pro využití v oblasti cestovního ruchu. A díky vlastní elektrárně by provoz takového podniku nemusel být až tak nákladný. V rámci slabých stránek podniku byla identifikována sezonní závislost a možné problémy se zajištěním kvalitního personálu. Z okolí podniku byly definovány hrozby v podobě možných stížností na rušení nočního klidu, nástupu nové konkurence či nízké návštěvnosti mimo sezonu.

6 NÁVRH PROJEKTU NA VYUŽITÍ HISTORICKÉ NEMOVITOSTI

Hlavním úkolem projektové části diplomové práce je navrhnout využití historické nemovitosti pro oblast cestovního ruchu. Konkrétně je to návrh využití restauračního zařízení, které je na místě v současné době již postaveno. Dílčími úkoly projektu, je navrhnout další služby cestovního ruchu, které by v daném místě mohly být poskytovány, aby podnikateli přinášely pozitivní výsledky hospodaření.

V rámci projektové části, jsou stanoveny cíle projektu, segment zákazníků, lidské a majetkové zdroje projektu, nákladová a riziková analýza a časový plán projektu.

6.1 Cíle projektu

Cílem projektu je navrhnout využití nemovitosti historického mlýna v obci Bransouze pro oblast cestovního ruchu. Hlavním cílem je návrh služeb cestovního ruchu, které budou v tomto regionu potenciálními zákazníky vyhledávány.

Cílem je návrh takových služeb, které budou atraktivní jak pro místní obyvatele, tak pro turisty z okolí. Důležitým prvkem projektu je využití atraktivních prostor objektu, tedy poskytování kvalitních služeb cestovního ruchu v jedinečném prostředí. Hlavním cílem je vytvořit z objektu cílové místo venkovského cestovního ruchu, které bude vyhledáváno jak turistiy z okolí, tak pro své jedinečné prostory také svatebčany, kteří zde budou trávit svatební den. Dalším dílčím cílem je návrh využití prostor, které jsou v současné době již připraveny pro provoz restauračního zařízení. V neposlední řadě by zde mělo vzniknout také zázemí pro děti z širokého okolí, a to v podobě minifarmy či prezentace tradičních řemesel jako sekernictví, tesařství či muzeum mlynářství. Jedním z cílů je také návrh na využití prostor pro poskytování dalších služeb cestovního ruchu, jako jsou firemní akce či letní venkovní kulturní akce a další podobné události.

6.2 Návrh projektu

Základním prvkem projektu je návrh využití restauračního zařízení a naplánování dalších služeb, které budou pro zákazníky atraktivní.

Na základě výsledků situační analýzy je patrné, že vzhledem ke strategické poloze u cyklostezky a nízké konkurenci v okolí, je vhodné v objektu navrhnout kvalitní stravovací zařízení, které bude disponovat dostatečným venkovním prostranstvím pro letní posezení kolemjedoucích cyklistů. Dále z analytické části vyplynulo, že velký zájem je o místo jako

takové, a to hlavně díky jeho vzhledu. V řadě respondentů vyvolává zvědavost a zájem o to, vědět, kdy a co budou moci v objektu navštívit.

Hlavním prvkem projektu je tedy restaurace, která bude nabízet dostatečný prostor pro zákazníky, kteří se zde zastaví při svých cyklistických cestách, ale také prostor pro místní obyvatele a lidi z okolí, kteří se sem přijedou kvalitně najíst. Na základě výzkumu provedeného Českou zemědělskou univerzitou v Praze (podrobnosti v kapitole 5.4.3.2), který se týkal venkovského cestovního ruchu, lze konstatovat, že venkovský cestovní ruch je v současné době velmi atraktivní formou cestovního ruchu, ale turisté v zařízení této formy postrádají kvalitní služby. Na základě tohoto výzkumu byla zvolena hlavní myšlenka stravovacího zařízení, a to poskytovat kvalitní pokrmy a nápoje v atraktivním prostředí. Poskytování pokrmů bude založeno hlavně na sezonních a regionálních potravinách, domácích a kvalitních surovinách. Tento záměr vychází také z aktuálního společenského trendu, který je zaměřen na zdravé stravování, kvalitu potravin a zájem lidí o to, co jedí.

Provoz restaurace bude tedy primárně zaměřen na segment cyklistů, ale je zde vyhrazen i prostor pro soukromé posezení větší skupinky lidí, a to ve vinném či pivním salonku a dále také prostor, který bude nabízet intimnější a soukromější prostředí např. pro romantickou večeři ve dvou.

Další službou, kterou na základě výsledků analytické části navrhuji poskytovat, je konání svateb. Atraktivní prostředí, relativně vysoké číslo sňatků na Třebíčsku a značný zájem o svatební obřady na atraktivních místech v okolí Třebíče představují příležitost na trhu, které je zde možno využít. Aby nedocházelo ke střetu dvou různých segmentů, budou obě cílové skupiny zákazníků odděleny. Objekt je stavebně upraven tak, aby oba zákaznické segmenty měly vlastní vchod a v objektu měla každá skupina zákazníků vlastní venkovní i vnitřní prostory.

Z chování většinové populace a z výstupů analytické části vyplývá, že zákaznické segmenty cykloturisté a svatby budou podnik navštěvovat nejčastěji o víkendu. Je tedy nezbytné, navrhnout využití objektu i v pracovních dnech. V tomto období bude fungovat restaurace, která bude každý týden nabízet různorodou škálu pokrmů založenou hlavně na sezonních produktech, tedy to, co bude zrovna nejvíce k dispozici na místní zahradě a od dodavatelů z regionu.

Další cílovou skupinou, na kterou navrhuji zaměřit pozornost během pracovních dnů a v zimní sezoně, je segment firemních skupin a školních pobytů. Pro potřeby těchto dvou zákaznických segmentů je nezbytné technicky vybavit zázemí audiovizuální a projekční technikou. V nabídce pro tyto skupiny bude ubytování o kapacitě 40 lůžek, kde 14 pokojů bude dvojlůžkových a 3 pokoje čtyřlůžkové. Navrhuji pokoje vybavit základním, ale kvalitním nábytkem, který bude ladit k celkovému historickému prostředí objektu. U každého pokoje bude k dispozici vlastní sociální zařízení.

Kromě stravovacích a ubytovacích služeb navrhuji poskytovat služby půjčování kol, koloběžek, in-line bruslí a kanoe. Kola, koloběžky a in-line brusle budou k zapůjčení pro hosty, kteří přijedou vlakem či autem. Za poplatek bude hostům zapůjčeno kolo, koloběžka či in-line brusle. Stejně tak bude fungovat i půjčování kánoe, na které budou moci hosté sjíždět řeku Jihlavu z Bransouz do Třebíče (cca 18 km). Ať už při zapůjčení potřeb na cyklostezku či na řeku bude hostům poskytnuto veškeré potřebné vybavení a občerstvení na cestu v podobě kvalitní svačiny a pití. Po dojezdu do cíle pro hosty přijede firemní dodávka, která je odveze zpět do areálu.

Mezi další doplňkovou službu navrhuji zařadit přístup do bylinkové a okrasné zahrady a na minifarmu. Bylinková zahrada bude přístupná hostům restaurace, budou si zde moci přečíst informační tabulky u každého záhonku a nakoupit čerstvé či sušené bylinky nebo čerstvě řezané květiny, kterých tu taktéž bude velký záhon a budou vysázeny tak, aby si hosté od jara až do podzimu mohli vybrat kvetoucí rostliny. Květiny z této okrasné zahrady budou také sloužit pro dekorace prostor restauračních a ubytovacích a byliny budou zužitkovány v kuchyni.

Jako další doplňkovou službou bude možnost navštívit minifarmu. Hosté si budou moci minifarmu prohlédnout a k dispozici budou projížďky na koni a to buď za poplatek nebo protislužbou v podobě výpomoci např. s krmením zvířat či čistěním ve stáji apod.

Další služba, která bude v objektu nabízena, bude prohlídka muzea mlynářství a ukázky historických zapomenutých řemesel, jako je sekernictví či umělecké tesařství. Tyto doplňkové služby byly vybrány především z toho důvodu, aby byl zachován ráz historie a dávná doba na hosty působila po celém areálu. V celém objektu se budou nacházet fotografie s historickým vzhledem objektu a postupnými změnami, ke kterým docházelo.

Další volné prostory, které se v objektu nachází, budou k dispozici pro místní živnostníky. Z analytické části vyplynulo, že by o tyto prostory byl mezi místními zájem. Jedná se např.

o textilní výrobu, kterou provozuje jedna z místních obyvatelek doma, ale nemá na ni dostatečné kapacity, či prostory pro fotografický ateliér. Navrhují vzájemnou spolupráci s těmito živnostníky, která by jak podniku, tak živnostníkům poskytovala nové potenciální zákazníky.

6.3 Segmentace

Zacílení služeb cestovního ruchu, které v podniku navrhují, bude mít hned několik zákaznických segmentů.

Prvním a velmi významným segmentem budou cyklisté, místní obyvatelé či lidé z širšího okolí, kteří se zde zastaví na svých výletech, nebo to dokonce bude jejich cílové místo. V rámci služeb cestovního ruchu jim bude poskytnuto kvalitní zázemí restaurace, ubytovacích prostor a nabídnuty další služby, které zajistí zajímavý zážitek v jedinečném prostředí.

Druhým, taktéž velmi důležitým segmentem budou nesezdané páry, které pro svůj svatební den budou vyhledávat jedinečné, originální a stylové prostředí.

Dva výše zmíněné zákaznické segmenty zabezpečí plné kapacity hlavně během letní sezony a víkendů. Je tedy nezbytné zvolit ještě další cílovou skupinu, jíž budou nabízeny služby podniku během pracovních dnů a zimních měsíců. Tímto segmentem budou firemní a školní skupiny, kterým bude nabídnuto kvalitní zázemí pro jejich aktivity, stravovací a ubytovací služby a další zajímavé činnosti a zážitky.

6.4 Lidské zdroje

Vzhledem k rozsáhlosti služeb, které budou v podniku poskytovány, je nutné zajistit dostatečné lidské zdroje pro provoz všech činností.

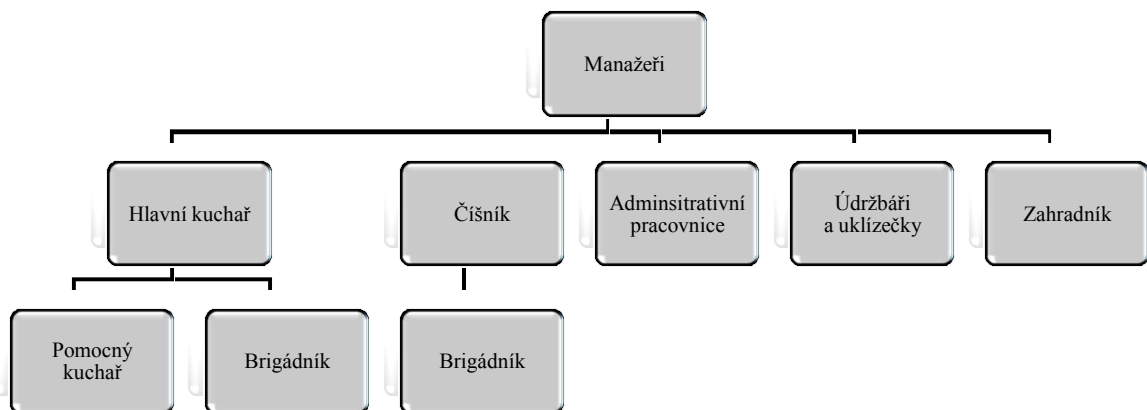
Vedením celého areálu budou pověřeni dva manažeři, kteří ponесou odpovědnost za řízení celého areálu. Náplní práce bude plánování personálu, provozní řízení podniku, komunikace s klienty, propagace a plánování společenských akcí, odpovědnost za kvalitu poskytovaných služeb a sestavování plánů.

Činnosti v kuchyni budou pod vedením dvou hlavních kuchařů střídajících se na směny. Ti by měli být samostatní, mít zájem o současné trendy a aktivní přístup při zkoušení nových, zajímavých a chutných pokrmů. Kuchařům bude poskytnuto kvalitní zázemí dostatečně prostorné kuchyně s profesionálním zařízením a bude od nich očekávána proaktivita, ochota učit se novým věcem a využívat sezonní suroviny.

Náplní práce pomocných kuchařů budou veškeré pomocné a přípravné práce v kuchyni ale také mytí nádobí, k němuž budou mít k dispozici profesionální myčku. Na každé směně budou dva pomocní kuchaři a jeden hlavní kuchař. Při přípravě větších společenských akcí a o víkendech budou v kuchyni k dispozici další brigádníci.

Číšníci v hlavním pracovním poměru budou čtyři. Ti se taktéž budou střídat na směny, a to po dvou. Ve dnech, kdy bude očekávaná vysoká návštěvnost, budou taktéž na pomocné práce k dispozici brigádníci. Náplní práce číšníků musí být kvalitní obsluha hostů s profesionálním vystupováním. Mezi další povinnosti bude patřit příprava společenských akcí.

Dva pracovníci údržby budou obstarávat veškeré venkovní i vnitřní práce, a to drobné opravy, či sestavení a nachystání vybavení pro společenské akce. Administrativní pracovnice bude zodpovídat za veškeré účetní a administrativní činnosti. Jelikož se v areálu nachází větší pozemky, naskýtá se zde možnost pro vytvoření květinové, bylinkové a užitkové zahrady, kde bude zapotřebí práce profesionálního zahradníka.



Obrázek 12: Organizační struktura (vlastní zpracování)

6.5 Časový plán projektu

Časový plán projektu byl sestaven tak, že bude započat po dokončení stavebních úprav na objektu. V současné době se předpokládá, že se stavební práce dokončí za 3 roky, tedy v roce 2021. Lze tedy odhadnout, že by projekt mohl začínat v roce 2021, a to na podzim, aby mohlo v roce 2022 proběhnout slavnostní otevření a zahájit tak činnost letní sezonou.

Celkem bylo v projektu definováno 12 činností, které je v rámci projektu potřeba provést. Činnosti byly naplánovány v rámci 5 měsíců tak, aby poslední březnový týden roku 2022 mohlo proběhnout slavností otevření podniku.

Činnosti projektu budou zahájeny výstavbou zahrady, která je odhadována na 2 týdny a bude provedena vlastními silami rodiny majitele. Současně s těmito činnostmi bude započat nákup potřebného vybavení, který by měl být zvládnut za 3 týdny. Na základě pořízeného vybavení bude projekt pokračovat zařizováním prostor a drobnými stavebními úpravami, jež budou s těmito pracemi souviset. Tyto činnosti by pravděpodobně měly zabrat cca 5 týdnů. V průběhu těchto drobných úprav bude instalována výstava v mlynářském muzeu. Zároveň bude započat proces zajišťování kvalitního personálu, který byl odhadnut na 3 týdny. Na základě rozhovorů v analytické části diplomové práce by tato doba mohla na zajištění personálu stačit, jelikož řada místních by měla o pracovní místo v podniku zájem. V souvislosti s tímto procesem započnou administrativní práce, které budou muset být přerušeny v období vánočních svátků, ale ihned na začátku ledna roku 2022 jimi bude pokračováno. Zároveň na začátku roku bude zahájeno jednání s dodavateli a vyhledávání nejvýhodnějších podmínek. Toto jednání bylo odhadnuto na 4 týdny a v jeho průběhu započnou propagační práce, které potrvají až do slavnostního otevření podniku, tedy celých 11 týdnů. V průběhu propagace dojde k důkladnému proškolení pracovníků, které by mělo být zvládnuto za 2 týdny a na něj naváže 5 týdenní zkušební provoz. Po zkušebním provozu proběhne v posledním březnovém týdnu slavnostní otevření podniku.

Výčet činností je přehledně zpracován v tabulce 15 a graficky je časová osa zpracována v příloze P X.

Tabulka 15: Časový plán projektu (vlastní zpracování)

Název projektu	Celková doba projektu	Počáteční den projektu	Konečný den projektu
Časový harmonogram zavádění projektu	22 týdnů	1.11.2021	31.3.2022
Název úkolu	Doba trvání úkolu (týdny)	Počátek	Konec
Výsadba zahrady	2	1.11.2021	14.11.2021
Nákup vybavení	3	1.11.2021	21.11.2021
Stavební úpravy a zařízení prostor	5	15.11.2021	19.12.2021
Instalace muzea	2	22.11.2021	5.12.2021
Zajištění personálu pro realizaci projektu	3	29.11.2021	19.12.2021
Administrativní záležitosti - 1. část	2	7.12.2021	19.12.2021
Administrativní záležitosti - 2. část	2	3.1.2022	16.1.2022
Jednání s dodavateli	4	3.1.2022	30.1.2022
Práce spojené s propagací	11	17.1.2022	27.3.2022
Zaškolování pracovníků	2	14.2.2022	27.2.2022
Zkušební provoz	5	28.2.2022	27.3.2022
Slavnostní otevření	1	28.3.2022	31.3.2022

6.6 Finanční plán projektu

V následující kapitole byly odhadnuty počáteční investice na vybavení podniku, a to jak stravovacích a bytovacích prostor, tak investice do dalších doplňkových služeb, které budou nabízeny. Dále byly vyčísleny provozní náklady v případě realizace projektu a odhadnuty možné výnosy podniku.

6.6.1 Počáteční náklady na vybavení

Předběžné vyčíslení počátečních investičních nákladů bylo sestaveno za předpokladu dokončené rekonstrukce. V příloze P XI jsou rozepsány položky majetku, do kterého bude potřebné investovat při vybavení podniku, aby mohly být poskytovány veškeré navrhované služby.

Kalkulace počátečních nákladů celkově představuje potřebné investice ve výši cca 2 300 000 Kč, kde nejnákladnější položku tvoří zařízení do kuchyně, a to 901 000 Kč.

Další významnou položkou počátečních investic je zařízení ubytovacích kapacit, které budou poskytovat ubytování ve 14 dvoulůžkových pokojích a ve 3 čtyřlůžkových pokojích.

Celková kapacita ubytovacího úseku bude 40 lůžek a celkové náklady na vybavení pokojů byly vyčísleny na 670 000 Kč.

Možnost, jak snížit počáteční investice, je v použití vlastních zásob dřeva, které budou k dispozici k výrobě restauračního nábytku, jako stoly a židle.

Kalkulaci na počáteční vybavení je nutno ještě navýšit o finance, které budou použity na jednotlivé činnosti při zavádění projektu. Tabulka 16 vyčísluje náklady na jednotlivé položky projektu. Celkové investice do projektu lze tedy vyčíslit na 3 000 000 Kč, a to se zahrnutím veškerého nákupu vybavení a dalších podstatných činností, které s projektem souvisí. Veškeré počáteční investice na projekt půjdou z prostředku stavební firmy, jejíž majitel je vlastníkem objektu a na vybavení a veškeré činnosti s projektem spojené má dostatečný kapitál.

Tabulka 16: Odhad nákladů na činnosti v projektu (vlastní zpracování)

Činnosti v projektu	Náklady
Výsadba zahrady	30 000,00 Kč
Nákup vybavení	2 300 000,00 Kč
Stavební úpravy a zařízení prostor	45 000,00 Kč
Instalace muzea	3 000,00 Kč
Zajištění personálu pro realizaci projektu	5 000,00 Kč
Administrativní záležitosti	35 000,00 Kč
Jednání s dodavateli	2 000,00 Kč
Práce spojené s propagací	40 000,00 Kč
Zaškolování pracovníků	40 000,00 Kč
Ostatní náklady	500 000,00 Kč
Celkové náklady na projekt	3 000 000,00 Kč

V rámci počátečních investic v hodnotě 2 300 000 Kč do dlouhodobého hmotného majetku, je nezbytné do nákladů zahrnout také odpisy, které budou součástí ročních nákladů podniku. V prvním roce to bude odpis v hodnotě 253 000 Kč a v dalších čtyřech letech pak každoročně 511 750 Kč.

6.6.2 Předpokládané provozní náklady

Významnou položku provozních nákladů podniku budou představovat mzdové náklady, které bude nezbytné každý měsíc na provoz podniku vydat. Podnik bude disponovat celkem 18 pracovníky, kteří budou zaměstnání na hlavní pracovní poměr. Dále pak budou

k dispozici 4 brigádníci, kteří budou v podniku pracovat 4 měsíce na základě dohody o provedení práce. Tabulka 17 zobrazuje měsíční a roční mzdové náklady.

Tabulka 17: Měsíční mzdové náklady (vlastní zpracování)

Pozice	Počet pracovníků	Náklady na jednoho	Měsíční mzdové náklady	Roční mzdové náklady
Manažeři	2	25 000,00 Kč	50 000,00 Kč	600 000,00 Kč
Hlavní kuchař	2	25 000,00 Kč	50 000,00 Kč	600 000,00 Kč
Pomocný kuchař	4	18 000,00 Kč	72 000,00 Kč	864 000,00 Kč
Uklízečky	2	15 000,00 Kč	30 000,00 Kč	360 000,00 Kč
Pracovníci údržby	2	15 000,00 Kč	30 000,00 Kč	360 000,00 Kč
Čišníci	4	18 000,00 Kč	72 000,00 Kč	864 000,00 Kč
Administrativní pracovnice	1	18 000,00 Kč	18 000,00 Kč	216 000,00 Kč
Zahradník	1	18 000,00 Kč	18 000,00 Kč	216 000,00 Kč
Brigádníci	4	10 000,00 Kč	40 000,00 Kč	160 000,00 Kč
Celkové mzdové měsíční náklady			380 000,00 Kč	4 240 000,00 Kč

Dále budou do provozních nákladů zahrnuty další položky, které je pro provoz podniku nezbytné měsíčně platit. Přehled ostatních nákladů je k dispozici v tabulce 18. Celkové náklady měsíčně budou tedy tvořit 790 200 Kč.

Tabulka 18: Celkové provozní náklady (vlastní zpracování)

Náklady	Měsíční provozní náklady	Roční provozní náklady
Odvody zaměstnavatele z hrubé mzdy zaměstnanců (sociální a zdravotní pojištění)	123 080,00 Kč	1 476 960,00 Kč
Čistící a hygienické prostředky	3 000,00 Kč	36 000,00 Kč
Elektrická energie - vlastní zdroj	0,00 Kč	0,00 Kč
Vodné a stočné	12 000,00 Kč	144 000,00 Kč
Internet	1 000,00 Kč	12 000,00 Kč
Zásobování	200 000,00 Kč	2 400 000,00 Kč
Propagace	20 000,00 Kč	240 000,00 Kč
Ostatní provozní náklady (opravy, úklid, údržba)	45 000,00 Kč	540 000,00 Kč
Mzdové náklady	380 000,00 Kč	4 240 000,00 Kč
Celkové provozní náklady	790 200,00 Kč	9 162 400,00 Kč

6.6.3 Tržby z poskytovaných služeb

Následující kapitola se zabývá předpokládanými tržbami, které by podnik mohl generovat. Tržby z veškerých služeb, které bude podnik nabízet, byly odhadnuty v optimistické i realistické prognóze. Veškeré tržby za poskytované služby pak tvoří celkové výnosy firmy a byly porovnány s celkovými náklady.

6.6.3.1 Stravovací úsek

Na základě dat ze cyklosčítačů (viz kapitola 5.3.2.2.) lze konstatovat, že po místní cyklostezce projede za letní měsíc cca 20 000 lidí. Během června, července a srpna je to tedy cca 60 000 cyklistů a chodců. V měsících dubnu, květnu, září a října je nutné počítat s nižší aktivitou na cyklostezce. Jelikož z těchto měsíců nejsou přesná data dostupná, pro potřeby finančního plánu bude počítáno s poloviční aktivitou. Celkem tedy po cyklostezce v období od dubna do října projede téměř 100 000 lidí. V rámci negativního faktu, kterým je zimní sezona a cyklistika není provozována, je nezbytné tento počet cyklistů rozpočítat v rámci měsíčního průměru na celý rok.

Měsíční průměr je tedy cca 8 300 cyklistů. Lze odhadnout, že v optimistické prognóze se v podniku zastaví každý sedmý turista a v realistické verzi to bude pouze každý desátý turista. Na základě těchto dat je v tabulce 19 možné vidět odhad průměrných měsíčních tržeb z poskytování stravovacích služeb tomuto segmentu. Na základě navrhnutého jídelního lístku, který je k dispozici v příloze P XII, lze odhadnout, že průměrná útrata jednoho hosta, který by si dal pokrm a nápoj, by mohla být 250 Kč.

Tabulka 19: Odhad tržeb ze zákaznického segmentu cyklistů (vlastní zpracování)

	Optimistická verze	Realistická verze
Průměrný počet cyklistů za měsíc	8300	8300
Odhad počtu cyklistů, kteří se v podniku zastaví	1185	830
Tržby z 1 návštěvníka	250,00 Kč	250,00 Kč
Průměrné měsíční tržby	296 250,00 Kč	207 500,00 Kč

Kromě tohoto segmentu lze počítat ještě s návštěvností místních obyvatel a lidí z okolí, což je odhadováno průměrně na cca 20 lidí denně v realistické verzi a 25 hostů denně v optimistické verzi. Průměrná útrata jednoho hosta je odhadována taktéž na 250 Kč, což znamená, že tento segment v rámci realistické prognózy bude generovat dodatečných 150 000 Kč průměrně za měsíc a v optimistické verzi to bude 187 500 Kč.

Další tržby budou generovány za služby poskytované na svatbách. Za průměrnou velikost svatby lze považovat 60 svatebčanů. Kalkulace takovéto svatby je v tabulce 20.

Tabulka 20: Kalkulace svatby (vlastní zpracování)

Kalkulace svatby	Cena za 1 hosta	Cena na 60 hostů
Svatební oběd	250,00 Kč	15 000,00 Kč
Raut	300,00 Kč	18 000,00 Kč
Nápoje	250,00 Kč	15 000,00 Kč
Pronájem, příprava místa a výzdoba	100,00 Kč	6 000,00 Kč
Celková kalkulace svatby	900,00 Kč	54 000,00 Kč

Na základě informací z konkurenčních podniků, kde je o svatby značný zájem a ročně se u nich koná cca 35 – 50 svateb, je v realistické verzi počítáno s 35 svatbami ročně a v optimistické variantě je to 50 svateb ročně. Tabulka 21 zobrazuje průměrné měsíční tržby za svatby.

Tabulka 21: Odhad tržeb za svatby (vlastní zpracování)

	Optimistická verze	Realistická verze
Počet svateb za rok	50	35
Cena za svatbu	54 000,00 Kč	54 000,00 Kč
Průměrné měsíční tržby	225 000,00 Kč	157 500,00 Kč

6.6.3.2 Ubytovací úsek

V rámci ubytovací části podniku bude poskytováno ubytování ve 14 dvojlůžkových pokojích a ve 3 čtyřlůžkových pokojích. Cena za osobu na noc se snídaní bude 450 Kč. Snídaně, která je v ceně ubytování zahrnutá, bude v případě hezkého počasí poskytována venku formou pikniku, v případě nevhodného počasí v prostorách restaurace.

Na základě informací z obrázku 1 (viz kapitola 2.1) lze v optimistické variantě odhadnout obsazenost na 30 %, což by znamenalo průměrnou obsazenost 12 lůžek denně (360 lůžek/měsíc). V realistické verzi je počítáno s 10 % obsazeností, tedy 4 lůžka denně (120 lůžek/měsíc). V rámci těchto prognóz byly odhadnuty tržby z ubytovacích služeb v tabulce 22.

Tabulka 22: Odhad tržeb z ubytovacích služeb (vlastní zpracování)

	Optimistická verze	Realistická verze
Počet ubytovaných osob za měsíc	360	120
Cena za osobu	450,00 Kč	450,00 Kč
Průměrné měsíční tržby	162 000,00 Kč	54 000,00 Kč

6.6.3.3 Firemní a školní skupiny

V rámci firemních a školních skupin budou nabízeny speciální balíčky, jejichž základ bude tvořit dvoudenní ubytování s polopenzí.

V rámci firemních skupin bude na ubytování poskytována sleva 15%. Pokud se tedy bude jednat o firemní skupinu 40 osob (plná kapacita ubytovacího úseku), cena na osobu bude 1 465 Kč a veškeré doplňkové služby, jako pronájem sportovního vybavení, návštěva mini-farmy či muzea budou zdarma. Na základě rozhovoru s ředitelem Vysočina Tourism, který navrhl možnou spolupráci v sektoru kongresového cestovního ruchu, by v optimistické prognóze přijela jedna firemní skupina každý měsíc, což přinese tržby ve výši 58 600 Kč. V realistické variantě tyto skupiny podnik navštíví pouze 1x za dva měsíce, což by znamenalo tržby v hodnotě 29 300 Kč.

Tabulka 23: Odhad tržeb z firemních akcí (vlastní zpracování)

	Optimistická verze	Realistická verze
Počet osob v jedné firemní skupině	40	40
Cena za osobu	1 465,00 Kč	1 465,00 Kč
Interval návštěvnosti	1x za měsíc	1x za dva měsíce
Průměrné měsíční tržby	58 600,00 Kč	29 300,00 Kč

V rámci školních skupin by na ubytování pro jedno dítě byla poskytována větší sleva, a to 50 %. Faktem je, že v každé třídě na základní škole může být maximálně 30 dětí. V současné době je průměrně podle Českého statistického úřadu každá třída zaplněna 20 dětmi. (Počet žáků v základních školách, ©2018) Je tedy pravděpodobné, že ve většině případů by školní skupiny přijely v počtu cca 40 dětí, jakožto dvou tříd. Pro tyto skupiny bude připravena polopenze za zvýhodněnou cenu. Cena za osobu bude tedy 750 Kč za dvě noci s polopenzí. Taktéž, jako u firemních akcí, by všechny ostatní služby byly zdarma. Prognózy jsou totožné jako u firemních skupin, tedy v optimistické variantě průměrně každý měsíc přijede jedna školní skupina, což představuje dodatečné tržby ve výši 30 000 Kč a v realistické variantě to bude 15 000 Kč každý měsíc.

Tabulka 24: Odhad tržeb ze školních skupin (vlastní zpracování)

	Optimistická verze	Realistická verze
Počet osob v jedné školní skupině	40	40
Cena za osobu	750,00 Kč	750,00 Kč
Interval návštěvnosti	1x za měsíc	1x za dva měsíce
Průměrné měsíční tržby	30 000,00 Kč	15 000,00 Kč

6.6.3.4 Doplnkové služby

V rámci dalších služeb cestovního ruchu, které budou v podniku poskytovány, bude návštěva minifarmy, za kterou bude vybíráno pouze symbolické vstupné 25 Kč na osobu, což by bylo použito zpět na farmu, a to na krmivo a údržbu. Nelze tedy započítat do tržeb. O farmu se budou starat majitelé společně s brigádníky, takže nebudou potřebné žádné dodatečné mzdové náklady.

Dále lze do výnosů celého podniku zahrnout tržby z půjčování kol, koloběžek, in-line bruslí a kánoe. V optimistické verzi této doplnkové služby se počítá se zapůjčováním vybavení alespoň třikrát do měsíce, a to v období od dubna do října. Za jeden měsíc tohoto období by tato služba činila tržby ve výši 15 450 Kč. Přepočteno na celý rok (zahrnutý i zimní měsíce) by měsíční průměr generoval tržby ve výši 9 000 Kč.

Tabulka 25: Tržby z půjčovného v optimistické prognóze (vlastní zpracování)

Prostředek pro volný čas	Počet vypůjčení za 1 měsíc	Tržby z půjčovného za 1 měsíc v Kč (duben-říjen)
Kolo	$3 \times 5 = 15$	$15 \times 250 = 3\,750$
Koloběžka	$3 \times 5 = 15$	$15 \times 200 = 3\,000$
In-line brusle	$3 \times 20 = 60$	$60 \times 75 = 4\,500$
Kanoe	$3 \times 4 = 12$	$12 \times 350 = 4\,200$
Tržby celkem z půjčovného		15 450,00 Kč

V rámci realistické prognózy bude veškeré vybavení půjčeno jednou za měsíc v období duben-říjen, což v přepočtu na celý rok průměrně znamená tržby v hodnotě 4 050 Kč za měsíc.

Tabulka 26: Ceník půjčovného (vlastní zpracování)

Prostředek pro volný čas	Půjčovné na 1 den
Kolo	250,00 Kč
Koloběžka	200,00 Kč
In-line brusle	75,00 Kč
Kanoe (pro 2 osoby)	350,00 Kč

Dalším zdrojem financí podniku bude pronájem volných prostor. Na základě marketingového výzkumu formou rozhovorů s místními občany lze předpokládat, že mezi místními bude zájem o pronájem prostor. Pokud budou v objektu k dispozici čtyři místnosti, které by živnostníkům mohly sloužit jako provozovny či kanceláře, měsíční nájem navrhuji na symbolické 3 000 Kč, jelikož budou tyto pronajaté prostory přinášet celému podniku přidanou hodnotu v tom, že se zákazníci těchto živnostníků dozvědí o našem podniku a je pravděpodobné, že se z nich stanou hosté restaurace. K měsíčním optimistickým tržbám firmy lze tedy přičíst 12 000 Kč z nájmu živnostníků. Realistická verze počítá s tím, že v rámci průzkumu občané pouze zmínili možný zájem, ale ve skutečnosti by tyto prostory nevyužili a finanční prostředky z nájmu budou tedy nulové.

Další službou poskytovanou v podniku a tedy dalším zdrojem financí bude vstupné a komentovaná prohlídka mlynářského muzea a řemesel. Vstupné na tyto prohlídky bude činit 25 Kč. V optimistické variantě průměrně muzeum navštíví 15 hostů denně, což za měsíc přinese dodatečné tržby ve výši 11 250 Kč. Realistická verze předpokládá velmi nízký zájem o návštěvu muzea, a to v průměru 10 hostů denně, což bude znamenat dodatečných 7 500 Kč měsíčně.

Poslední tržby přinese prodej květin a bylinek. Tento prodej bude fungovat na základě samoobslužného sběru a platba bude probíhat při odchodu z areálu. Na jaře, v létě a na podzim to bude sběr čerstvých květin a bylin, v zimních měsících pak prodej sušených bylin. Jedna kytice bude prodávána za jednotnou cenu 50 Kč a za 250 gramů čerstvých bylin také 50 Kč. V zimním období si hosté restaurace budou moci zakoupit sušené bylinky, kde cena za 50 gramový balíček bude 50 Kč. Za předpokladu průměrné měsíční návštěvnosti restaurace 1 500 hostů lze v optimistické variantě předpokládat, že si kytici či bylinky koupí každý pátý host, což bude znamenat 300 hostů měsíčně a dodatečné tržby v hodnotě 1 500 Kč. V realistické variantě se předpokládá, že o tuto službu nebude zájem a květiny budou sloužit pouze jako dekorace podniku a bylinky budou zpracovány v kuchyni.

6.6.3.5 Celkové výnosy podniku

Tabulka 27 udává přehled o výnosech, které budou tržby za jednotlivé služby poskytované v podniku generovat. V realistické variantě plánu budou tedy celkové výnosy podniku 624 350 Kč měsíčně. V optimistickém odhadu, který byl založen hlavně na vysokém

zájmu o služby cestovního ruchu, které by podnik poskytoval, se bude jednat o měsíční celkové výnosy v hodnotě 1 006 600 Kč.

Tabulka 27: Odhad celkových výnosů podniku (vlastní zpracování)

Poskytované služby	Realistický odhad		Optimistický odhad	
	Měsíční	Roční	Měsíční	Roční
Stravovací služby - cyklisté	207 500 Kč	2 490 000 Kč	296 250 Kč	3 555 000 Kč
Stravovací služby - místní a okolí	150 000 Kč	1 800 000 Kč	187 500 Kč	2 250 000 Kč
Firemní skupiny	29 300 Kč	351 600 Kč	58 600 Kč	703 200 Kč
Školní skupiny	15 000 Kč	180 000 Kč	30 000 Kč	360 000 Kč
Svatby	157 000 Kč	1 884 000 Kč	225 000 Kč	2 700 000 Kč
Ubytovací služby	54 000 Kč	648 000 Kč	162 000 Kč	1 944 000 Kč
Prohlídka mini-farmy	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč
Půjčovna prostředků pro volný čas	4 050 Kč	48 600 Kč	9 000 Kč	108 000 Kč
Prohlídka muzea	7 500 Kč	90 000 Kč	11 250 Kč	135 000 Kč
Pronájem prostor	0 Kč	0 Kč	12 000 Kč	144 000 Kč
Prodej květin a bylinek	0 Kč	0 Kč	15 000 Kč	180 000 Kč
	624 350 Kč	7 492 200 Kč	1 006 600 Kč	12 079 200 Kč

6.6.4 Odhad hospodářského výsledku

Na základě výše odhadnutých jak nákladových, tak výnosových položek lze předpokládat dvě možné prognózy výsledku hospodaření v prvním roce činnosti. Tabulka 28 udává, že v rámci realistické prognózy, která byla založena na nízkém zájmu o služby, jež bude podnik nabízet, bude kvůli značným počátečním investicím v prvním roce hospodaření dosaženo ztráty ve výši téměř 5 mil. Kč. V rámci optimistického pohledu je počítáno s vyšším zájmem o poskytované služby, díky kterému bude v prvním roce dosaženo ztráty pouze v řádech statisíců Kč.

Tabulka 28: Odhad hospodářského výsledku v 1. roce podnikání (vlastní zpracování)

	Realistický pohled	Optimistický pohled
Počáteční náklady	3 000 000,00 Kč	3 000 000,00 Kč
Roční odpisy	253 000,00 Kč	253 000,00 Kč
Celkové provozní náklady	9 162 400,00 Kč	9 162 400,00 Kč
Výnosy	7 492 200,00 Kč	12 079 200,00 Kč
Hospodářský výsledek	-4 923 200,00 Kč	-336 200,00 Kč

Na základě odhadu realistické prognózy byl nasimulován výhled na dalších 7 let. Z tabulky 29 je patrné, že v šestém roce činnosti budou navraceny investice a začne se generovat zisk. V rámci odhadu budoucího hospodaření bylo počítáno s každoročním 10 % navýšením výnosů, které bude způsobeno postupným navyšováním počtu zákazníků a v závislosti na tom s 5 % navýšením provozních nákladů.

Tabulka 29: Odhad hospodářského výsledku v Kč (vlastní zpracování)

	Výnosy	Celkové provozní náklady	Roční odpisy	Hospodářský výsledek
2. rok	8 241 420 Kč	9 162 400 Kč	511 750 Kč	-1 432 730 Kč
3. rok	9 065 562 Kč	9 620 520 Kč	511 750 Kč	-1 066 708 Kč
4. rok	9 972 118 Kč	10 101 546 Kč	511 750 Kč	-641 178 Kč
5. rok	10 969 330 Kč	10 606 623 Kč	511 750 Kč	-149 043 Kč
6. rok	12 066 263 Kč	11 136 955 Kč	0 Kč	929 308 Kč
7. rok	13 272 889 Kč	11 693 802 Kč	0 Kč	1 579 087 Kč

6.7 Riziková analýza projektu

Jak uvádí Fotr (2011, s. 142): „Riziko a nejistota jsou významným atributem většiny lidských aktivit, a to zejména aktivit podnikatelských.“ Na základě tohoto tvrzení je nezbytné navrhovaný projekt podrobit rizikové analýze a identifikovat tak rizika a pravděpodobnost jejich výskytu.

Pro stanovení a hodnocení rizik byla využita analýza pravděpodobnosti výskytu rizika a míra dopadu rizika na projekt. Pro přehlednost byla sestavena tabulka 30, která udává pravděpodobnost výskytu rizika, stupeň a míru dopadu rizika. Stupnice 1 až 5 udává závažnost rizika, kdy 1 představuje téměř vyloučenou možnost výskytu rizika a 5 udává téměř jistý výskyt rizika. Stejnou stupnici má i míra dopadu rizika, kdy 1 znamená zanedbatelnou a 5 představuje kritickou míru rizika.

Tabulka 30: Pravděpodobnost výskytu rizika (vlastní zpracování)

Pravděpodobnost výskytu rizika	Stupeň	Míra dopadu rizika
Téměř vyloučené	1	Zanedbatelná
Nepřavděpodobné	2	Malá
Možné	3	Střední
Pravděpodobné	4	Velká
Téměř jisté	5	Kritická

Dále byla stanovena stupnice, která určuje dopad hodnoceného rizika. Tabulka 31 udává přijatelnost či nepřijatelnost rizika ve stupnici, která je tvořena součinem pravděpodobnosti výskytu rizika a míry dopadu rizika na projekt.

Tabulka 31: Dopad hodnoceného rizika (vlastní zpracování)

Pravděpodobnost	Dopad hodnoceného rizika
1-5	Přijatelné riziko
6-15	Podmíněně přijatelné riziko
16-25	Nepřijatelné riziko

V tabulce 32 jsou stanoveny veškeré rizikové faktory, které by mohly mít na realizaci projektu značný vliv. Na základě identifikace rizikových faktorů jich bylo stanoveno celkem šest a byla jim přiřazena hodnota pravděpodobnosti výskytu a míra dopadu. Na základě stanovených hodnot byly provedeny jejich součiny, které stanovují hodnocení rizika podle tabulky 31.

Tabulka 32: Analýza rizikových faktorů (vlastní zpracování)

Identifikované riziko	Analýza		
	Pravděpodobnost výskytu	Míra dopadu rizika	Hodnocení rizika
Zpoždění dokončení rekonstrukce	4	4	16
Nástup nových konkurenčních podniků na trh	5	4	20
Zánik stavební a projekční firmy, která patří majiteli objektu	1	5	5
Nezájem o služby nabízené v podniku	2	4	8
Nedostatek kvalitního personálu	4	3	12
Stížnosti místních obyvatel na realizovaný projekt	3	3	9

Z vyhodnocení rizik v tabulce 32 vyplynulo, že nejzávažnějším rizikem, které realizaci a fungování projektu může ovlivnit, je nástup nových konkurenčních podniků na trh. Výskyt tohoto rizika je téměř pravděpodobný a nové konkurenční podniky je nutné očekávat. Míra dopadu na podnik by byla závažná, jelikož by řada zákazníků mohla přejít ke konkurenci. Dalším, vysoce hodnoceným rizikem, je zpoždění dokončení rekonstrukce, což je velmi pravděpodobné a dopad by to mělo značný, jelikož časový harmonogram projektu je naplánován velmi podrobně a zpoždění by tak mělo vliv na veškeré činnosti v projektu. Toto riziko je možné z toho důvodu, že již nyní přestavba trvá relativně dlouho a dílčí práce jsou neustále prodlužovány nebo odkládány.

V kategorii podmíněně přijatelných rizik se nachází nezájem o služby nabízené v podniku, nedostatek kvalitního personálu a stížnosti místních obyvatel na realizovaný projekt. Nezájem o služby je hodnocen jako nepravděpodobné riziko, jelikož již v současné době lze pozorovat značný zájem o stavbu. Pokud by přeci jen nezájem mezi zákazníky byl, je toto riziko nutno hodnotit velkou mírou dopadu, jelikož by to na činnosti podniku mělo devastující vliv. Pravděpodobný výskyt rizika byl stanoven u nedostatku kvalitního personálu, jelikož je v současné době poptávka po pracovnících ve službách velmi vysoká a pracovních sil v tomto sektoru je velmi málo. Riziko stížností místních obyvatel bylo ohodnoceno jako možné a dopad střední, jelikož se v okolí vždy nějaký „chronický stěžovatel“ najde.

Vliv tohoto rizika byl však stanoven jako mírný, jelikož by se podnik snažil stížnostem předcházet a s okolím vést dobré vztahy.

Jako přijatelné riziko v tabulce 32 byl stanoven zánik stavební a projekční firmy, protože její majitel je současně i majitelem objektu. Toto riziko bylo ohodnoceno jako nepravděpodobné, jelikož firma má na trhu velmi stabilní pozici a má vlastní klientelu. Pokud by se přeci jen toto riziko vyskytlo, mělo by kritické následky na činnost podniku.

ZÁVĚR

Cílem diplomové práce bylo navrhnout projekt na využití historické nemovitosti pro oblast cestovního ruchu. Objekt je v současné době v rekonstrukci do podoby středověkého hrádku, jehož atraktivní vzhled by měl být jedním z hlavních lákadel k návštěvě turistů.

Na základě výsledků analytické části byla v projektové části diplomové práce navrhnutá forma využití restauračního zařízení, jehož prostory jsou již po rekonstrukci. Z výzkumu formou rozhovorů vyplynulo, že většina oslovených, ať už místních či potenciálních turistů z okolí, bude mít o návštěvu nového podniku v jejich okolí zájem a budou-li zde poskytovány kvalitní služby, stanou se hosty restaurace a využijí i další služby, které budou poskytovány.

Hlavní myšlenkou poskytovaných služeb ve stravovacím zařízení bude zpracování sezonních a regionálních surovin a příprava kvalitních pokrmů se zaměřením na současný trend zdravé výživy. V projektu byly navrženy další služby cestovního ruchu, které se do prostor středověkého hrádku hodí a předpokládá se, že o ně bude mezi turisty zájem. Při plánování byl brán zřetel na zachování historického ducha objektu tak, aby veškeré poskytované služby byly v souladu s historickým prostředím hrádku a využití přírodního potenciálu daného regionu.

Poskytování služeb v objektu bylo zacíleno především na tři hlavní zákaznické segmenty, a to cyklisty a turisty z okolí, nesezdané páry, které budou hledat ideální místo pro jejich svatební den a firemní a školní skupiny, které budou hledat kvalitní zázemí pro jejich společné aktivity.

V projektové části byly stanoveny majetkové a lidské zdroje, které bude k realizaci projektu nutno zabezpečit. V rámci majetkového zabezpečení byly náklady odhadnuty na 2 300 000 Kč. Dále byl sestaven časový harmonogram jednotlivých činností projektu a vyčísleny náklady a výnosy, které by realizace projektu mohla přinést.

Další část projektové části se zabývala odhadem hospodářského výsledku a předpokládanou dobou návratu investic. Projekt byl dále podroben rizikové analýze, ve které bylo definováno šest rizikových faktorů, z nichž za nejzávažnější bylo považováno zpoždění rekonstrukce objektu a možný nástup nových konkurenčních podniků.

SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

- BERÁNEK, Jaromír. 2013. *Ekonomika cestovního ruchu*. Praha: Mag Consulting, s. 296. ISBN 9788086724461.
- Bransouze, [b.r.]. *Bransouze: Oficiální stránky obce* [online]. [cit. 2018-03-18]. Dostupné z: <http://www.bransouze.cz/gsp/p1=319>
- Cyklostezka Jihlava – Třebíč – Raabs, ©2010. *Jihlava* [online]. [cit. 2018-03-21]. Dostupné z: <https://www.jihlava.cz/cyklostezka-jihlava-trebic-raabs/d-478889>
- Cyklostezka Jihlava - Třebíč - Raabs, ©2012. *Jihlava-Třebíč-Raabs* [online]. [cit. 2018-03-21]. Dostupné z: <http://www.jihlava-trebic-raabs.cz/cs/>
- Český statistický úřad, ©2018. *Český statistický úřad: veřejná databáze* [online]. [cit. 2018-03-21]. Dostupné z: <https://vdb.czso.cz/vdbvo2/faces/cs/index.jsf?page=statistiky>
- Data z cyklosčítačů, ©2012. *Jihlava-Třebíč-Raabs* [online]. [cit. 2018-03-21]. Dostupné z: <http://www.jihlava-trebic-raabs.cz/cs/data-ze-cyklocitacu>
- FORET, Miroslav a Jana STÁVKOVÁ. 2003. *Marketingový výzkum: jak poznávat své zákazníky*. Praha: Grada, s. 160. ISBN 80-247-0385-8.
- FOTR, Jiří a Ivan SOUČEK. 2011. *Investiční rozhodování a řízení projektů: jak připravovat, financovat a hodnotit projekty, řídit jejich riziko a vytvářet portfolio projektů*. Praha: Grada, s. 408. ISBN 978-80-247-3293-0.
- GOELDNER, Charles R. a J. R. Brent. RITCHIE. c2009. *Tourism: principles, practices, philosophies*. Eleventhed. Hoboken, N.J.: John Wiley, p. 648. ISBN 9780470084595.
- GÚČIK, Marian, Tomáš GAJDOŠÍK a Zuzana GAJDOŠÍKOVÁ, 2016. *Kvalita a spokojenost' zákazníka v cestovnom ruchu*. Bratislava: Wolters Kluwer. Ekonómia. s. 208. ISBN 978-80-8168-350-3.
- HAMARNEHOVÁ, Iveta. 2012. *Geografie turismu: mimoevropská teritoria*. Praha: Grada, s. 224. ISBN 978-80-247-4430-8.
- HESKOVÁ, Marie. 2006. *Cestovní ruch: pro vyšší odborné školy a vysoké školy*. Praha: Fortuna, s. 223. ISBN 80-7168-948-3.
- HESKOVÁ, Marie. 2012. *Teorie, management a marketing služeb*. České Budějovice: Vysoká škola evropských a regionálních studií, s. 183. ISBN 978-80-87472-25-5.

HOUŠKA, Petr. 2014. *Environmentální aspekty potenciálu území pro cestovní ruch*. Praha: Univerzita Jana Amose Komenského, s. 80. ISBN 978-80-7452-041-9.

Hrubý domácí produkt v krajích ČR, [b.r.]. *Český statistický úřad* [online]. [cit. 2018-03-21]. Dostupné z: https://vdb.czso.cz/vdbvo2/faces/cs/index.jsf?page=vystup-objekt&z=T&f=TABULKA&skupId=706&katalog=30832&pvo=NUC05-S1az4&pvo=NUC05-S1az4&str=v117&c=v3~8__RP2016

Charakteristika okresu Třebíč, ©2013. *Český statistický úřad: Krajská správa ČSÚ v Jihlavě* [online]. [cit. 2018-03-17]. Dostupné z: https://www.czso.cz/csu/xj/charakteristika_okresu_trebic

JAKUBÍKOVÁ, Dagmar. 2012. *Marketing v cestovním ruchu: jak uspět v domácí i světové konkurenci*. 2. vyd. Praha: Grada, s. 313. ISBN 978-80-247-4209-0.

Kapacita hromadných ubytovacích zařízení za vybrané území, ©2018. *Český statistický úřad* [online]. [cit. 2018-03-20]. Dostupné z: https://vdb.czso.cz/vdbvo2/faces/cs/index.jsf?page=statistiky&filtr=G~F_M~F_Z~F_R~F_P~_S~_U~401_null_&katalog=31742

Kategorizace zařízení agroturistiky, venkovské a zážitkové turistiky, ©2018. *Svaz venkovské turistiky a agreoturistiky* [online]. Velký Beranov [cit. 2018-03-14]. Dostupné z: <https://www.svazvta.cz/certifikace/kategorizace-zarizeni-agroturistiky-venkovske-a-zazitkove-turistiky>

KIRÁLOVÁ, Alžbeta a Ivo STRAKA. 2013. *Vliv globalizace na marketing destinace cestovního ruchu*. Praha: Ekopress, s. 227. ISBN 978-80-86929-99-6.

KOTÍKOVÁ, Halina a Eva SCHWARTZHOFFOVÁ. 2017. *Cestovní ruch*. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, s. 156. ISBN 978-80-244-5189-3.

KOTLER, Philip. 2003. *Marketing od A do Z: osmdesát pojmů, které by měl znát každý manažer*. Praha: Management Press, s. 208. ISBN 80-7261-082-1.

KOZEL, Roman, Lenka MYNÁŘOVÁ a Hana SVOBODOVÁ. 2011. *Moderní metody a techniky marketingového výzkumu*. Praha: Grada, s. 304. ISBN 978-80-247-3527-6.

LACINA, Karel. 2010. *Management a marketing cestovního ruchu*. Praha: Vysoká škola finanční a správní, s. 81. ISBN 978-80-7408-035-7.

Na okraji obce roste středověký hrádek, ©2016. *Indes.cz: Jihlava a Vysočina* [online]. [cit. 2018-03-22]. Dostupné z: https://jihlava.idnes.cz/stavba-stredovekeho-hradku-pro-remesla-bransouzy-libor-cejpek-p7x-/jihlava-zpravy.aspx?c=A160926_2275523_jihlava-zpravy_mv

Návštěvnost HUZ podle kategorie za vybrané území, ©2018. *Český statistický úřad* [online]. [cit. 2018-03-21]. Dostupné z: https://vdb.czso.cz/vdbvo2/faces/cs/index.jsf?page=vystup-objekt-parametry&z=T&f=TABULKA&katalog=31743&sp=A&filtr=G~F_M~F_Z~F_R~F_P~_S~_U~401_null_&pvo=CRUD003-R&u=v137__VUZEMI__101__40681&c=v3~8__RP2017&str=v137

O svazu, ©2018. *Svaz venkovské turistiky a agroturistiky* [online]. Velký Beranov [cit. 2018-03-14]. Dostupné z: <https://www.svazvta.cz/o-svazu/o-nas>

PALATKOVÁ, Monika a Jitka ZICHOVÁ. 2014. *Ekonomika turismu: turismus České republiky*. 2. vyd. Praha: Grada, s. 264. ISBN 978-80-247-3643-3.

Počet nezaměstnaných osob v okresech, ©2018. *Český statistický úřad* [online]. [cit. 2018-03-21]. Dostupné z: https://vdb.czso.cz/vdbvo2/faces/cs/index.jsf?page=statistiky&katalog=0&filtr=G~F_M~F_Z~F_R~F_P~_S~_U~401-_null#katalog=30853

Počet žáků v základních školách, ©2018. *Český statistický úřad* [online]. [cit. 2018-03-31]. Dostupné z: https://www.czso.cz/csu/czso/cr_od_roku_1989_skoly

Pohoda Nárameč - kalendář akcí, ©2015. *Pohoda Nárameč* [online]. [cit. 2018-03-28]. Dostupné z: http://www.pohoda-naramec.cz/cz/kalendar_akci.html

POUROVÁ, Marie. 2010. *Marketing a management venkovského cestovního ruchu*. Praha: Vysoká škola cestovního ruchu a teritoriálních studií, s. 91. ISBN 978-80-254-7787-8.

RAŠOVSKÁ Ida a Kateřina RYGLOVÁ, 2017. *Management kvality služeb v cestovním ruchu: jak zvýšit kvalitu služeb a spokojenost zákazníků*. Praha: Grada, s. 192. ISBN 978-80-247-5021-7.

Rozpočty a hospodaření obce Bransouze, ©2018. *Bransouze* [online]. [cit. 2018-03-22]. Dostupné z: <http://www.bransouze.cz/rozpocety-a-hospodareni-obce/ds-4738/p1=309>

- RYGLOVÁ, Kateřina, Michal BURIAN a Ida VAJČNEROVÁ. 2011. *Cestovní ruch - podnikatelské principy a příležitosti v praxi*. Praha: Grada, s. 213. ISBN 978-80-247-4039-3.
- RYGLOVÁ, Kateřina. 2009. *Cestovní ruch: soubor studijních materiálů*. 3. vyd. Ostrava: KeyPublishing, s. 192. ISBN 978-80-7418-028-6.
- Řeka Jihlava z Dolního Smrčného do Třebíče, ©2014. *Raft.cz* [online]. [cit. 2018-03-17]. Dostupné z: https://www.raft.cz/Clanek-Reka-Jihlava-z-Dolniho-Smrcneho-do-Trebice.aspx?ID_clanku=1615
- Ski areál Jalovec, ©2012. *České sjezdovky* [online]. [cit. 2018-03-18]. Dostupné z: http://www.ceske-sjezdovky.cz/stredisko/183_jalovec.html
- SYROVÁTKOVÁ, Jaroslava. 2013. *Specifické formy cestovního ruchu*. Liberec: Technická univerzita v Liberci, s. 84. ISBN 978-80-7372-927-1.
- ŠEFČÍK, Vladimír a Tomáš JERÁBEK. 2017. *Management služeb hotelnictví a cestovního ruchu - vybrané kapitoly*. Český Těšín: 2 Theta, s. 240. ISBN 9788086380841.
- ŠIMKOVÁ, Eva. 2015. *Aktuální témata rozvoje venkovského cestovního ruchu v ČR*. Hradec Králové: Gaudeamus, s. 126. ISBN 978-80-7435-624-7.
- ŠIMKOVÁ, Eva. 2008. *Manažerské a marketingové přístupy ve venkovské turistice*. Hradec Králové: Gaudeamus, s. 95. ISBN 978-80-7041-586-3.
- ŠIMKOVÁ, Eva. 2013. *Sustainability in tourism and rural areas: monograph*. Hradec Králové: Gaudeamus, s. 190. ISBN 978-80-7435-361-1.
- TAHAL, Radek. 2017. *Marketingový výzkum: postupy, metody, trendy*. Praha: GradaPublishing, s. 264. ISBN 978-80-271-0206-8.
- TAHAL, Radek. 2015. *Základní metody sběru primárních dat v marketingovém výzkumu*. V Praze: C.H. Beck, s. 120. ISBN 978-80-7400-585-5.
- Tvrz Bransouze, ©1995-2018. *Hrady.cz: Cestujte s přehledem* [online]. [cit. 2018-03-17]. Dostupné z: <http://www.hrady.cz/index.php?OID=1805>
- Udržitelnost CR, ©2015. *Portál pro cestovní ruch* [online]. [cit. 2018-03-16]. Dostupné z: <https://www.uhk.cz/cs-CZ/portal-cestovniho-ruchu/Digitalni-knihovna-vzdelavacich-objektu/Udrzitelnost-CR>

VAVREČKOVÁ, Eva a Eva ŠKROBÁLKOVÁ. 2013. *Geografie cestovního ruchu*. Opava: Slezská univerzita v Opavě, Filozoficko-přírodovědecká fakulta v Opavě, Ústav lázeňství, gastronomie a turismu, s. 248. ISBN 978-80-7248-888-9.

Zámek Brtnice – moravské Hradčany, ©2018. *Kudy z nudy: Czech Tourism* [online]. [cit. 2018-03-18]. Dostupné z: <http://www.kudyznudy.cz/aktivity-a-akce/aktivity/zamek-brtnice---moravske-hradcany.aspx>

Závěrečný účet za rok 2016, ©2017. *Bransouze* [online]. [cit. 2018-03-21]. Dostupné z: <http://www.bransouze.cz/zaverecny-ucet-za-rok-2016/d-37344/p1=309>

ZÁVODNÁ, Lucie Sára. 2015. *Udržitelný cestovní ruch: principy, certifikace a měření*. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, s. 107. ISBN 978-80-244-4576-2.

ZEIPELT, Rudolf, Ludmila DÖMEOVÁ a Andrea JINDROVÁ, 2011. Venkovská turistika v České republice. *Informační systém Masarykovy univerzity* [online]. Bořetice [cit. 2018-03-21]. Dostupné z: <https://is.muni.cz/do/econ/soubory/katedry/kres/4884317/26454062/Zeipeltakol.pdf>

ZELENKA, Josef. 2010. *Marketing cestovního ruchu*. Praha: Univerzita Jana Amose Komenského, s. 240. ISBN 978-80-86723-95-2.

Zřícenina hradu Rokštejn, ©2018. *Kudy z nudy: Czech Tourism* [online]. [cit. 2018-03-17]. Dostupné z: <http://www.kudyznudy.cz/Aktivity-a-akce/Aktivity/Zricenina-hradu-Rokstejn.aspx>

SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK

CR Cestovní ruch

ČR Česká republika

SWOT Strengths-Weaknesses-Opportunities-Threats analysis

HDP Hrubý domácí produkt

HUZ Hromadné ubytovací zařízení

SEZNAM OBRÁZKŮ

Obrázek 1: Využití pokojů v HUZ v ČR (Český statistický úřad, ©2018)	23
Obrázek 2: Struktura zeleného cestovního ruchu (Šimková, 2008, s. 9).....	26
Obrázek 3: Lokalizační předpoklady turismu (Hamarnehová, 2012, s. 17).....	32
Obrázek 4: Realizační předpoklady turismu (Hamarnehová, 2012, s. 19).....	33
Obrázek 5: Selektivní předpoklady turismu (Hamarnehová, 2012, s. 14).....	34
Obrázek 6: Současný vzhled objektu (vlastní zpracování).....	39
Obrázek 7: Návštěvnost v HUZ v třebíčském okrese (Návštěvnost HUZ, ©2018).....	45
Obrázek 8: Mapa cyklostezky (Cyklostezka Jihlava - Třebíč - Raabs, ©2012).....	47
Obrázek 9: Nezaměstnanost v okresech (Počet nezaměstnaných osob, ©2018).....	52
Obrázek 10: HDP na 1 obyvatele (Hrubý domácí produkt v krajích ČR, [b.r.].....	53
Obrázek 11: Kriminalita v okrese Třebíč (Český statistický úřad, ©2018)	55
Obrázek 12: Organizační struktura (vlastní zpracování)	68

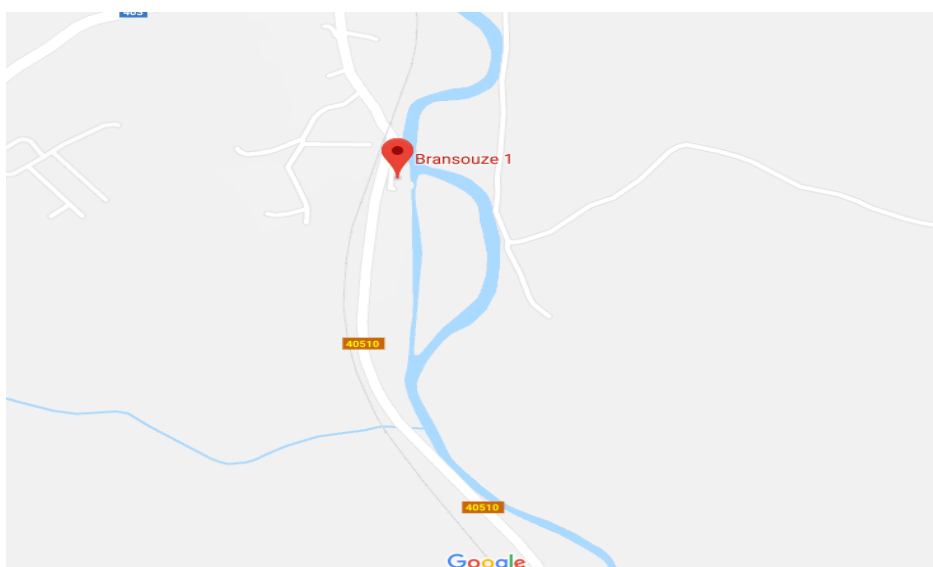
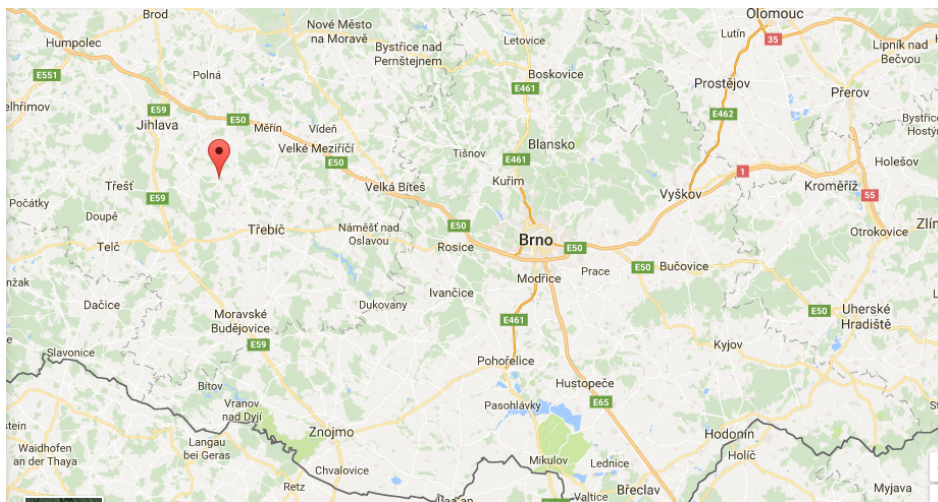
SEZNAM TABULEK

Tabulka 1: SWOT analýza (Jakubíková, 2012, s. 99)	35
Tabulka 2: Kapacity HUZ v okrese Třebíč (Kapacita HUZ, ©2018).....	44
Tabulka 3: Návštěvnost v HUZ v třebíčském okrese (Návštěvnost HUZ, ©2018).....	44
Tabulka 4: Dopravní vzdálenosti (vlastní zpracování)	46
Tabulka 5: Monitoring návštěvnosti cyklostezek (Data z cyklosčítačů, ©2012)	47
Tabulka 6: Demografické údaje o obci Bransouze (Český statistický úřad, ©2018)	48
Tabulka 7: Stav obyvatel v obci Bransouze (Český statistický úřad, ©2018).....	49
Tabulka 8: Stav obyvatel v okr. Třebíč (Český statistický úřad, ©2018).....	49
Tabulka 9: Demografické údaje o okrese Třebíč (Český statistický úřad, ©2018).....	50
Tabulka 10: Obyvatelstvo podle věkových skupin (Český statistický úřad, ©2018).....	50
Tabulka 11: Podniky v obci Bransouze (Český statistický úřad, ©2018)	51
Tabulka 12: Počet nezaměstnaných osob (Český statistický úřad, ©2018)	52
Tabulka 13: Plánování obce v Kč (Rozpočty a hospodaření obce Bransouze, ©2018)	54
Tabulka 14: SWOT analýza (vlastní zpracování).....	61
Tabulka 15: Časový plán projektu (vlastní zpracování)	70
Tabulka 16: Odhad nákladů na činnosti v projektu (vlastní zpracování)	71
Tabulka 17: Měsíční mzdové náklady (vlastní zpracování)	72
Tabulka 18: Celkové provozní náklady (vlastní zpracování)	72
Tabulka 19: Odhad tržeb ze zákaznického segmentu cyklistů (vlastní zpracování)	73
Tabulka 20: Kalkulace svatby (vlastní zpracování).....	74
Tabulka 21: Odhad tržeb za svatby (vlastní zpracování).....	74
Tabulka 22: Odhad tržeb z ubytovacích služeb (vlastní zpracování)	75
Tabulka 23: Odhad tržeb z firemních akcí (vlastní zpracování).....	75
Tabulka 24: Odhad tržeb ze školních skupin (vlastní zpracování).....	76
Tabulka 25: Tržby z půjčovného v optimistické prognóze (vlastní zpracování).....	76
Tabulka 26: Ceník půjčovného (vlastní zpracování)	76
Tabulka 27: Odhad celkových výnosů podniku (vlastní zpracování).....	78
Tabulka 28: Odhad hospodářského výsledku v 1. roce podnikání (vlastní zpracování)	79
Tabulka 29: Odhad hospodářského výsledku v Kč (vlastní zpracování).....	79
Tabulka 30: Pravděpodobnost výskytu rizika (vlastní zpracování).....	80
Tabulka 31: Dopad hodnoceného rizika (vlastní zpracování)	80
Tabulka 32: Analýza rizikových faktorů (vlastní zpracování)	81

SEZNAM PŘÍLOH

Příloha P I:	Lokalizace obce Bransouze
Příloha P II:	Chatová oblast v Bransouzích
Příloha P III:	Půdorys přízemí
Příloha P IV:	Fotografie interiéru
Příloha P V:	Půdorys prvního podlaží
Příloha P VI:	Rozhovor se starostou obce
Příloha P VII:	Rozhovory s místními občany
Příloha P VIII:	Rozhovory s turisty z okolí
Příloha P IX:	Rozhovor s ředitelem organizace Vysočina Tourism
Příloha P X:	Časová osa projektu
Příloha P XI:	Počáteční náklady
Příloha P XII:	Návrh jídelního lístku

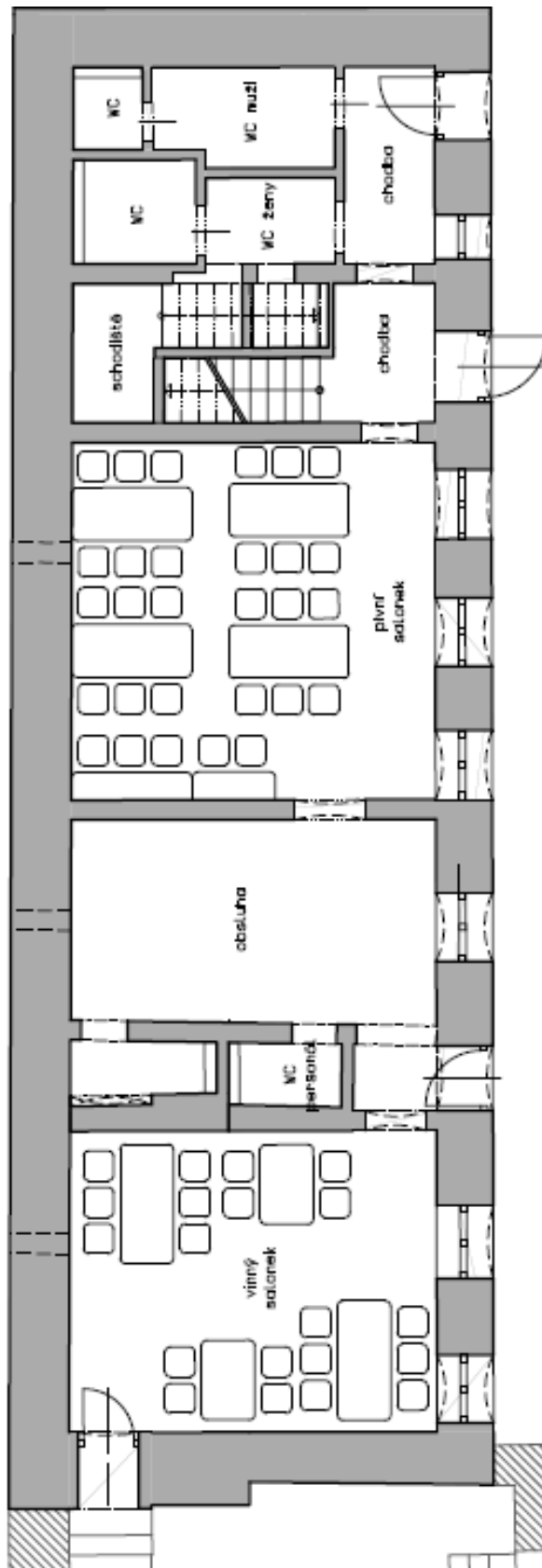
PŘÍLOHA P I: LOKALIZACE OBCE BRANSOUZE



PŘÍLOHA P II: CHATOVÁ OBLAST V BRANSOUZÍCH



PŘÍLOHA P III: PŮDORYS PŘÍZEMÍ

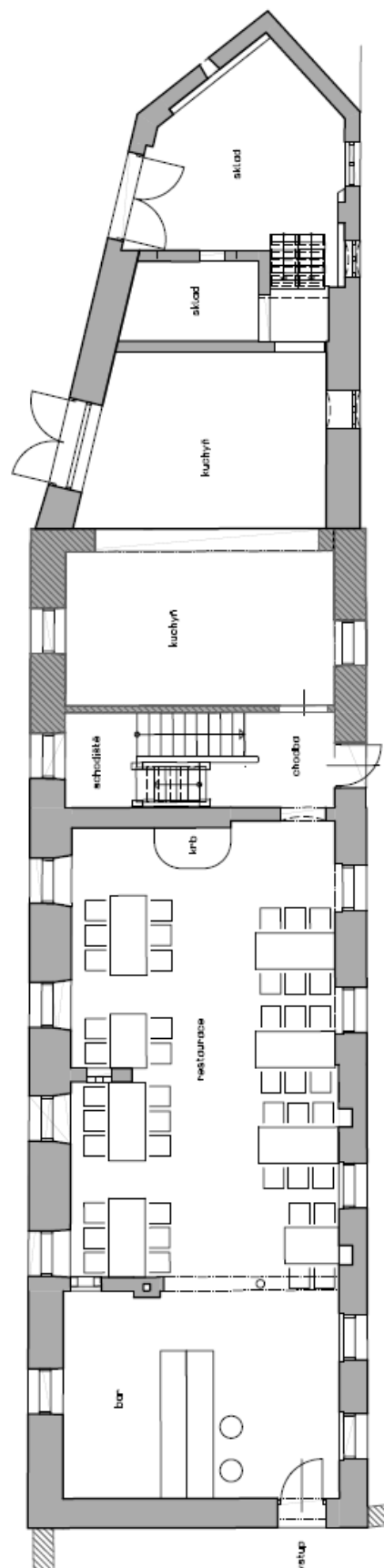


PŘÍLOHA P IV: FOTOGRAFIE INTERIÉRU





PŘÍLOHA V: PŮDORYS PRVNÍHO PODLAŽÍ



PŘÍLOHA P VI: ROZHOVOR SE STAROSTOU OBCE

Na základě předem připravených dotazů byl vyslechnut názor starosty na nemovitost č. p. 1 v Bransouzích.

- 1. Předběžně je v těchto prostorách navrhován objekt cestovního ruchu. V areálu by se měla nacházet restaurace s vinným sklípkem a pivnicí, společenský sál, ubytování cca 20 pokojů, minifarma, pořádání letního kina, svateb, firemních akcí, škol v přírodě, zázemí pro děti, apod. Jaký máte názor na to, aby zde byl vybudován takovýto objekt cestovního ruchu?**

Rozhodně by mi nic z navrhovaného nevadilo. Dokážu si tam představit restauraci s kvalitní kuchyní a ubytováním. Myslím si, že by to teda nebylo cíleně pro místní obyvatele, ale lidé z okolí by se sem určitě stahovali. Rozhodně cyklisti, kterých tu projede velká spousta, ať už ze směru od Třebíče či od Jihlavy. Ve výhledu 5 let je ještě plánovaná úprava cyklostezky mezi Dolním Smrčným a Přímělkovem, což ze strany od Jihlavy přiláká určitě ještě více cyklistů, kteří na cestě z Jihlavy budou vyhledávat určité cílové místo, kterým by klidně areál historického mlýna mohl být.

Jen bych ještě popřemýšlel o aktivitách pro děti, jelikož v současnosti jich je v obci opravdu málo. Máme zde jedno dítě, co chodí do školy a dvě cca roční děti, takže tímto směrem bych to nedoporučoval. Možná bych se spíše zaměřil na věkovou kategorii 15-25 let. Těchto „puberťáků“ je tu celkem dost a řekl bych, že nějaké společenské či kulturní vyžití by určitě uvítali.

- 2. Co říkáte na prozatímní vzhled objektu? Myslíte si, že to bude místní atraktivita?**

Obec byla vděčná za to, že se chátrajícího objektu někdo ujal, a to, co tam teď roste je nádherné a už bychom si přáli, aby to bylo hotové. Přeci jen už se stavba pár let táhne, ale na druhou stranu chápu, že nejde o malý objekt.

- 3. Vadilo by Vám něco z navrhovaného?**

Z navrhovaného by mi určitě nic nevadilo, jenom by se muselo vyřešit, pokud by se v areálu měli pravidelně konat nějaké venkovní akce, které by byly hlučnějšího rázu, aby nebyl rušen noční klid.

- 4. Myslíte si, že se může subjekt cestovního ruchu v takto malé obci udržet a dosahovat zisku?**

Z mého pohledu určitě ano. Pokud, jak říkáte, má objekt vlastní zdroj elektrické energie, tak v letní sezóně bych o zisky určitě neměl strach. Jen je potřeba popřemýšlet, co v objektu pořádat v zimě. Pokud by se na zimní sezonu zavřelo, myslím si, že by to tak mohlo fungovat. Jsem toho názoru, že by si přes sezonu dalo vydělat, aby si podnikatel mohl dovolit na zimu zavřít, popř. realizovat nárazové akce, jako např. školy v přírodě, jarmarky či workshopy.

- 5. Hodnotil byste pozitivně nové pracovní příležitosti pro místní obyvatele? Myslíte si, že by měli zájem?**

Už teď mám seznam uchazečů o práci v areálu. (smích) Obyvatelé by práci v místě bydliště rozhodně uvítaly, a pokud by tam měla opravdu fungovat restaurace, mohu nabídnout hned dvě kuchařky, které mají vážný zájem.

6. Vadil by Vám zvýšený pohyb turistů v obci?

Už v současnosti lze říci, že v obci je velmi vysoký počet turistů, a to hlavně díky cyklostezce. Takže v tom bych určitě problém neviděl.

7. Kdybyste byl turista z okolí, navštívil byste toto místo? Zajímalo by Vás to?

Objekt upoutá svým zevnějškem, troufnu si říci, každého kolemjdoucího či kolemjdoucího. A mně, jakožto turistu by určitě zajímalo, co je uvnitř, takže bych místo určitě navštívil, a pokud by zde byla nabízena kvalitní kuchyně za rozumnou cenu, rozhodně by nezůstalo u jedné návštěvy.

8. Je obec ochotná podpořit soukromý subjekt, který se nemovitostí ujal?

Rozhodně ano. Se všemi místními podnikateli má obec dobré vztahy a nevidím problém v tom, navázat vzájemnou spolupráci.

9. Je obec ochotná podpořit finančně soukromý subjekt pro provoz objektu?

Pokud by spolupráce přinášela výhody oběma stranám, jak obci, tak podnikateli a bylo by to v našich silách, tak nevidím problém. Jde nám o to, aby se v obci něco dělo, aby zde bylo živo a kulturní dění rádi podpoříme.

10. Jak hodnotíte atraktivitu a využívání cyklostezky, která přes obec vede?

Cyklostezku osobně moc rád využívám a myslím si, že to pro obec mělo velký přínos. Hodně cyklistů se zastaví na místním koupališti, ale kdyby měli i jiný cíl, kde by se mohli kvalitně najíst, odpočinout, napít a ještě si něco prohlédnout, vyzkoušet či zažít, určitě by se sem sjížděli.

PŘÍLOHA P VII: ROZHOVORY S MÍSTNÍMI OBČANY

Předběžně je v prostorách objektu starého mlýna č. p. 1 v Bransouzích plánován subjekt cestovního ruchu. V areálu by se měla nacházet restaurace s vinným sklípkem a pivnicí, společenský sál, ubytování cca 10 pokojů, minifarma, pořádání letního kina, svateb, firemních akcí, dětských táborů, zázemí pro děti apod.

1. Jaký máte názor na to, aby zde bylo vybudováno takové místo? Vadilo by Vám něco z navrhovaného?
2. Měl/a byste Vy nebo někdo z Vašeho okolí zájem v podniku pracovat?
3. Co říkáte na prozatímní vzhled objektu? Myslíte si, že to bude místní atraktivita?
4. Vadil by Vám zvýšený pohyb turistů v obci?
5. Využíváte místní cyklostezku?
6. Máte Vy osobně nějaký konkrétní nápad, co by se mohlo v místě nacházet?

Pohlaví: muž

Věk: 18

Povolání/obor studia: student gymnázia Třebíč

1. Nevadilo, bylo by to určitě zajímavé a bylo by to další místo kde trávit volné chvíle. A určitě by to byla atrakce pro cestovatele.
2. Pokud by se jednalo o práci, která by byla lidem prospěšná a dobře placená tak si myslím, že ano.
3. Určitě to vypadá zajímavě a budí to pozornost kolemjdoucích, či lidí cestujících vlakem. Určitě si myslím, že ze začátku to nebude tak navštěvované, ale poté se to určitě uchytlí.
4. Nevadil, byl by to určitě přínos pro celou obec v oblasti povědomí
5. Ano využívám na občasné sportování, jako třeba běh či jízdu na kole.
6. Jediné, co mě napadlo, bylo ubytování pro návštěvníky obce.

Pohlaví:muž

Věk:73

Povolání/obor studia:Důchodce

1. Pokud bychom nemuseli snášet nějaké intenzivní a pravidelné velmi hlučné akce, tak by mi nic z navrhovaného nevadilo.
2. Osobně o nikom nevím, kdo by pracovní příležitost v tomto místě vyhledával.
3. Je to pěkné, ale dosud jsme vlastně vůbec nevěděli, co z toho má být. Jsme rádi, že se ruiny někdo ujal. Jen jde stavba opravdu pomalu.
4. Zvýšený pohyb turistů nám nevadí, přímo okolo nás vede cyklostezka a nemáme s tím problém. Občas si s někým popovídáme.
5. Jsme již v důchodovém věku, takže my ji využíváme maximálně na krátké procházky do lesa. Ale všeobecně je využívána hodně.
6. Líbilo by se nám tam letní grilování, posezení u piva či rybaření na místním rybníčku.

Pohlaví: žena

Věk: 24

Povolání/obor studia: Vystudováno účetnictví. Momentálně pracuji v cestovním ruchu jako prodejce zájezdů.

1. Rozhodně nevadilo. Naopak uvítala bych to. Aspoň by to v obci začalo nějakým způsobem žít, bylo by možné se sejit s přáteli a povídat si. A ne čekat na to, jestli se

otevře o víkendu hospoda či nikoli. Podle mě by to obec potřebovala, protože by si stávající zastupitelstvo uvědomilo, že by měli něco pro své občany dělat.

2. Myslím, že by se v obci našlo dost lidí, kterým by pomohlo, kdyby měli práci v místě bydliště. Co se týká mě osobně, pokud by se jednalo o práci, která by mě bavila, tak bych v tom problému neviděla.
3. Myslím si, že hodně občanů v obci se stávající stav bývalé továrny nelíbí. Myslím si, že to nebude mít žádnou budoucnost a že se otevření objektu nikdy nedočká. Mě osobně to rozhodně nevádí, naopak. Mně se to takto líbí. Vypadá to starodávně a myslím si, že to k tomu patří. Pokud by to takto zůstalo, vadit mi to nebude. Nemyslím, že přímo atraktivita, ale rozhodně by to okolí oživilo a pomohlo. V okolí nic takového, jako místo na dětské tábory není. Ani žádné zázemí pro děti, kam by mohli jet se vyřadit, nebo seznamovat se s dalšími dětmi. Za mě má tento projekt rozhodně zelenou.
4. Záleží, jak by se turisti chovali k občanům v obci. Já osobně bych s tím problémem neměla, ale v obci žijí staří lidé, kteří by to uvítat nemuseli. Já osobně, kdybych rozjela nějaký takový to projekt, bych se bála reakce občanů.
5. Ano, cyklostezku využívám. Dle mého názoru to byl dobrý nápad. Aspoň se nemusí člověk bát, že ho srazí auto na silnici.
6. Kdybych měla možnost pracovat na takovém projektu, tak bych rozhodně udělala nějaké zázemí pro děti. Taková škola v přírodě by také určitě nebyla špatná. Dětské tábory, mini farma, aby se mohli i děti z měst podívat jak se žije na vesnici. V okolí také myslím docela chybí domov důchodců. Například v Okříškách takovéto zařízení je, ale už je bohužel plné a je těžké se do něj dostat. Rozhodně uvítám jakékoli zlepšení, vyžití jak pro děti, tak dospělé.

Pohlaví: žena

Věk: 43

Povolání/obor studia: Kuchařka. Momentálně ale pracuji jako dělnice v továrně.

1. Určitě nevádí. Spíše naopak, uvítala bych změnu.
2. Já osobně bych určitě šla pracovat do takového objektu. Jsem vyučená kuchařka a taková práce by mi nevádí. Práci v místě bydliště by uvítal každý.
3. Dosavadní vzhled objektu se mi líbí. Asi bych si to takhle dokázala představit, kdyby to tak mělo zůstat. Ke staré továrně či mlýnu se takový to vzhled i hodí.
4. Tohle je mi vcelku jedno.
5. Ano využíváme.
6. Myslím si, že by se tam docela i hodila okrasná zahrada nebo záhon s bylinkami a květinami. Určitě také nějaké využití pro děti. Dětské tábory, škola v přírodě, mini farma, aby i děti z měst se dostali na vesnici a poznali jaké to na vesnici je.

Pohlaví: žena

Věk: 22

Povolání/obor studia: OSVČ – Fotografické služby

1. Ne, je třeba podporovat kulturu a cestovní ruch v našem nejbližším okolí, a nejen tam.
2. Určitě si myslím, že by zdejší lidé jevíli zájem o takovou pracovní příležitost. Minimálně brigádně. Pokud mám někoho zmínit konkrétně, tak například moje maminka chce již nějaký čas změnit povolání, a ačkoliv za ni nemohu mluvit, myslím si, že by zaměstnání v podniku uvítala. Já osobně bych uvítala příležitost fotit zde svatby.

3. Již nyní se mně mnoho lidí ptá, co je to za objekt, a k čemu slouží. Z toho je myslím poznat, že jeho vzhled přitahuje velkou pozornost. A určitě v dobrém smyslu.
4. Jelikož bydlím v jiné části obce, nijak přímo by mně to nezasáhlo a zvýšený turismus by jistě prospěl k rozvoji obce.
5. Ano, ale pouze trasu do Jihlavy a zpět.
6. Několikrát jsem si říkala, že by tam bylo pěkné centrum pro práci s fyzicky znevýhodněnými lidmi, centrum pro terapii se zvířaty, nebo domov seniorů.

Pohlaví: muž

Věk:25

Povolání/obor studia:Projektový manager - Dukovany ČEZ a.s.

1. Mně by toto vůbec nevadilo. Spíše otázka, zda by sem jezdili turisti. Bransouze jsou přeci jen malá vesnička, která má 250 obyvatel. Věřím tomu, kdyby toto bylo umístěno např. v Brtnici, Lukách nad Jihlavou, že by tam nebyla nouze o turisty, ale hlavní problém bude ty lidi do Bransouz dostat.
V dnešní době, kdyby se udělala masivní marketingová propagace (cedule, billboardy, reklama na Facebooku, Instagramu atd.) mohlo by to ty lidi přilákat. IT technologie vládou světem. Každopádně, kdyby tady něco takového bylo, rád to uvítám.
2. Já bych v tomto sektoru určitě pracovat nechtěl, věnuji se jaderné energetice, ale věřím tomu, že by se někdo určitě našel. Vždy je to otázka peněz a pracovních podmínek.
3. Přejde mi, že za poslední 2 roky se tam nic neděje. Objekt vypadá na pohled hezky, ale není dobrá reklama lidem nic říct. Měl by říct lidem, co tam bude. Místní atraktivita to určitě nebude. Ano, zajdou se tam místní podívat, ale nemyslím si, že by to bylo pro občany Bransouz „top“.
4. Mně by zvýšený pohyb turistů nevadil.
5. Ano, v létě jsem aktivní cyklista
6. Ještě bych tam dodělal park s lavičkami, který bude volně přístupný.
Také by se zde mohli konat kulturní akce, např. akustické vystoupení kapel, hrát divadlo atd.

Pohlaví:žena

Věk:57

Povolání/obor studia:OSVČ – textilní tvorba

1. Já osobně nemám nic, co bych projektu vytkla. Jsem společenský typ a veškeré kulturní dění v obci jenom uvítám.
2. Myslím si, že jedna moje dcera, která se věnuje cukrařině, by o pracovní místo měla určitě zájem. Ráda vaří, zkouší nové věci a je hrozně tvůrčí. Už procestovala kus světa, ale pořád říká, že se sem jednou vrátí. Pro mě by to asi nebyla konkrétně pracovní příležitost, ale jako OSVČ bych uvítala možnost své produkty zde nabídnout, popřípadě uspořádat nějaký jarmark či kurzy šití, které v současnosti organizují, ale z důvodu velkého zájmu na ně doma nemám dostatečné prostory.
3. Já jsem moc ráda za to, co nám tu roste. Koukám na to přímo z okna kuchyně a jsem překvapená, co mi z té staré chátrající fabriky roste před očima. Domů mi chodí klienti a většina se hned při vstupu ptá, co nám to tu pěkného roste. Ve svém okolí jsem nezaznamenala žádnou kritiku ani žádné negativní poznámky týkající se objektu. Všichni doma z toho máme radost, že to tu máme takhle hezké. Jsem přesvědčená, že to místní atraktivita bude.

4. Za zvýšený počet turistů v obci a kulturní dění bych byla jedinec ráda. Jsem velmi společenský člověk a možnost se s někým potkat jenom ocením.
5. Ano, za cyklostezku jsme moc rádi a v létě ji hodně využíváme. Jen nám chybí více míst, kam by se po ní dalo dojet.
6. Osobně bych ocenila bylinkovou zahrádku a květiny nebo určitě zázemí pro místní ženy, které se nemají moc kde potkávat.

Pohlaví:žena

Věk:40

Povolání/obor studia:Referentka ve státní správě

1. Nic z navrhovaného by mi vůbec nevadilo. Uvítala bych zde třeba školy v přírodě. Vím o místě jménem Chaloupky v nedalekých Kněžících, kde se tyto školy v přírodě konají celoročně a podnik má na 6 let dopředu vyprodáno. Myslím, si, že pokud by zde vyrostl podnik podobného rázu, určitě by to ocenili jak místní, tak lidé z okolí. Podle mě by nebyl problém, aby zde takový objekt fungoval. Určitě by zde byly krásné svatby.
2. Já osobně bych zde asi pracovní příležitost nevyhledávala, ale vím o ženách, které by pracovní příležitosti v místě bydliště a v tomto sektoru určitě uvítaly.
3. Objekt je moc krásný, a jsem ráda, že se obec zbavila té škaredé staré chátrající budovy. Myslím si, že pro konání svateb je to moc hezké místo.
4. Zvýšený pohyb turistů by pro mě nebyl žádným problémem. Už teď je v obci velmi živo díky cyklostezce, takže jsme tak nějak zvyklí.
5. Ano, cyklostezku využíváme velmi rádi.
6. Já osobně si myslím, že by tam byl hezký i domov důchodců, o který by byl určitě velký zájem, ale zase na druhou stranu by nebyl zas tak využit potenciál takového hezkého místa, které z toho určitě po dokončení stavebních prací bude.

PŘÍLOHA P VIII: ROZHOVORY S OKOLNÍMI TURISTY

1. Využíváte cyklostezku vedoucí přes obec Bransouze? Jestli ano, tak jak často, jakou formou? Sami, s partnerem nebo s dětmi?
2. Navštěvujete podniky a místa, ležící na této trase? Jestli ano, tak jak často, co je hlavním důvodem, co Vám v těchto podnicích schází?
3. V objektu historického mlýna v Bransouzích by se měl nacházet objekt cestovního ruchu, a to restaurace s vinným sklípkem a pivnicí, společenský sál, ubytování cca 10 pokojů, minifarma, pořádání letního kina, svateb, firemních akcí, dětských táborů, zázemí pro děti, apod. Víte o tom, že se nějaký takový objekt v Bransouzích nachází? Pokud ano, jaký je na toto místo Váš názor? Jak na Vás místo působí? Navštívoval/a byste toto místo? Uvítal/a byste takové zázemí pro děti i dospělé ve Vašem okolí?
4. Vadilo by Vám něco z navrhovaného? Pokud ano, co a proč?
5. Měl/a byste Vy nebo někdo z Vašeho okolí zájem v podniku pracovat?

Pohlaví: žena

Věk: 40

Zaměstnání: Učitelka na základní škole

1. Cyklostezku vedoucí přes obec Bransouze využívám několikrát ročně. Ráda vyrazím tímto směrem sama, s dětmi či přáteli. Je to velice příjemný kraj podél řeky Jihlavy.
2. Ke každému výletu jistě patří také zastavení na malé či velké občerstvení. Je pravda, že pokud chceme vyrazit na plánovaný výlet hned brzy zjara a nejedná se o víkendový čas, pak je problém najít místo, kde si člověk může odpočinout nebo vychutnat příjemné chvíle. Podniky na této cyklostezce bohužel občerstvení nenabízejí nebo ano, ale v omezeném čase. Jedná se především o občerstvení na koupališti, které se otevírá spíše až v pozdějším období, kdy je možné posedět venku a počasi takovému posezení přeje. Tedy hlavně teplotně. Není tedy spolehnutí, že bude v ten čas otevírací doba, což je mnohdy velice nepříjemné. Pokud chceme pokračovat dále po proudu řeky a cíl nás čeká na nedalekém Jalovci, pak i tady shledávám problém v otevírací době restauračního podniku. Je smutné, že při výletě nemáte jistotu místa, kde by cyklista nebo turista na chvíli zavítal a zrelaxoval v příjemném prostředí. Buď uvnitř či někde venku na zahrádce.
3. O možném vzniku místa cestovního ruchu jsem slyšela od své kolegyně. Toto místo se mi velice líbí. Jsem nadšena z objektu i z místa, kde se nachází. Dokážu si velice živě představit využitelnost tohoto zařízení. Na otázku „jestli bude místo využíváno“ je velice těžké odpovědět, protože každý z nás má jiný názor a představu. Přála bych si, aby to tak bylo. Možná to bude chvíli trvat, než si lidé zvyknou a zjistí, že se takový zajímavý objekt v těchto místech nachází a nabízí zajímavé služby. Protože před tímto objektem končí velká frekvence cyklistických výletů. Dále pokračuje jen malá část z těchto sportovních nadšenců.
4. Rozhodně by však nemělo chybět zázemí s malými dětmi, tedy nějaké houpačky, protože dnes je móda vyrazet na výlety s dětmi. Vlastně je to dobře, protože řada dětí moc pohybu v dnešní době nemá. Je tedy fajn, pokud vyrazí na výlet celá rodina.
5. Co se týče nabízeného zaměstnání, pak musím říci, že bych této možnosti nevyužila. Ale ráda bych se stala pravidelnou návštěvnicí.

Věk: 31

Pohlaví: muž

Zaměstnání/obor studia: OSVČ - projektant

1. Po cyklostezce z Bransouz do Přibyslavic už nikdy více, rád bych potkal toho, kdo navrhoval trasu a zeptal se, co ho k tomu vedlo. ☺ Přes Bransouze jsem již několikrát jel a budu jezdit dál. Zatím sám.
2. Bohužel poslední rozumná zastávka na trase z Jihlavy je v Bítovčicích a pak už jen pusto prázdno až do Třebíče. V rámci letní sezóny by se určitě ještě nějaká pěkná zastávka hodila.
3. Již deset let pozoruji stavební úpravy objektu a je to běh na dlouhou trať. Sám jsem zvědav, kdy bude alespoň část objektu dokončená a něco z uvedeného v provozu. Nemám to od domova až tak daleko a mohl by to být jeden z cyklistických cílů. Je to pěkná lokalita s velkým potenciálem.
Atraktivita asi ano, ale dnes je vše o lidech. Takže když bude dobrá obsluha, dobré jídlo a pití, krásné posezení venku i uvnitř, tak věřím, že ano.
4. Nejsem místní, takže žádná negativa s tím spojená nevidím.
5. V tuto chvíli o nikom nevím.

Věk: 22

Pohlaví: žena

Zaměstnání/obor studia: Studium – Veterinární hygiena

1. Ano, několikrát ročně, na koloběžce, na kolečkových bruslích, chůze, se psem, s partnerem.
2. Ano, relax, hlad a chuť.
3. Ano, působí na mě pohádkově a romanticky. Navštěvovala bych toto místo, hlavně kvůli dobrému jídlu a minifarmě. Ano, myslím, že takové místo by bylo v našem okolí perfektní, v blízkém okolí nic takového není.
4. Nic by mi nevadilo. Shledávám na projektu zatím pouze pozitiva. Snad jen to, že už by to mohlo stát a fungovat. ☺
5. Ano, určitě bych měla zájem pracovat na minifarmě.

Věk: 37

Pohlaví: žena

Zaměstnání/obor studia: HR Adminspecialist

1. Ano, především na jaře a v létě. Pěšky nebo na kole, sama nebo s celou rodinou.
2. Ano, občas. V okolí jich moc není.
3. Víím o rekonstrukci mlýna, nevěděla jsem však o konkrétním využití. Místo na mě působí pozitivně. Určitě bych jej navštěvovala a využívala s celou rodinou. Podobné zařízení zde chybí. Ano, určitě by to byla místní atraktivita.
4. Nenapadá mě nic, co by mi vadilo.
5. Podle druhu uplatnění a finančního ohodnocení.

Věk: 28

Pohlaví: muž

Zaměstnání/obor studia: Automechanik

1. Tak určitě. V Bransouzích začíná asfaltový povrch, který je ideální pro jízdu na in-line bruslích. Nejčastěji tak využívám úsek s Bransouz do Horního Smrčného.

2. Přes léto navštěvuji v Bítovčicích hospůdku U Gurmána. Je to sice kus cesty, ale tam už jezdím na kole. Venkovní posezení u koupaliště v Bransouzích nevyužívám. Není to pro mě nijak atraktivní zázemí a poskytované služby nejsou kvalitní.
3. Ano, o rekonstrukci vím. Už trvá několik let a už bych si přál, aby to bylo dodělané a mohlo se tak hezké místo navštěvovat i zevnitř a ne jen okukovat zvenku. Nějaká zábava pro děti by se v okolí určitě hodila. Myslím si, že místní atraktivita to určitě bude. Pokud bude služby poskytovat kvalitní personál, tak je možné předpokládat i zahraniční návštěvníky. Pokud bude v restauraci poskytována kvalitní a chutná kuchyně, jsem si jistý, že i přes zimu bude moci podnik bez problému fungovat. Národným příkladem je zmíněná Hospůdka u Gurmána v nedaleké vesnici Bítovčice, která o zákazníky nemá nouzi v žádném ročním období. A pokud by zde byl navrhovaný vinný sklípek a minifarma v prostředí středověkého sídla, jsem si jistý, že každý si zde najde to svoje a bude chtít místo navštívit.
4. Zápach z minifarmy při jídel na terase.
5. Myslím, že v okolí by se našlo hodně zájemců o to v objektu pracovat.

PŘÍLOHA P IX: ROZHOVOR S ŘEDITELEM VYSOČINA TOURISM

Jaký máte názor na cyklostezku Jihlava-Třebíč-Raabs? Využíváte ji? Myslíte si, že to byl pro oblast vhodný čin?

Já osobně jsem za ni moc rád. Pokud by se tento projekt neuskutečnil, nenacházel by se náš kraj na takové úrovni návštěvnosti jako v současné době. Využívám ji velmi často, ale musím se přiznat, že nejčastějším cílem jsou Luka nad Jihlavou či Bítovčice.

Co si myslíte o navrhovaném objektu v obci Bransouze?

Rozhodně je to velmi zajímavý projekt. V současné době lidé vyhledávají originalitu a jedinečnost. To, co by tam mělo vyrůst, bude určitě navštěvované místo. Je důležité nezaměřit se pouze na cyklisty, ale tak jak v projektu navrhujete, zacílit i na další segment, při čemž je ale důležité myslet na to, aby se daly v objektu všechny nabízené produkty pro různé segmenty spojit. Zajímavý podnik na cyklostezce je v současné době určitě potřeba.

Vzhledem k jeho poloze, a to přesně na půli cesty mezi Třebíčí a Jihlavou, by to bylo určitě zajímavé místo, které by poskytovalo kvalitní zázemí, a to jak už ubytování, stravování, tak i další navrhované doplňkové služby. Díky poloze by tedy ubytování hosté měli mnoho příležitostí pro jejich jejich výlety do okolí. Dále díky existenci železnice a navrhované půjčovně sportovních potřeb jako jsou kola, koloběžky či kanoe by měli mnoho možností, jak zde trávit volný čas a kombinovat různé dopravní prostředky pro získání řady různorodých zážitků.

Jediné, co mě v rámci navrhovaného projektu napadá je využití v zimním období. Řada podobných podniků, co znám, funguje pouze přes letní sezonu a v zimě zavírá. Je důležité se nad tímto plánem zamyslet.

Myslíte si, že by se zimní sezona dala zaměřit na nárazové akce na objednávku či na pobyty pro běžkové lyžování?

V tomto případě bych se takovou činností dokázal představit. Na další roky naše organizace plánuje podporu běžkového lyžování v jihlavském okrese. Pokud by spolupráce byla s nějakým svazem, který byl v okolí dokázal upravovat cyklostezky a podnik by zařídil možnou přepravu do různých míst regionu, určitě by tato činnost byla atraktivní.

Je možné uvažovat o nějakém druhu spolupráce s organizací Vysočina Tourism?

Vzhledem k tomu, že jsme příspěvková organizace, o grantech a dotacích bohužel nelze uvažovat. Ale co se týče propagace, tak rozhodně ano. Jedna naše kancelář je zaměřena na kongresový a firemní cestovní ruch. Firmy se na nás obracejí s žádostmi, abychom podle jejich požadavků vyhledali ideální místo pro jejich firemní akce a školení. V tomto případě bychom objekt mohli doporučit, jelikož je to velmi zajímavé místo se zázemím, které firmy vyhledávají. V rámci firemních akcí by kulturní akce mohly probíhat v nedalekých městech Třebíč a Jihlava, které mají rozhodně co nabídnout. Druhá naše kancelář se pro změnu zabývá filmovým cestovním ruchem. Jsme v kontaktu s filmaři, kteří hledají zajímavá a dosud neobjevená místa, čímž objekt po dokončení rozhodně bude. I v tomto případě bychom podniku mohli zajistit propagaci v tomto sektoru.

Dále by celkově spolupráce mohla být založena na propagaci objektu v našich publikacích, příručkách a dalších programech.

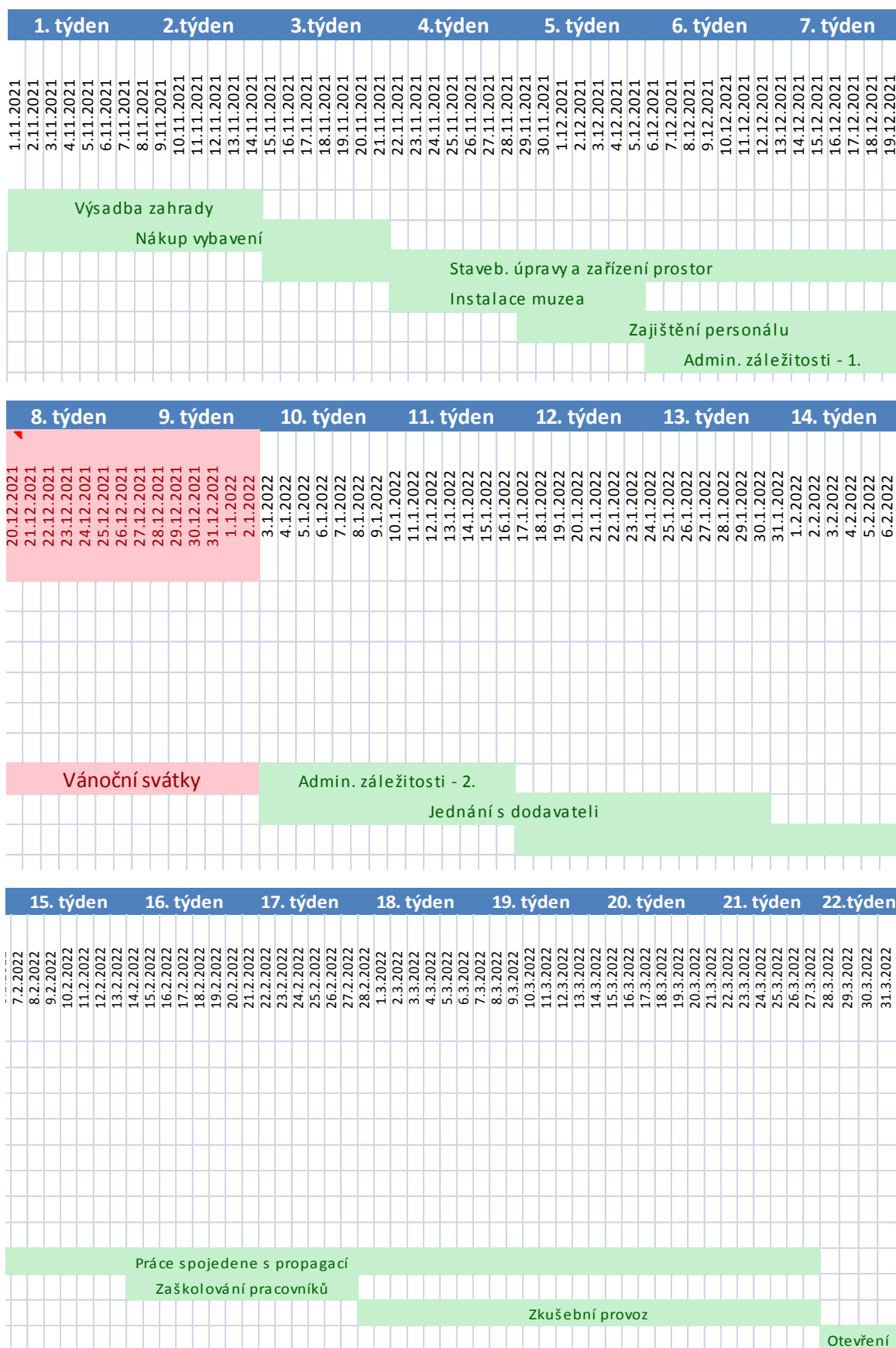
Jak hodnotíte podniky, které v současnosti na cyklostezce fungují?

Na cyklostezce je možné navštívit buď Kolničku v Lukách nad Jihlavou, nebo Hospůdku u Gurmána v obci Bítovčice.

Kolnička v Lukách nad Jihlavou je jihlavskými cyklisty velmi oblíbená. Má strategickou polohu a přes cyklistickou sezonu je tam neustále plno. To vidím jako jejich slabou stránku a tedy příležitost pro nový podnik na zmiňované cyklostezce. Musím uznat, že kvalitou se tento podnik velmi pohoršil a velmi využil toho, že je cyklisty velmi oblíbený a zdražení pokrmů a nápojů je velmi citelné.

Hospůdku u Gurmána v Bítovčicích je naopak kvalitou poskytovaných pokrmů na vysoké úrovni a cenově je to velmi dostupný podnik. Ale také zde vidím slabou stránku, a tím je velmi neatraktivní prostředí podniku.

PŘÍLOHA P X: ČASOVÁ OSA PROJEKTU



PŘÍLOHA P XI: POČÁTEČNÍ NÁKLADY

Položka	Množství	Cena za jednotku	Celková cena
Celkové náklady na vybavení kuchyně			900 942,00 Kč
Konvektomat	1	299 830,00 Kč	299 830,00 Kč
Elektrická fritéza	2	4 401,00 Kč	8 802,00 Kč
Grilovací deska	1	21 951,00 Kč	21 951,00 Kč
Sporák elektrický	1	68 652,00 Kč	68 652,00 Kč
Salamander	1	10 161,00 Kč	10 161,00 Kč
Digestoř	1	26 000,00 Kč	26 000,00 Kč
Pracovní pulty a policové regály	1	68 000,00 Kč	68 000,00 Kč
Lednice nerezová	2	17 001,00 Kč	34 002,00 Kč
Chladicí skříň (skladové prostory)	1	29 691,00 Kč	29 691,00 Kč
Mrazicí pult (skladové prostory)	2	12 384,00 Kč	24 768,00 Kč
Mraznice	2	19 161,00 Kč	38 322,00 Kč
Myčka velkokapacitní	1	65 032,00 Kč	65 032,00 Kč
Infra lampa	3	6 375,00 Kč	19 125,00 Kč
Vakuová balička	1	29 610,00 Kč	29 610,00 Kč
Ponorný mixér	1	7 902,00 Kč	7 902,00 Kč
Mlýnek na maso	1	15 921,00 Kč	15 921,00 Kč
Robot na hnětení	1	23 841,00 Kč	23 841,00 Kč
Nářezový stroj	1	7 110,00 Kč	7 110,00 Kč
Hrnc tlakový	1	10 422,00 Kč	10 422,00 Kč
Sada pánví	1	1 800,00 Kč	1 800,00 Kč
Ostatní vybavení	1	90 000,00 Kč	90 000,00 Kč
Celkové náklady na vybavení restaurace a terasy			275 133,00 Kč
Myčka skla	1	20 328,00 Kč	20 328,00 Kč
Dvoupákový kávovar	1	46 305,00 Kč	46 305,00 Kč
Chladicí barová skříň	1	26 900,00 Kč	26 900,00 Kč
Barovy stůl	1	18 000,00 Kč	18 000,00 Kč
Výrobník ledu	1	20 600,00 Kč	20 600,00 Kč
Stoly a židle - vlastní výroba z vlastního dřeva		0,00 Kč	0,00 Kč
Pokladní systém	1	45 000,00 Kč	45 000,00 Kč
Ostatní vybavení	1	98 000,00 Kč	98 000,00 Kč
Celkové náklady na slavnostní hostiny (catering)			187 726,00 Kč
Chafing s poklopem	8	1 063,00 Kč	8 504,00 Kč
Elektrická vodní lázeň	2	19 611,00 Kč	39 222,00 Kč
Vybavení velkého sálu - stoly a židle vlastní výroba		0,00 Kč	0,00 Kč
Audiovizuální technika	1	75 000,00 Kč	75 000,00 Kč
Ostatní vybavení	1	65 000,00 Kč	65 000,00 Kč
Vybavení ubytovací části			670 000,00 Kč
Vybavení dvojlůžkový pokoj	14	35 000,00 Kč	490 000,00 Kč
Vybavení čtyřlůžkový pokoj	3	60 000,00 Kč	180 000,00 Kč
Vybavení pro volný čas			144 900,00 Kč
Kanoe	4	18 000,00 Kč	72 000,00 Kč
Kola	5	5 790,00 Kč	28 950,00 Kč
Koloběžky	5	4 790,00 Kč	23 950,00 Kč
In-line brusle	20	1 000,00 Kč	20 000,00 Kč
Firemní transit	1	120 000,00 Kč	120 000,00 Kč
Celké náklady na vybavení			2 298 701,00 Kč

PŘÍLOHA P XII: NÁVRH JÍDELNÍHO LÍSTKU

HLAVNÍ CHODY

kuřecí prsíčko, pečená mrkev s cizmou	200g	150,-
roláda z kuřecího stehna plněná nádivkou, pálená a nakládaná cibule	200 g	155,-
krkovička, slanina, žampiony, česnek a přírodní šťáva	200 g	160,-
kotleta Duroc s želítkovou krustou, salát z kysaného zelí	200 g	170,-
vepřová panenka pečená v chlebu, soté z hlívy a žampionů	200 g	180,-
steak z hovězí špičky ořechu, koláč se zkaramelizovaným česnekem	200 g	215,-
trhaný hovězí krk, marinovaná zelenina, chilli majonéza, brambůrky ve slupce	250 g	199,-
králík na černo, mandlové krokety	220 g	195,-
pečený selečí bok, zelňáky, omáčka z jablek	220 g	185,-
přírodní nebo smažený řízek kuřecí nebo vepřový	200 g	105,-/115,-