

Analýza cestovního ruchu mikroregionu Rožnovsko

Tereza Krupová

Bakalářská práce
2018



Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta managementu a ekonomiky

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

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Tereza Krupová**
Osobní číslo: **M15165**
Studijní program: **B6208 Ekonomika a management**
Studijní obor: **Management a ekonomika**
Forma studia: **prezenční**

Téma práce: **Analýza cestovního ruchu mikroregionu Rožnovsko**

Zásady pro vypracování:

Úvod

Definujte cíle práce a použité metody zpracování práce.

I. Teoretická část

- Zpracujte teoretická východiska z oblasti cestovního ruchu.

II. Praktická část

- Charakterizujte mikroregion Rožnovsko.
- Popište současný stav cestovního ruchu v mikroregionu Rožnovsko.
- Zpracujte SWOT analýzu.
- Ze závěru analýzy vyvodte závěry a doporučení.

Závěr

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

Seznam odborné literatury:

- COOPER, Chris. *Tourism: principles and practice*. 4th ed. Harlow, England: Prentice Hall Financial Times, 2008, 704 s. ISBN 978-0273711261.
- PALATKOVÁ, Monika a Jitka ZICHOVÁ. *Ekonomika turismu: turismus České republiky*. 2., aktualiz. a rozš. vyd. Praha: Grada, 2014, 262 s. ISBN 978-80-247-3643-3.
- TAHAL, Radek. *Marketingový výzkum: postupy, metody, trendy*. Praha: Grada, 2017, 261 s. ISBN 978-80-271-0206-8.
- VAJČNEROVÁ, Ida a Kateřina RYGLOVÁ. *Management kvality služeb v cestovním ruchu: jak zvýšit kvalitu služeb a spokojenost zákazníků*. Praha: Grada, 2017, 186 s. ISBN 978-80-247-5021-7.
- ZELENKA, Josef a Martina PÁSKOVÁ. *Výkladový slovník cestovního ruchu. Kompletně přeprac. a dopl. 2. vyd.* Praha: Linde Praha, 2012, 768 s. ISBN 978-80-7201-880-2.

Vedoucí bakalářské práce: **Ing. Monika Hýblová**
Ústav managementu a marketingu

Datum zadání bakalářské práce: **15. prosince 2017**

Termín odevzdání bakalářské práce: **14. května 2018**

Ve Zlíně dne 15. prosince 2017



doc. Ing. David Tuček, Ph.D.
děkan



doc. Ing. Pavla Staňková, Ph.D.
ředitelka 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 vyrovnání případného přiměřeného příspěvku na úhradu nákladů, které byly Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně na vytvoření díla vynaloženy (až do jejich skutečné výše) bude rovněž předmětem této licenční smlouvy;
- beru na vědomí, že pokud bylo k vypracování diplomové/bakalářské práce využito softwaru poskytnutého Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně nebo jinými subjekty pouze ke studijním a výzkumným účelům (tedy pouze k nekomerčnímu využití), nelze výsledky diplomové/bakalářské práce využít ke komerčním účelům;
- beru na vědomí, že pokud je výstupem diplomové/bakalářské práce jakýkoliv softwarový produkt, považují se za součást práce rovněž i zdrojové kódy, popř. soubory, ze kterých se projekt skládá. Neodevzdání této součásti může být důvodem k neobhájení práce.

Prohlašuji,

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 10.5.2018

Jméno a příjmení: TEREZA KRUPOVÁ.....

.....
podpis diplomanta

ABSTRAKT

Tato bakalářská práce je zaměřena na mikroregion Rožnovsko. Hlavním cílem práce je podrobně analyzovat současný stav cestovního ruchu v této lokalitě a navrhnout doporučení pro jeho zlepšení. Práce je rozdělena na teoretickou a praktickou část.

Podstatou výzkumu bylo zjistit, zda jsou služby v této lokalitě na dostatečné úrovni a zda je mikroregion pro návštěvníky atraktivní. V rámci řešení bylo použito metody dotazníkového šetření a analýzy silných a slabých stránek, příležitostí a hrozeb. Na základě zkoumaných dat získaných prostřednictvím těchto metod a jejich následným zpracováním bylo možné navrhnout potřebná doporučení pro zdokonalení současné situace cestovního ruchu v mikroregionu. Hlavním zjištěním je využití potenciálu mikroregionu Rožnovsko ohledně cestovního ruchu a skutečnost, že se zde turisté stále vracejí.

Klíčová slova: cestovní ruch, SWOT analýza, Rožnov pod Radhoštěm, Valašské muzeum v přírodě, mikroregion, dotazníkové šetření

ABSTRACT

This Bachelor thesis is focused on Roznovsko Microregion. The main objective of the thesis is to analyse in detail the current state of tourism in this locality and to propose recommendations for its improvement. The thesis is divided into the theoretical part and practical part.

The essence of the research was to find out whether the services in this locality are of sufficient quality and whether the Microregion is attractive for visitors. The solution used was a questionnaire survey and analysis of strengths and weaknesses, opportunities and threats. On the basis of the data collected through these methods and their subsequent processing, it was possible to propose the necessary recommendations for improving the current situation of tourism in the Microregion. The main findings are the exploitation of the potential of the Microregion and the fact that tourists are still returning.

Keywords: Tourism, SWOT analysis, Roznov pod Radhostem, Wallachian open air museum, Microregion, questionnaire survey

Touto cestou bych chtěla velmi poděkovat především své vedoucí Ing. Monice Hýblové za odbornou pomoc, poskytnuté rady, podporu, trpělivost a ochotu při vedení mé práce.

Také děkuji své rodině, která mi poskytla nezbytné podmínky pro práci a svým přátelům a blízkým za všestrannou podporu. Děkuji.

OBSAH

ÚVOD	9
CÍLE A METODY ZPRACOVÁNÍ PRÁCE	10
I TEORETICKÁ ČÁST	11
1 CESTOVNÍ RUCH	12
1.1 DEFINICE A VÝZNAM CESTOVNÍHO RUCHU	12
1.2 ZÁKLADNÍ POJMY CESTOVNÍHO RUCHU	14
1.3 TYPOLOGIE CESTOVNÍHO RUCHU	15
1.3.1 Formy cestovního ruchu.....	16
1.3.2 Druhy cestovního ruchu	18
1.4 TRH TURISMU	20
1.4.1 Faktory ovlivňující trh turismu	20
1.4.2 Nabídka v cestovním ruchu.....	23
1.4.3 Poptávka v cestovním ruchu	24
2 MARKETING	27
2.1 MARKETING CESTOVNÍHO RUCHU	27
2.2 MARKETINGOVÝ MIX CESTOVNÍHO RUCHU	28
2.2.1 Product (produkt)	28
2.2.2 Price (cena).....	29
2.2.3 Place (distribuce).....	29
2.2.4 Promotion (propagace).....	30
2.2.5 Packaging (sestavování balíčků)	31
2.2.6 Programming (programování).....	31
2.2.7 People (lidé)	31
2.2.8 Partnership (spolupráce).....	32
2.3 SWOT ANALÝZA	32
3 MARKETINGOVÝ VÝZKUM	34
3.1 SBĚR DAT	34
3.1.1 Kvalitativní a kvantitativní výzkum	35
3.2 DOTAZNÍK	36
3.2.1 Typy otázek	36
4 MIKROREGION	38
SHRNUTÍ POZNATKŮ Z TEORETICKÉ ČÁSTI	39
II PRAKTICKÁ ČÁST	40
5 MIKROREGION ROŽNOVSKO	41
5.1 CHARAKTERISTIKA JEDNOTLIVÝCH MĚST A OBCÍ	42
5.1.1 Město Rožnov pod Radhoštěm	42
5.1.2 Obec Dolní Bečva	43
5.1.3 Obec Horní Bečva	43
5.1.4 Obec Hutisko-Solanec.....	44
5.1.5 Obec Prostřední Bečva	44
5.1.6 Obec Valašská Bystřice.....	45
5.1.7 Obec Vidče.....	45
5.1.8 Obec Vigantice.....	45

5.1.9	Město Zubří	45
6	KULTURNĚ – POZNÁVACÍ TURISMUS	47
6.1	VALAŠSKÉ MUZEUM V PŘÍRODĚ	47
6.1.1	Dřevěné městečko	48
6.1.2	Mlýnská dolina	48
6.1.3	Valašská dědina	49
6.1.4	Jurkovičova rozhledna	49
6.1.5	Pustevny	49
6.2	DALŠÍ KULTURNĚ-HISTORICKÉ PAMÁTKY	50
6.2.1	Hradisko	50
7	SPORTOVNĚ ORIENTOVANÝ TURISMUS.....	52
7.1.1	Cyklostezka Bečva	52
7.1.2	Lyžařské areály a vleky	52
8	LÁZEŇSKÝ TURISMUS.....	54
8.1	ROŽNOVSKÉ PIVNÍ LÁZNĚ	54
9	ANALÝZA SLUŽEB CESTOVNÍHO RUCHU.....	55
9.1	UBYTOVACÍ SLUŽBY	55
9.2	DOPRAVNÍ SLUŽBY	56
9.3	STRAVOVACÍ SLUŽBY	57
10	SWOT ANALÝZA	59
11	ANALÝZA CESTOVNÍHO RUCHU MIKROREGIONU ROŽNOVSKO	60
11.1	DOTAZNÍKOVÉ ŠETŘENÍ.....	60
12	ZÁVĚREČNÁ DOPORUČENÍ A SHRUTÍ	73
	ZÁVĚR	78
	SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY.....	79
	SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK.....	85
	SEZNAM OBRÁZKŮ	86
	SEZNAM TABULEK.....	87
	SEZNAM PŘÍLOH.....	88

ÚVOD

Tato bakalářská práce se zabývá analýzou cestovního ruchu mikroregionu Rožnovsko. Téma bylo zvoleno na základě osobního vztahu autorky práce s lokalitou a velmi atraktivní oblastí. V současné době se cestování věnuje stále více lidí. I z důvodu hrožících teroristických útoků začínají lidé preferovat domácí turismus. Jednou z atraktivních míst České republiky je právě oblast Beskyd, do které analyzovaná oblast patří. Cestovní ruch je v mikroregionu Rožnovsko na velmi dobré úrovni, především díky snaze o zachování Valašských tradic a kultury, prostředí a možnosti sportovního využití. Především Rožnov pod Radhoštěm je turisty vyhledáván za účelem návštěvy Valašského muzea v přírodě.

Cílem práce je analyzovat současný stav cestovního ruchu v dané lokalitě a následně vyvodit různá doporučení a návrhy k jeho zdokonalení. Práce je koncipována do dvou hlavních částí – teoretické a praktické. Teoretická část bude zpracována formou literární rešerše pojednávající o cestovním ruchu, jeho definici, podrobnějším členění do forem a druhů a opomenut nebude ani trh cestovního ruchu včetně ovlivňujících faktorů. Dále zde bude řešena problematika marketingu cestovního ruchu zahrnujícího rozšířený marketingový mix. Následující kapitola se bude zabývat marketingovým výzkumem, ve kterém bude rozebírán dotazník a jeho náležitosti.

Praktická část bude vycházet z poznatků získaných v části teoretické. Nejprve budou uvedeny základní informace o mikroregionu a jeho částí. Dále budou zpracovány formy cestovního ruchu jako kulturně-historická, sportovně orientovaná či lázeňská. Pro následnou analýzu bude využito především dotazníkového šetření probíhajícího elektronickou formou a také bude sestavena SWOT analýza. V závěru bakalářské práce budou na základě provedených analýz navržena doporučení zaměřující se na zlepšení oblasti ohledně cestovního ruchu.

CÍLE A METODY ZPRACOVÁNÍ PRÁCE

Hlavním cílem bakalářské práce je analyzovat současný stav cestovního ruchu mikroregionu Rožnovsko a následně na základě získaných informací navrhnout doporučení, která by mohla přispět ke zlepšení či dalšímu rozvoji cestovního ruchu v této lokalitě.

V teoretické části budou formou literární rešerše objasněny základní pojmy týkající se odvětví cestovního ruchu a s ním souvisejícího marketingu cestovního ruchu. Tyto poznatky jsou nezbytné k porozumění dané problematiky a pro následnou analýzu dat. Informace získané z teoretické části poskytují podklad pro vypracování praktické části.

Začátek praktické části se bude věnovat seznámení se s danou lokalitou. Informace budou zjišťovány pomocí webových stránek jednotlivých obcí, turistických portálů a také z turistických průvodců. Následně bude provedena analýza služeb oblasti.

Pro zjištění dosažení cíle bude nejprve použita SWOT analýza, prostřednictvím které budou formulovány silné a slabé stránky a také příležitosti a hrozby mikroregionu. Dalším nástrojem k provedení analýzy bude také dotazníkové šetření. Cílovou skupinou budou rezidenti i nerezidenti mikroregionu Rožnovsko. Cílem bude zjistit, jak jsou rezidenti spokojeni s nabídkou služeb nabízenou mikroregionem. U nerezidentů bude hlavním úkolem zjistit, za jakým účelem tuto oblast navštívili, jak se zde cítili a také jak vnímají úroveň poskytovaných služeb v této lokalitě.

Dotazník bude vytvořený a rozesíláný v průběhu měsíce dubna elektronickou formou prostřednictvím sociální sítě autorky bakalářské práce. Pro vyhodnocení získaných informací bude použito programu Microsoft Excel. Pro přehlednost budou výsledky zpracovány pomocí grafů.

V závěru práce bude navrženo doporučení pro rozvoj cestovního ruchu v mikroregionu Rožnovsko.

I. TEORETICKÁ ČÁST

1 CESTOVNÍ RUCH

„Cestovní ruch vždy zahrnuje cestování, ale ne každé cestování je cestovním ruchem. Cestovní ruch zahrnuje rekreaci, ale ne každá rekreace je cestovním ruchem. Cestovní ruch se uskutečňuje ve volném čase, ale ne celý volný čas je věnován cestovnímu ruchu.“ (Mill-Morrison, 2007, cit. podle Zelenka a Pásková, 2012, s. 15).

1.1 Definice a význam cestovního ruchu

Ač se tak může zdát, cestovní ruch nebo také turismus, není jednoduchou záležitostí. Existuje mnoho definic, které popisují cestovní ruch, avšak podstata, a tedy i definice cestovního ruchu není přesně stanovená (Petrů, 2007, s. 28).

Nicméně tou nejpřesvědčivější a nejčastěji využívanou se zdá být definice dle Světové organizace cestovního ruchu (UNWTO – United Nations World Tourism Organization), která definuje cestovní ruch jako činnost osob cestujících do míst a pobývajících v místech mimo své obvyklé prostředí po dobu kratší než jeden ucelený rok, za účelem trávení volného času a služebních cest (osoba nesmí být odměňována ze zdrojů navštíveného místa). Dále také říká, že cestovní ruch je mnohostranným odvětvím, které zahrnuje dopravu, turistická zařízení, poskytující ubytování a stravování, služby cestovních kanceláří a agentur, průvodcovské služby, turistické informační systémy a další infrastrukturu či další služby cestovního ruchu (Heřmanová, ©2015).

I z výše uvedené definice vyplývá, že na cestovní ruch se můžeme dívat ze dvou rovin. První z nich je oblast spotřeby, kdy je turismus považován za způsob uskutečňování potřeb. Z pohledu druhé roviny se jedná o oblast podnikatelských příležitostí v mnoha oborech lidské činnosti, kdy cestovní ruch je významnou součástí ekonomiky společnosti (CESTOVNÍ RUCH, AGROTURISTIKA: typy, definice, základní pojmy, ©2018).

Cestovní ruch lze také považovat za jedno z nejvýznamnějších odvětví české i světové ekonomiky. Například v roce 2014 se cestovní ruch v České republice podílel na hrubém domácím produktu 2,8 % a příjmy v roce 2015 dosahovaly okolo 150 miliard Kč. V posledních letech tato oblast dosahuje velkého rozmachu, který je přínosem pro ekonomickou, politickou, ale i společenskou sféru každé země. Rovněž zaměstnává stále více lidí a stává se nedílnou součástí společenského a moderního života většiny obyvatel (Vajčnerová a Rygllová, 2017, s. 16).

K rozvoji cestovního ruchu v České republice dochází také v důsledku zvyšující se četnosti hrozeb teroristických útoků ve světě. Lze i vyzorovat, že obyvatelé České republiky začínají více preferovat domácí cestovní ruch oproti zahraničnímu. Například v roce 2016 podnikli občané České republiky více než 33 milionu cest alespoň s jedním přenocováním, z čehož 82 % bylo domácích a 18 % zahraničních cest. Ve srovnání s rokem 2015 se v České republice zvýšil počet domácích cest o třináct procent a zahraničních o tři procenta (Kletečková, 2017).

Co se týče zahraničních návštěvníků navštěvující Česko, jejich počet také roste. V roce 2016 navštívilo Českou republiku o 11,7 % více zahraničních návštěvníků než v roce 2015, přičemž většina z nich přijela na den. Většina návštěvníků přijíždí ze sousedních států – Německa, Polska, Slovenska, Rakouska – přičemž nejvíce z Německa (Vančura, 2017).

Ze statistiky Českého statistického úřadu vyplývá, že během prvních tří čtvrtletí v roce 2017 přijelo do hromadných ubytovacích zařízení v České republice celkem 7,8 milionu zahraničních turistů, což představuje deseti procentní nárůst oproti stejnému období v roce 2016. Meziroční nárůst o 9,4 % (celkem 8 milionu) za první tři kvartály roku 2017 oproti roku 2016 zaznamenal také příjezd českých turistů do hromadných ubytovacích zařízení. Ředitelka Institutu turismu agentury CzechTourism Markéta Vogelová dodává, že do vývoje příjezdového cestovního ruchu se během prvních tří čtvrtletí roku 2017 promítla řada politických i ekonomických faktorů. Co se týče politických faktorů, Vogelová tvrdí, že cestovní ruch významně ovlivnilo prohlubování politických a hospodářských vztahů s Čínou, pro kterou se tak Česko stává atraktivní destinací. Česko také dokázalo marketingově využít image jako bezpečné turistické destinace (Klofcová, ©2005-2017).

Celý rok 2017 byl rekordní co do počtu příjezdů i přenocování v hromadných ubytovacích zařízení. Poprvé přesáhl počet hostů ubytovaných v hromadných ubytovacích zařízeních za rok 2017 v České republice 20 milionu, respektive o 1,7 milionu více, než v předešlém roce. O 3,6 milionu více než v roce 2016 přesáhl také celkový počet nocí strávených hosty v hromadných ubytovacích zařízeních a to konkrétně 53,3 milionu přenocování (Cestovní ruch - 4. čtvrtletí 2017, 2018).

1.2 Základní pojmy cestovního ruchu

Tato podkapitola vysvětluje některé zásadní pojmy cestovního ruchu, které jsou v práci použity. Je také vysvětlován například rozdíl často zaměňovaných pojmů turista a návštěvník.

Průmysl cestovního ruchu – jedná se o souhrn přímých podnikatelských aktivit a hmotných podmínek cestovního ruchu (tzn. ubytovací a stravovací služby, činnost cestovních kanceláří a doprovodných služeb – dopravní, prodejní síť, průvodcovské služby aj.) (Ryglová, Burian a Vajčnerová, 2011, s. 18).

Ekonomika cestovního ruchu – rozšiřuje průmysl cestovního ruchu o nepřímé ekonomické aktivity spojené s realizací cestovního ruchu (Ryglová, Burian a Vajčnerová, 2011, s. 18). Beránek (2013, s. 43) definuje ekonomiku cestovního ruchu jako disciplínu, která zkoumá a analyzuje ekonomické vztahy rozvíjející se v procesu výroby a spotřeby produktů cestovního ruchu určených k uspokojení potřeb a přání turistů.

Návštěvník – značí jakoukoliv osobu, která cestuje do jiného místa, než je místo jejího běžného pobytu na dobu nepřekračující jeden rok, přičemž účel návštěvy je jiný než výkon výdělečné činnosti z navštíveného místa (Zelenka a Pásková, 2012, s. 372).

Turista – je osoba, která se zdrží v navštíveném místě na dobu minimálně jednoho dne ale dobu kratší než jeden rok za účelem využití např. volného času (ne za výdělečnou činností) a také v tomto místě přespí v některém typu ubytovacích zařízení (Zelenka a Pásková, 2012, s. 578).

Výletník – je návštěvník, který se zdrží v navštěvované zemi na jeden den, aniž by musel přenocovat (Zelenka a Pásková, 2012, s. 623).

Rezident – neboli také místní obyvatel, je fyzická osoba jakékoliv národnosti sídlící v dané zemi více než jeden rok (může se jednat o občana státu ale také dlouhodobě pobývajícího cizince) (Zelenka a Pásková, 2012, s. 493).

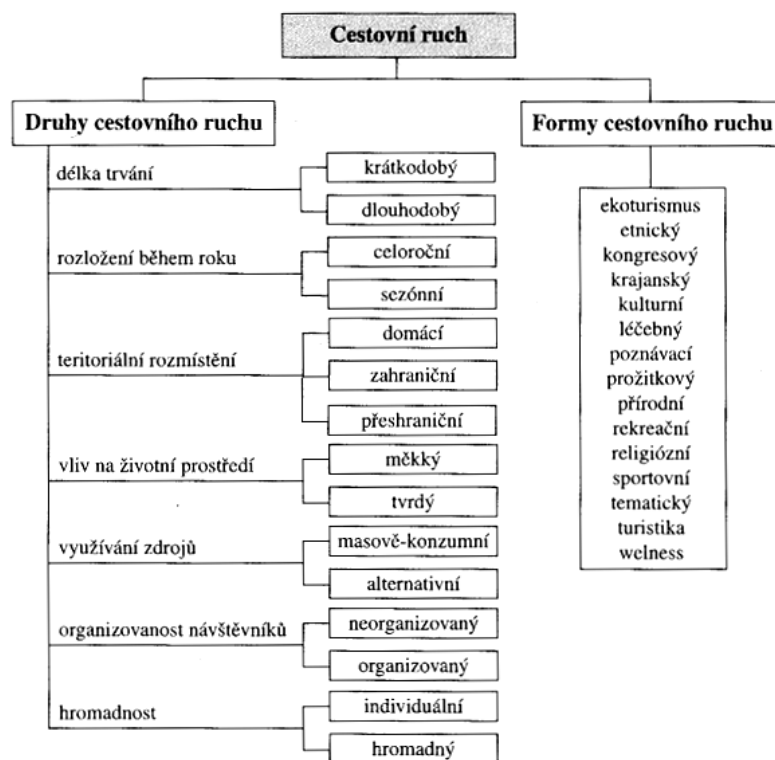
Destinace – cíl cesty (země, region, město). Přičemž destinace cestovního ruchu je cílová oblast se specifickou nabídkou služeb, aktivit apod. (Zelenka a Pásková, 2012, s. 105).

Cestování – jedná se o širší pojem, nežli cestovní ruch. Cestování může být spojeno i s jinými motivy, které nepatří do cestovního ruchu (např. cesta k lékaři) (Ryglová, Burian a Vajčnerová, 2011, s. 19).

Turistika – je pouze podmnožinou cestovního ruchu. Je to taková část cestovního ruchu, která je spjata s pohybovou aktivitou účastníků. Například v České republice se s rozšiřující sítí cyklostezek zvyšuje oblíbenost cykloturistiky, vedle toho na Slovensku patří k oblíbeným horská turistika (Ryglová, Burian a Vajčnerová, 2011, s. 19).

1.3 Typologie cestovního ruchu

Z již uvedeného vyplývá, že cestovní ruch je složitá struktura. K orientaci v dané struktuře napomáhá její třídění na druhy a formy cestovního ruchu. Avšak v praxi dochází k vzájemnému prolínání. Třídění na formy cestovního ruchu vychází z převažujícího motivu (důvodu cesty), tedy motivace návštěvníků. Oproti tomu druhy cestovního ruchu jsou prováděny podle následujících, nejčastěji používaných kritérií: délka trvání, způsob využívání přírodních a antropogenních zdrojů, teritoriální rozmístění, organizovanost, hromadnost, vliv na životní prostředí apod. (Zelenka a Pásková, 2012, s. 16).



Obrázek 1 Vybrané formy a druhy cestovního ruchu
(Zelenka a Pásková, 2012, s. 16)

1.3.1 Formy cestovního ruchu

Formy vycházejí z převažujícího motivu – tedy ze zaměření na uspokojování konkrétních potřeb účastníka. Každý člověk má své potřeby a cíle. Proto má také každý jiné požadavky na to, jak trávit svou dovolenou, svůj volný čas – někdo preferuje dovolenou u moře, druhý raději navštěvuje hrady, přírodní památky atd. Nabízí se mu k tomu velmi široké portfolio nabídky z oblasti turismu od dovolené u moře až po výlet za nákupem. Formy cestovního ruchu se rozdělují na osobní a obchodní (či profesní) turismus, který není obvykle realizován ve volném čase, ale je určen pro uzavřenou skupinu účastníků a jejím hlavním cílem je výměna informací, které mohou být spojené s celou řadou kulturně-spoločenských i sportovních aktivit (Palatková a Zichová, 2014, s. 24-26).

Osobní turismus:

Rekreační (relaxační) turismus – motivem pro tuto formu účasti je fyzická a psychická regenerace. Záleží pouze na člověku, zda preferuje jako formu rekreace dovolenou u moře nebo např. chalupaření a chataření. Pokud chce člověk tento typ turismu trávit aktivně, lze si pak tuto formu spojit s dalšími formami jako například kulturně poznávacím, sportovně orientovaným cestovním ruchem apod. (Palatková a Zichová, 2014, s. 24).

Kulturně poznávací turismus – tato forma cestování je zaměřena především na poznávání kultury, historie, tradic, zvyků a jiných objektů na území daného státu nebo v zahraničí. Jedná se především o hrady, zámky, muzea, galerie ale také kulturně-spoločenské akce jako jsou různé typy festivalů (divadelní, filmové, folklorní). Z hlediska přírodního pohledu se může jednat o návštěvu jeskyní, lesů, vodopádů apod. (Palatková a Zichová, 2014, s. 24).

Turismus zaměřený na přírodní atraktivitu – je zaměřený na poznání přírody a života v ní, což se týká především fauny a flóry. Zahrnuje např. návštěvu přírodních rezervací, národních parků, chráněných krajinných oblastí apod. (Palatková a Zichová, 2014, s. 25).

Sportovně orientovaný turismus – do této formy lze zahrnout veškeré sportovní aktivity od těch tradičních, jako jsou cykloturistika, lyžování, trekking až po velkou řadu adrenalinových a extrémních sportů (rafting, bungee-jumping, horolezectví apod.). Tento typ turismu se nemusí provozovat pouze aktivní formu ale také pasivní jako například účasti na sportovních utkání (Palatková a Zichová, 2014, s. 25).

Turismus zaměřený na návštěvu příbuzných a známých – jedná se především o návštěvu příbuzných a známých, vytváření přátelských vztahů a známosti lidí, se stejnými zájmy o společenský život. (Palatková a Zichová, 2014, s. 25)

Vzdělávací turismus – hlavním motivem je osobní a osobnostní růst. Lidé si chtějí rozvíjet a získávat další znalosti a dovednosti - ať už je příčina v profesním, nebo osobním životě (jazykové kurzy, kurzy spojené s různými zájmovými aktivitami) (Palatková a Zichová, 2014, s. 25).

Zdravotní turismus – zde se jedná o veškeré zdravotní aktivity, které vedou k udržení, posílení či obnovení fyzického a psychického zdraví. Tento typ se dále může členit na lázeňský (vázaný na existenci přírodních léčivých zdrojů), medicínský (především chirurgické, stomatologické zásahy) a wellness, který je zaměřený na zdravý životní styl (Palatková a Zichová, 2014, s. 25).

Náboženský turismus – lidé se účastní náboženských obřadů a poutí, navštěvují církevní památky, poutní a posvátná místa (Palatková a Zichová, 2014, s. 25).

Nákupní turismus – lidé cestují za nákupem cenově výhodnějších produktů, ale i produktů specifických pro danou zemi. Jedná se především o navštěvování zahraničních zemí a to zejména sousedních států určité země (Palatková a Zichová, 2014, s. 25).

Profesní turismus:

Pracovní setkání – jednání omezeného okruhu účastníků. Patří sem pracovní cesty, ale také semináře a kolokvia (Palatková a Zichová, 2014, s. 26).

Motivační pobyty – používaný pro motivaci vlastních zaměstnanců, ale také jako formy odměny pro klíčové obchodní partnery (Palatková a Zichová, 2014, s. 26).

Kongresy a konference – Kongres je odborná akce, která je organizována mezinárodní asociací, pořádána pravidelně, rotuje minimálně mezi třemi zeměmi a účastní se jí alespoň 50 delegátů. Oproti tomu konference mají zpravidla menší rozsah, význam a formálnost. Zaměření a výsledky však mívají konkrétnější podobu. V obou případech se jedná o setkání zaměřené na výměnu výsledků lidského poznání z oblasti politické, vědecké či společenské (Palatková a Zichová, 2014, s. 26).

Výstavy, veletrhy a uspořádané akce - nelze jednoznačně vymezit tyto pojmy, avšak u veletrhu můžeme říct, že se jedná o pravidelně pořádané akce s cílem nákupu a projeje

produktů a služeb, kdež to výstavy mají obvykle společenský, kulturní či vzdělávací podtext, nicméně lze si na nich určitý exponát koupit (Palatková a Zichová, 2014, s. 26).

1.3.2 Druhy cestovního ruchu

Stejně jako u forem, existuje mnoho kritérií, které rozčleňují cestovní ruch. V této části bude poukázáno na určitá z nich.

Podle místa realizace

- *Domáci* – občané daného státu nepřekročí hranice vlastního státu.
- *Zahraniční* – dochází k překročení hranic státu a má dvojí charakter:
 - *výjezdový* – výjezd občanů sledované země do zahraničí – překročení hranic svého státu,
 - *příjezdový* – příjezdy ze zahraničí do sledované země.
- *Vnitrostátní (vnitřní)* – veškerý turismus realizovaný na území dané země. Zahrnuje turismus domácí a příjezdový.
- *Národní* – veškerý turismus obyvatelstva dané země – souhrn domácího a výjezdového turismu.
- *Mezinárodní* – dochází k němu při překročení hranic státu.
- *Světový* – souhrn veškerého zahraničního turismu.
- *Turismus světa* – souhrn domácího a zahraničního turismu.

Podle vztahu k platební bilanci státu

- *Aktivní* – příjezdy zahraničních návštěvníků. Příliv devizových prostředků aktivně ovlivňuje platební bilanci státu.
- *Pasivní* – výjezdy tuzemských turistů do zahraničí. Odliv devizových prostředků, který pasivně ovlivňuje platební bilanci státu.

Podle způsobu zabezpečení cesty a pobytu

- *Organizovaný* – znamená, že cesta a pobyt jsou zpravidla zajišťovány určitými zprostředkovatelskými subjekty, jako jsou cestovní kanceláře a cestovní agentury
- *Neorganizovaný* – účastník si zabezpečuje cestu a pobyt vlastními silami, což nevyklučuje možnost nákupu jednotlivých služeb u zprostředkovatelského subjektu.

Podle věku účastníků

- *Cestovní ruch dětí* – organizované pobyty dětí do 15 let bez přítomnosti rodičů, avšak pod dozorem odpovědných dospělých osob např. učitelů. Těmito pobyty mohou být školní výlety, školy v přírodě, letní tábory apod.
- *Cestovní ruch mládeže* – mladí lidé ve věku mezi 16 – 24 let, kteří doposud neutvořili vlastní rodiny a cestují samostatně.
- *Cestovní ruch rodin s dětmi* – děti cestují pod dozorem svých rodičů.
- *Cestovní ruch osob v produktivním věku bez účasti dětí* – skupiny osob, které necestují s dětmi, mají relativně dostatek volného času i disponibilních prostředků. Jedná se především o single osoby ale také o dospělé, kteří už mají děti v produktivním věku a mají čas i finance sami pro sebe.
- *Cestovní ruch seniorů* – lidé v postproduktivním věku.

Podle délky pobytu

- *Jednodenní* – realizován v rámci 24 hodin., resp. bez přenocování.
- *Krátkodobý* – zahrnuje jedno až tři přenocování včetně.
- *Dlouhodobý* – zahrnuje čtyři a více přenocování. Může se lišit v rámci omezení celkové délky pobytu - u domácího turismu délkou šesti měsíců a v rámci mezinárodního turismu délkou 1 roku.

Podle převažujícího prostředí

- *Městský* – jedná se především o kratší pobyty, kdy hlavním motivem je zážitek v historicky, kulturně či společensky zajímavých místech. Například návštěva konkrétního města.
- *Venkovský* – realizován mimo města v ekologicky příznivém prostředí venkova. Zde patří například chataření a chalupaření, avšak v dnešní době je také oblíbený trend dovolené většinou městských obyvatel na venkově v podobě zážitků se zvířaty, jejich chov atd.
- *Ve střediscích turismu* – resorty vybudované především pro účely turismu. Jedná se o resorty lázeňské, sportovní přímořské, či zábavní.

(Palatková a Zichová, 2014, s. 19-24)

Další kritéria

Podle počtu účastníků, podle způsobu financování, podle vlivu na životní prostředí, způsobu ubytování, ročního období a jiné (Ryglová, Burian a Vajčnerová, 2011, s. 21-22).

1.4 Trh turismu

Jak tvrdí Zelenka a Pásková (2012, s. 576), trh lze dle ekonomické teorie chápat jako ekonomický prostor, ve kterém se střetává nabídka a poptávka, uskutečňuje se směna a dochází ke tvorbě ceny.

Setkávají se zde výrobci (prodávající) a spotřebitelé (kupující). Obecně se trh může dále členit na:

- *teritoriální vymezení* – tento se dále člení na místní, národní a světový trh,
- *množství (druhů) zboží* – lze dále rozlišit dílčí (trh jediného druhu zboží) či agregátní (trh veškerého zboží),
- *předmětu směny* – dle této roviny dále rozlišujeme trh výrobních faktorů (půdy práce, kapitálu), trh peněz a trh produktů (zboží a služeb) (Palatková a Zichová, 2014, s. 28).

Petrů (2007, s. 95) dodává, že na tomto trhu působí jednak jeho subjekty (kupující, prodávající – dodavatelé, zprostředkovatelé – stát) a jednak objekty, tj. zboží a služby, které jsou předmětem směny na trhu cestovního ruchu. Také zde působí základní mechanismy jako je nabídka zboží, služeb a místních atraktivit, poptávka po zboží, službách a také cena za zboží a služby, která je výsledkem vzájemného působení nabídky a poptávky a je velkou měrou ovlivňována konkurencí na tomto trhu.

Na takto vymezené trhy pak vstupují **tržní subjekty**, jako jsou domácnosti, firmy a stát, které mají různé cíle. Takováto obecná vymezení trhu platí i pro cestovní trh, kde jsou **tržními objekty** nehmotné statky (služby) a hmotné statky (zboží) (Palatková a Zichová, 2014, s. 30).

1.4.1 Faktory ovlivňující trh turismu

Na strukturu i vývoj cestovního ruchu působí ať už více, či méně určitý vliv okolí a to i přesto, že níže uvedené faktory nemají k cestovnímu ruchu výlučný vztah. Pro cestovní ruch je také důležitá zpětná vazba, tj. vliv cestovního ruchu na jeho okolí.

Tato vazba se odvíjí od úrovně spolupráce všech zainteresovaných stran na rozvoji cestovního ruchu (Hesková, 2011, s. 14).

Ekonomické faktory

Mezi nejdůležitější faktory ovlivňující cestovní ruch patří ekonomické faktory a to zvláště pak pozitivní anebo negativní vlivy ekonomického růstu, které se projevují v růstu hrubého domácího produktu. Dále pak jsou to faktory jako nezaměstnanost, inflace, stabilita měny a úrokové míry (Hesková, 2011, s. 14).

Dalším faktorem podle Palatkové a Zichové (2014, s. 33-34) může být rozdílná ekonomická úroveň (resp. rozdílnost cenových hladin) zdrojové a cílové země. Motivujícím faktorem pro cesty z hospodářsky vyspělejších zemí do zemí s nižší ekonomickou úrovní může být právě nižší cenová hladina v cílové destinaci. Na druhou stranu v těchto zemích nemusí být dostatečná úroveň a vybavenost pro turismus – např. infrastruktura.

Politické a bezpečnostní faktory

Každý člověk se cítí především dobře tam, kde má pocit, že je v bezpečí on, jeho zdraví i případný majetek. Proto politická nestabilita či válečné konflikty významně narušují či zcela znemožňují rozvoj turismu. Vedle občanských válek je jedním z negativních vlivů i současná hrozba terorismu, která se stále více rozmáhá a to cestovnímu ruchu zdaleka nepřispívá. Celkový objem poptávky v důsledku teroristických útoku obvykle neklesá, lze však vypočítat určité změny ve spotřebním chování účastníků, kteří například mění destinace, odkládají rozhodnutí o dovolené, mění dopravní prostředky apod.) (Hesková, 2011, s. 15; Palatková a Zichová, 2014, s. 32).

Dalšími faktory, které k rozvoji turismu nepřispívají, jsou přírodní katastrofy, různá onemocnění a epidemie a to i přestože jejich výskyt nezasahuje celý svět jako takový, nýbrž se jedná o konkrétní lokality. Řadí se zde např. chřipkové epidemie, zemětřesení, záplavy, tsunami, rozsáhlé požáry apod. (Palatková a Zichová, 2014, s. 33).

Na druhou stranu politické faktory mohou významně přispět k rozvoji turismu, a to zejména vytvářením rámce pro efektivní fungování a podporu rozvoje turismu což zahrnuje např. tvorbu legislativních norem týkajících se turismu, finanční podporu aktivit spojených s turismem, budování infrastruktury, odstraňování bariér v podobě cestovních formalit (vízum), podpor vzdělávání v turismu a tak dále (Palatková a Zichová, 2014, s. 33).

Demografické faktory

Za základní demografický faktor lze považovat neustálý nárůst populace. Především v rozvojových zemích jsou zaznamenány největší populační přírůstky, avšak nízká úroveň hospodářského rozvoje zde neumožňuje účast na turismu ve vyšší míře. Dalším významným globálním demografickým trendem je stárnutí populace. V této souvislosti je možné vidět určitou příležitost v segmentu seniorů na účasti turismu, nicméně je třeba brát v úvahu nevyhnutelnost penzijních reforem ve vyspělých ekonomikách a s nimi související dopady na disponibilní příjmy a volný čas u této skupiny obyvatelstva (Palatková a Zichová, 2014, s. 34).

Technicko-technologické faktory

Do této skupiny faktorů je zahrnována především dopravní infrastruktura a informačně-technologická vybavenost, která umožňuje rozvoj cestovního ruchu v konkrétní oblasti.

Z dopravní infrastruktury se vyjímá především letecká doprava, u které za posledních let vzrostla oblíbenost. I díky zlepšení prostorové a časové dostupnosti vzdálených destinací, snižováním cen, vstupem nízkonákladových leteckých společností a dalších faktorů se tento způsob dopravy stal dostupný širokým vrstvám obyvatelstva. Pro automobilovou či železniční dopravu je potřeba stále vylepšovat dopravní síť. Avšak na cestovní ruch a především životní prostředí může mít rozvoj dopravy negativní vliv a to například zahlcení hlavních cestovních tahů, zvýšený počet dopravních nehod a odstraňování jejich následků apod. (Hesková, 2011, s. 16; Palatková a Zichová, 2014, s. 35).

Je potřeba zde zahrnout i informačně-komunikační technologie, přičemž nejzřetelněji se v oblasti turismu projevil rozvoj internetu. Lidé si přes internet častěji hledají informace o destinacích, blokují dovolenou přes rezervační portály apod. Využíváním internetu jako distribučního kanálu se urychluje nejen výměna informací, ale i rozhodování účastníků cestovního ruchu a obchodní činnost v cestovním ruchu. (Hesková, 2011, s. 17; Palatková a Zichová, 2014, s. 35).

Sociální faktory

Podle Heskové (2011, s. 16) značnou roli pro rozvoj cestovního ruchu hraje i sociální prostředí určené společenským zřízením, které ovlivňuje například rozdělování hrubého domácího produktu, pracovní podmínky ale i sociální politika státu. Rozdělování hrubého domácího produktu se projevuje především v hmotné spotřebě a spotřebě služeb obyvatel-

stva. Dále má vliv na úroveň výživy, odívání ale i na úroveň veřejné spotřeby (např. služby zdravotnictví, školství). U pracovních podmínek se jedná především o délku pracovní doby, intenzitu práce, pracovní prostředí ale i hygienu a bezpečnost práce. Na občany, kteří mají nedostačující nebo nemají žádné příjmy na zabezpečení základních životních potřeb, se zaměřuje sociální politika. Pro takové případy stát určuje podmínky například na přídavky na děti, podpory v nezaměstnanosti apod.

Palatková a Zichová (2014, s. 36) dále uvádějí podporu rozvíjení tzv. sociálního turismu. Jedná se o takový turismus, který je nějakým způsobem (ať už sociálně, ekonomicky či zdravotně) přínosný handicapovaným skupinám obyvatelstva (např. rodiny s dětmi, senioři, studenti nebo zdravotně handicapovaní občané) a jejímž smyslem je především podpořit jejich cestování.

Ekologické faktory

Přirozená atraktivita prostředí je především to, na čemž je z hlediska své podstaty závislý cestovní ruch. Vhodné přírodní a kulturně-historické zdroje rozmístěné v zemi napomáhají k rozvoji turismu. Takové prostředí je zejména v oblastech, které byly v minulosti nebo současnosti jsou méně ekonomicky využívány jinými, především průmyslovými odvětvími. Oproti tomu u obyvatel žijících v průmyslově využívané oblasti s vysokou urbanizací, kde je znehodnocena kvalita životního prostředí, nacházíme vyšší motivaci k vyhledávání přírodního prostředí. Na ekologickém prostředí je cestovní ruch závislý více, než na jiných hospodářských aktivitách. Při narušení rovnováhy země u prvků jako je půda, ovzduší, voda, fauna či flóra může docházet k omezení či úplné likvidaci turismu (Hesková, 2011, s. 17; Palatková a Zichová, 2014, s. 36).

1.4.2 Nabídka v cestovním ruchu

Podle Zelenky a Páskové (2012, s. 362) je nabídka cestovního ruchu definována jak maximální množství produktu cestovního ruchu na trhu cestovního ruchu, které má určitý subjekt v úmyslu prodat za danou cenu.

Palatková a Zichová (2014, s. 61-62) dodávají, že nabídka má zde dvě části – primární a sekundární. Do primární části, také nazývané atraktivita cílových míst, se řadí co, a jaké atraktivity návštěvníka do dané destinace přitahují – například lázeňská střediska, sportovní areály, filmové festivaly apod. Tyto atraktivity jsou děleny do skupin dle typu atraktivity (např. přírodní, společenské, sportovní apod.). Zatímco sekundární část doplňuje primární

část o vybavenost cílové destinace. Vybavenost a služby cílové destinace poskytují servis při uspokojení sekundárních potřeb účastníků turismu. Sekundární část lze dále rozdělit na suprastrukturu a infrastrukturu. První zmiňovaná zahrnuje sektor ubytovacích služeb, stravovacích služeb ale také půjčování aut, směnářské služby, kadeřnické a kosmetické a další služby, které využívají i samotní rezidenti. Infrastruktura pak doplňuje cílovou destinaci o dopravní strukturu, veřejnou dopravu apod.

Jak tedy vyplývá i z předchozího odstavce, trh turismu je především tvořen trhem služeb. Jako každá věc i služby mají své základní vlastnosti, kterými bývají uváděny:

- **nehmotnost (nehmatatelnost)** – znemožňuje prohlédnout či vyzkoušet si produkt před samotnou spotřebou (Palatková a Zichová, 2014, s. 63). Vajčnerová s Ryglovou dodávají (2017, s. 32), že oproti výrobku si službu nelze ohmatat, vyzkoušet si předem jeho funkčnost. Užitek resp. uspokojení ze služby můžeme posoudit až po zkonsumování služby,
- **pomíjivost** – služby nelze skladovat tzn., že služba může být produkována až v momentě konkrétní poptávky. Službu nelze jakkoliv uchovat či skladovat - službu nabízenou nyní, nelze nabídnout později (Palatková a Zichová, 2014, s. 63; Vajčnerová a Ryglová, 2017, s. 32),
- **neoddělitelnost** - nelze oddělit místo a čas poskytnutí služby a její spotřebu, tzn. místní a časová vázanost služby (je nutná přítomnost zákazníka při produkci služby, tedy klient musí přijet k moři, do hor apod.) (Vajčnerová a Ryglová, 2017, s. 32),
- **heterogenita** - oproti výrobku, který může být nabízen ve stále stejné kvalitě to u služby nelze. Kvalitu služby nelze standardizovat, je ovlivňována především úrovní vlastních zaměstnanců a subdodavatelů a také vnějšími faktory (např. počasí) (Vajčnerová a Ryglová, 2017, s. 32).

1.4.3 Poptávka v cestovním ruchu

Zelenka a Pásková (2012, s. 431) definují poptávku v cestovním ruchu jako množství daného produktu cestovního ruchu, které kupují buď jedinci, nebo skupiny jedinců za danou cenu na daném trhu a v daném čase. Dodávají také, že během „hlavní sezóny“ se poptávka po službách cestovního ruchu a zpravidla i jejich cena výrazně zvýší.

Poptávku v cestovním ruchu lze chápat jako projev potřeb účastníka cestovního ruchu podložený koupěschopností. Představuje tak ochotu účastníků cestovního ruchu směnit určité množství peněz za služby a statky turismu. Nositelem poptávky je účastník cestovního ruchu, který se turismu účastní v zájmu reprodukce svých fyzických a duševních sil a za účelem uspokojení svých potřeb v oblasti rekreace, poznání a styku s lidmi (CESTOVNÍ RUCH, AGROTURISTIKA: typy, definice, základní pojmy, ©2018).

Beránek (2013, s. 218) uvádí, že pro cestovní kanceláře a agentury ale také ostatní vykonavatele, kteří podnikají v oblasti nabídky služeb v cestovním ruchu, je velmi důležitá znalost cenové elasticity poptávky z hlediska stanovení ceny. Jestliže je poptávka po produktu elastická, je lepší pro tyto poskytovatele snížit cenu, což jim zajistí zvýšení tržeb. V druhém případě, kdy je poptávka po produktu neelastická, je výhodnější cenu zvýšit, protože jen tak se může zvýšit tržba. Typický příklad představují změny cen pohonných hmot. Jedním z důvodů proč se zvyšuje cena této komodity je neelastická poptávka po tomto druhu zboží – čím je produkt nezbytnější, tím je neelastičtější poptávka po něm.

Každý člověk očekává od cestovního ruchu něco jiného. Někdo chce poznávat, druhý raději relaxovat – dochází k uspokojení odlišných potřeb. Potřeby z pohledu turismu bývají členěny do dvou skupin. Tou první jsou potřeby, jejichž uspokojení je vlastním cílem účasti na turismu – tedy takové, které člověka lákají k cestování do míst turismu a pobyt v nich (poznání, sociální kontakty, regenerace fyzických a psychických sil atd.). Druhá skupina zahrnuje potřeby, jejichž uspokojení podmiňuje a zprostředkovává realizaci předchozích potřeb, aniž jsou samy o sobě cílem účasti na turismu. Souvisí s našim biologickým

životem a zahrnují především potřebu stravování, ubytování atd. (Palatková a Zichová, 2014, s. 40-41).

V osobní úrovni je jasné, že faktory ovlivňující poptávku jsou úzce spjaty s chováním zákazníka. Žádní dva jedinci nejsou stejní v postojích, vnímání, obrazech a motivaci mající vliv na rozhodování v cestování. Nutno podotknout, že:

- **postoje** závisí na vnímání světa každého z nás,
- **vnímání** jsou duševní dojmy; řekněme například, že to, jakou si člověk vybere destinaci nebo cestovní kancelář je určeno mnoha faktory, jako například vliv dětství, rodiny, pracovních zkušeností, vzdělání, knih, propagačních materiálů atd.

Vnímání zahrnuje kódování informací jednotlivci a ovlivňuje postoje a chování k produktu, ale samo o sobě nebo v kombinaci s postoji nevysvětluje, proč lidé chtějí cestovat.

- **motivace v cestování** vysvětluje, proč lidé chtějí cestovat. Jsou to vnitřní pohnutky vyvolávající poptávku po cestování,
- **obrazy** jsou názory, nápady a dojmy týkající se produktů a destinací (Cooper, 2008, s. 43).

2 MARKETING

Definice a významů marketingu je mnoho, nelze tedy určit jednotnou definici. Barčík (2013, s. 13) uvádí, že marketing lze chápat jako proces, který ovlivňuje fungování firmy ve vztahu ke klíčovým stakeholderům.

Podle Beneše (2012, s. 13) je marketing proces výzkumu trhu, prodeje výrobků či služeb, jehož cílem je udělat taková opatření, aby byl nový produkt uváděn na trh ve vhodný čas za vhodnou cenu.

Jako jedna z dalších je uváděna definice o uspokojování lidských i společenských potřeb a to zejména ziskově. American Marketing Association pak definuje marketing jako: „Marketing je aktivitou, souborem institucí a procesů pro vytváření, komunikaci, dodání a směnu nabídek, které mají hodnotu pro klienty, partnery a celou širokou veřejnost.“ (Kotler a Keller, 2013, s. 35).

Podle autorů Kotlera, Bowena a Makense (c2014, s. 11) zní definice marketingu takto: Marketing je proces, kterým firmy vytváří hodnotu pro zákazníky a společnost, což vede k silným vztahům se zákazníky, kteří na oplátku zachycují hodnotu od zákazníků.

2.1 Marketing cestovního ruchu

Za definici marketingového ruchu je považována definice podle J. Krippendorfa: „Marketing v cestovním ruchu je systematické a koordinované zameranie podnikateľskej politiky podnikov cestovného ruchu, ako aj súkromnej a štátnej politiky cestovného ruchu na miestnej, regionálnej, národnej a medzinárodnej úrovni na čo najlepšie uspokojovanie potrieb určitej skupiny spotrebiteľov pri dosahovaní primeraného zisku.“ (Gučík, 2011, s. 16, cit. podle Ferner, 1993, s. 10).

Marketing cestovního ruchu tvoří především služby tohoto odvětví, a jelikož mají služby k zákazníkům podstatně bližší vztah nežli výrobní podniky, je potřeba klást si za neustálý cíl zdokonalovat kvalitu nabízených služeb. Zákazníci budou spokojeni tehdy, pokud dostanou, co chtějí, kdy to chtějí, kde to chtějí a jak to chtějí. Je tedy nutností brát člověka jako jednoho z hlavních nástrojů pro určení kvality služby (Vaníček, 2013, s. 65-66).

Podle autorů Křížka a Neufuse (2014, s. 94) se v oblasti marketingu služeb vychází z šesti marketingových předpokladů:

1. Uspokojení zákaznických potřeb a přání.

2. Nepřetržitost podstaty marketingu.
3. Sled dílčích kroků v marketingu.
4. Klíčová úloha marketingového výzkumu.
5. Vzájemná vnitřní závislost organizací cestovního ruchu.
6. Široké a mnohostranné úsilí organizace.

2.2 Marketingový mix cestovního ruchu

Jestliže lze říct, že hlavním cílem organizací v cestovním ruchu je upokojování zákaznických potřeb v době pobytu mimo jeho místa trvalého bydliště, pak je třeba nabídnout „správný produkt za správnou cenu propagovaný správným způsobem na správném místě.“ Tuto větu lze převést do tradičního marketingového mixu, který se skládá ze čtyř základních prvků, tzv. 4P:

- Product (produkt)
- Price (cena)
- Place (distribuce)
- Promotion (propagace) (Ryglová, Burian a Vajčnerová, 2011, s. 108).

V oblasti cestovního ruchu byl tento marketingový mix rozšířen Morrisonem o čtyři prvky na 8P:

- Packaging (sestavování balíčků služeb)
- Programming (programování nabídky služeb)
- People (lidé)
- Partnership (kooperace s partnery) (Morrison, 1995, cit. podle Zelenka, 2010, s. 19).

2.2.1 Product (produkt)

Zelenka (2010, s. 88) ve své knize definuje produkt cestovního ruchu jako souhrn veškeré nabídky soukromého nebo veřejného subjektu, který podniká v cestovním ruchu nebo cestovní ruch koordinuje. Také uvádí, že produkt je typickou součástí marketingového mixu. Produktem může být zboží (suvenýry, mapy, knižní průvodci apod.) či služby (ubytování, stravování, doprava).

Hesková (2011, s. 140) doplňuje, že při tvorbě turistického produktu je také důležité dívat se na to, jaký je klient, co požaduje a jak se chová. Tyto požadavky klientů jsou také ovliv-

ňovány faktory prostředí a faktory vyplývajícími z psychologických aspektů chování jednotlivců. Příklady faktorů jsou:

- globalizace – pohyblivost klientů především leteckou dopravou a využíváním on-line rezervací,
- přístupnost a rychlost – nejdůležitější prvek pro rezervační systémy,
- požitkářství a zážitek – touha klienta něco opravdu zažít či vidět,
- tendence k návratu k přírodě a tradicím – nabídka různých forem venkovské turistiky s využitím regionálních tradic,
- seberealizace a vlastní preference – klient si může vyzkoušet zapojení do pracovního postupu (jízda na koni, výroba keramiky...).

2.2.2 Price (cena)

Podle Heskové (2011, s. 141) je cena chápána jako finální část marketingového mixu, která plní dvě funkce – přímo ovlivňuje rentabilitu firmy, jelikož jako jediná část z marketingového mixu je schopná přímo působit na zisk firmy, a dále působí jako magnet, který zákazníky láká nebo odrazuje.

Ryglová (2009, s. 104) dodává, že zákazníci mají sklon vytvářet si obrázek o destina-ci/službě dle cenové úrovně – vyšší ceny = vyšší kvalita poskytovaných služeb, což nemusí tak úplně platit. Jako faktory ovlivňující cenu uvádí následující faktory:

- náklady,
- povaha konkurence,
- pružnost poptávky,
- objem prodeje,
- podnikové cíle,
- životní cyklus výrobku.

Kvalita služeb a cena jsou základními faktory ovlivňující výběr klienta. Používají se také různé cenové strategie pro podporu prodeje ve formách poskytování slev mimo sezónu, při hromadné účasti, klubové ceny, stálým klientům apod. (Ryglová, 2009, s. 104).

2.2.3 Place (distribuce)

U služeb existují složitější a proměnlivější distribuční cesty než u výrobku. Výrobky jsou dodány na místo, kde si je zákazník kupuje. U služeb to tak nelze, jelikož jedna z jejich

vlastností je nedělitelnost. Informace i nákup služby si může klient zajistit kdekoliv, avšak realizovat službu může pouze v místě jejich produkce (Ryglová, 2009, s. 105).

Hesková (2011, s. 142) dále uvádí zprostředkovatele služeb cestovního ruchu, kterými jsou:

- maloobchodní – cestovní kanceláře, které prodávají konečným spotřebitelům,
- velkoobchodní – touroperátoři – nákup a prodej služeb ve velkém,
- organizátoři zájezdů za odměnu – cestovní agentury prodávající zájezdy za provizi,
- sdružení manažerů cestovního ruchu a cestovních kanceláří – zastupují na veletrzích a výstavách,
- organizátoři konferencí a kongresů – zahrnují pod sebou veškerou organizaci akcí jako např. rozpočet, rezervace účastníků, stravování a občerstvování účastníků.

2.2.4 Promotion (propagace)

Vedle ceny se propagace a především reklama stává nejvíce viditelnou součástí marketingu a zároveň i jednou z nejdůležitějších. Jedná se o marketingový nástroj, který slouží pro podporu prodeje a marketingovou komunikaci se stávajícím ale i novým (potencionálním) zákazníkem. V cestovním ruchu je při propagaci kladen důraz na emociální stránku, zážitek, spolehlivost služeb, bezpečnost a odlišnost nabídky. K propagaci mohou sloužit různá média (tisk, televize, internet...). Součástí jsou však také veletrhy, letáky, brožury, pohledy, katalogy, reklama a články v časopisech, osobní prodej a mnoho dalších. Pokud není produkt vhodně propagován, je u něho větší pravděpodobnost, že se bude hůře prodávat a pomaleji si vytvářet pozici na trhu (Zelenka, 2010, s. 107).

Podle Ryglové (2009, s. 106) rozlišujeme marketingovou komunikaci na:

- přímé nástroje (cíleně působí na potenciálního klienta)
 - osobní prodej – telefonický či přímý kontakt,
 - přímý marketing – oslovení klienta na základě již dříve využitých služeb,
 - telemarketing, teleshopping – v cestovním ruchu ne moc využívaný,
- nepřímé nástroje (neosobní, anonymní forma)
 - reklama – placená, masová a neosobní forma,
 - publicita, public relations – vztahy s veřejností,
 - podpora prodeje – cílem je okamžitý prodej (skrz slevy, prémie, soutěže...).

2.2.5 Packaging (sestavování balíčků)

Nejedná se o žádnou fyzickou podobu služeb, ale jsou to takové balíčky služeb, které v sobě zahrnují několik služeb formované do podoby přitažlivé a výhodné nabídky pro zákazníka. Při koupi takového balíku služeb (např. zájezdu) je to pro klienta finančně výhodnější, než při koupi samostatných služeb. Příkladem balíku služeb může být např. koupě zájezdu, který zahrnuje ubytování, stravu, určité atrakce, nějaké produkty apod. (Ryglová, 2009, s. 116).

2.2.6 Programming (programování)

Dalším „P“ marketingového mixu je programování, které má návaznost na tvorbu balíčků. Jedná se především o vytváření časové a místní nabídky navazující na package vzniklý volbou různých služeb (Zelenka, 2010, s. 115).

Tyto nástroje mají za úkol např. vyvolat zájem o mimosezonní období u zákazníků, kdy účastníkům ve střediscích cestovního ruchu je poskytován další servis. Cílem tvoření balíků a programování je:

- eliminace působení faktoru času a místa,
- zlepšit rentabilitu poskytovaných služeb,
- využívat segmentační strategii,
- iniciovat kooperaci subjektů (Hesková, 2011, s. 146).

2.2.7 People (lidé)

Velmi významnou částí marketingového mixu jsou lidé. Člověk vystupuje ve dvou podobách, a to jako:

- zaměstnanec,
- zákazník (klient) (Hesková, 2011, s. 145).

Ryglová (2009, s. 113) dodává, že lidé jsou základním faktorem ovlivňující kvalitu služeb. Je potřeba si dobře vybrat okruh lidí, a to jak okruh zaměstnanců, tak také zákazníků.

Jakubíková (2012, s. 280-282) doplňuje, že v cestovním ruchu se nachází mnoho lidí, kteří zaujímají různé role – jsou například investory, manažery, vlastníky, dodavatelé výrobků, zákazníci apod. Lidé také přímo či nepřímo ovlivňují kvalitu produktu a spokojenost zákazníka. Proto je také potřeba investovat do rozvoje lidských zdrojů. Právě lidé jsou těmi, kteří vytvářejí atmosféru v daném místě.

2.2.8 Partnership (spolupráce)

Posledním prvkem rozšířeného marketingového mixu v oblasti cestovního ruchu je spolupráce, bez které by se neobešel téměř žádný produkt. Aby mohl určitý produkt vzniknout, musí mezi sebou spolupracovat několik subjektů, ku příkladu cestovní kanceláře s hotely, dopravci, průvodci či s delegáty. V rámci destinace spolu většinou spolupracují ubytovací zařízení se stravovacími, kdy ubytovací zařízení může poskytovat slevy pro své zákazníky do určitých stravovacích zařízení. Takto si zúčastněné subjekty díky spolupráci zajišťují konkurenční výhodu (Vajčnerová a Ryglová, 2017, s. 30).

Jakubíková (2012, s. 286) dodává, že existují různé formy partnerství, přičemž nejdůležitější z nich v oblasti cestovního ruchu je partnerství veřejného a soukromého sektoru, které patří v České republice ke slabým stránkám mnoha destinací. Formy partnerství soukromého a veřejného sektoru jsou například:

- smluvní partnerství,
- společný podnik,
- koncese,
- licence,
- franchising aj.

2.3 SWOT analýza

SWOT analýza je jednou z nejpoužívanějších metod situačních analýz a to platí i v oblasti cestovního ruchu. Tuto analýzu lze použít v souvislosti s konkrétním projektem, destinací, firmou či organizací, přičemž zhodnocuje silné a slabé stránky vnitřního prostředí a příležitosti a hrozby vnějšího prostředí. Pojem **SWOT** je pak zkratkou slov z angličtiny – **S**trenghths (silné stránky), **W**eakness (slabé stránky), **O**pportunities (příležitosti), **T**hreats (hrozby). Zjednodušeně lze říci, že se jedná o kombinaci dvou analýz – S-W na jedné straně a O-W na straně druhé, jejichž vzájemnou interakcí lze získat nové kvalitativní informace, které charakterizují a hodnotí úroveň jejich vzájemného střetu. Manažerům tato analýza poskytuje logický rámeček pro hodnocení současné a budoucí pozice na trhu – z hodnocení pak mohou usoudit, které strategické alternativy jsou pro ně nejvýhodnější (Křížek a Neufus, 2014, s. 98; Ryglova, Burian a Vajčnerová, 2011, s. 106).

Vašítková (2014, s. 38) pak dále podrobněji rozebírá analýzu vnějšího prostředí (O-T) a vnitřního prostředí (S-W) firmy. Co se týče vnějšího prostředí, skládá se z prvků:

ekonomického, demografického, sociálního, kulturního, technického a technologického, legislativních podmínek a z vlivů globálního prostředí. Cílem analýzy těchto prvků je nalézt atraktivní příležitosti a vyhnout se problémům, které jim hrozí. Největší hrozbou pak ve službách je konkurence. Co se týče vnitřního prostředí Vašítková (2014, s. 40) zmiňuje provozní podmínky, využití lidských a finančních zdrojů a realizaci vlastního marketingového mixu a to z hlediska kvantity i kvality.

	S – silné stránky	W – slabé stránky
O – příležitosti	Strategie SO	Strategie WO
T – hrozby	Strategie ST	Strategie WT

Obrázek 2 Schéma SWOT analýzy (vlastní zpracování podle Křížek a Neufus, 2014, s. 98)

Vysvětlení k obrázku č. 2

- SO – využití silných stránek k získání výhody
- WO – překonat slabiny využitím příležitostí
- SW- využít silné stránky k čelení hrozbám
- WT – minimalizovat náklady a čelit hrozbám

(Křížek a Neufus, 2014, s. 98).

3 MARKETINGOVÝ VÝZKUM

Marketingový výzkum je disciplína marketingu, která je pro každého obchodníka důležitou složkou sbírání relevantních a aktuálních informací. Tyto informace pak obchodníkovi slouží jako podklad pro každodenní řídicí činnosti ale i pro dlouhodobé strategické plánování. Podstatou marketingového výzkumu je poznávání trhů, získávání a analyzování informací o cílovém trhu, situaci na trhu, odběratelích, dodavatelích, cílových zákaznících a jejich chování, životním stylu nebo preferencích, informací o konkurenci či dalších účastníků na trhu. Dnešní doba je typická rychlým vývojem technologií, rostoucím významem internetu, globalizací, celkovou situací související s ekonomickou a hospodářskou krizí, měnícími se preferencemi spotřebitelů a dalšími společensko-ekonomickými jevy. Je proto potřeba, aby podnikatelské prostředí s těmito a mnoha dalšími faktory na tyto změny neustále reagovalo (Mulačová a Mulač, 2013, s. 265; Tahal, 2015, s. 1).

3.1 Sběr dat

Abychom dosáhli požadovaných výsledků marketingového výzkumu je potřeba mít dostatečné množství podstatných informací a dat. Data nejčastěji členíme na tři skupiny:

- primární a sekundární data,
- interní a externí data,
- kvalitativní a kvantitativní data (Tahal, 2015, s. 11).

Primární data jsou ta, která jsme získali z vlastního marketingového výzkumu. Představují taková data, které byly získané z konkrétního řešeného problému. Oproti tomu **sekundární data** existovala již před začátkem sledovaného problému. Jedná se většinou o nejsnazší, nejrychlejší a nejlevnější způsob, jak získat informace o daném problému, avšak je u nich nezbytné prověřit jejich aktuálnost, přesnost či relevantnost (Mulačová a Mulač, 2013, s. 270; Tahal, 2015, s. 11).

Lze i využívat informace, které má určitá firma ve svých firemních databázích. Takováto data se označují jako **interní** a jejich charakteristickým znakem je, že si je firma pořídila vlastními silami. Jsou jimi například data o návštěvnosti webových stránek. Naopak **externí data** jsou taková, která se vyskytují mimo firmu a jsou dostupná i široké veřejnosti, jako jsou zdarma dostupná data Českého statistického úřadu apod. (Mulačová a Mulač, 2013, s. 271; Tahal, 2017, s. 27).

Rozdělení **kvalitativních a kvantitativních dat** bude blíže rozebráno v kapitole 3.1.1.

Abychom dosáhli požadovaných cílů marketingového výzkumu, musíme vybrat vhodnou metodu sběru dat, kterými jsou:

- pozorování – sledování jevů a lidí, kteří jsou předmětem zkoumání,
- experiment – chceme otestovat dopad nějaké zamýšlené změny,
- dotazování – založeno na kladení otázek respondentům

(Mulačová a Mulač, 2013, s. 272-274; Tahal, 2017, s. 32).

3.1.1 Kvalitativní a kvantitativní výzkum

Podle typu dat, se kterými pracujeme, členíme marketingový výzkum na kvalitativní a kvantitativní (Tahal, 2017, s. 31).

Kvalitativní výzkum

V kvalitativním výzkumu přinášíme odpovědi na otázku „proč?“. Cílem těchto výzkumů je především porozumět způsobu rozhodování zákazníků a myšlenkovým pochodům, jež se s těmito pochody pojí. Hledá také odpovědi na asociace, které se cílové skupině vybavují a mají vztah ke zkoumanému předmětu. Pracuje se zde s menší skupinou respondentů nebo s jednotlivci, kteří jsou vybíráni na základě stanovených rekručních kritérií – vymezují cílovou skupinu tak, aby respondenti vybráni do výzkumu byli schopni se ke zkoumanému tématu vyjádřit. Technikami kvalitativního výzkumu jsou především skupinové diskuse, individuální hloubkové rozhovory, expertní rozhovory nebo také etnografický výzkum (výzkum chování člověka v jeho přirozeném prostředí) (Tahal, 2017, s. 31, 42).

Kvantitativní výzkum

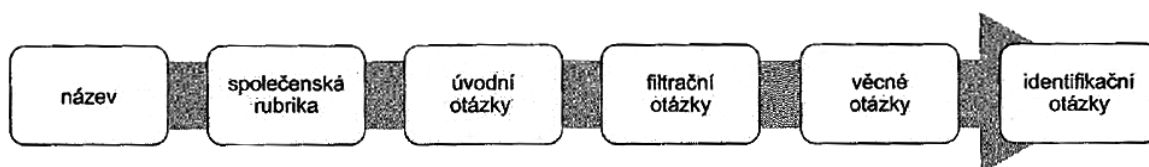
U kvantitativního výzkumu je smyslem odpovědět na otázku „kolik?“. Zde je převažujícím faktorem četnost, která přináší informace o zastoupení sledovaného jevu nebo názoru v cílové populaci a to buď relativní četností, která je vyjadřována v procentech, nebo absolutní četností, která určuje přesný počet lidí vykazující daný rys nebo způsob chování. Výsledky jsou pak nejčastěji vykazovány v grafech a tabulkách a jsou statisticky využitelná. Jak již tedy vyplývá, tento výzkum je zaměřen na větší počet respondentů. Pro sběr dat se dají použít metody pozorování, experimentu, avšak nečastější metodou je dotazování - ať už ve formě dotazníku nebo jasně stanovených otázek (Tahal, 2017, s. 46).

3.2 Dotazník

Dotazník patří mezi jeden z nejpoužívanějších nástrojů pro sběr dat, avšak aby měl dotazník požadovanou kvalitu a byl vhodný pro výzkum, je potřeba se držet některých základních pravidel:

- Ptejme se respondentů na to, co skutečně potřebujeme vědět. Nevkládejme nadbytečné otázky, o kterých víme, že je při vyhodnocování nepoužijeme.
- Dotazník by měl být sestavený tak, aby měl respondent chuť odpovídat. Důležité jsou stručně a jasně formulované otázky.
- Je nutné si pamatovat, že odpovědi v dotazníku jsou deklarací respondenta. Proto pokládejme otázky, na které je respondent ochoten a schopen odpovědět

(Tahal, 2017, s. 54-55).



Obrázek 3 Struktura dotazníku (Mulačová a Mulač, 2013, s. 277, upraveno dle Kozel et al., 2006)

Dle Tahala (2015, s. 38) je také důležitá **délka dotazníku**, na kterou se lze dívat ze dvou úrovní – zadavatel a respondent. Je pochopitelné, že autor dotazníku se snaží vložit do dotazníku co nejvíce otázek, avšak v tomto případě mohou být odpovědi méně kvalitní, jelikož pozornost respondenta (uvádí se, že respondent je schopen udržet pozornost v rozmezí 10-15 minut) s rostoucí délkou dotazníku klesá nebo může respondent dotazník odmítnout či nedokončit. Proto je pro dotazník doporučováno měřit délku v minutách nežli dle počtu otázek. Každá otázka je totiž jinak časově náročná – otázky typu ano/ne jsou zodpovězeny téměř ihned, kdežto sestavit pořadí oblíbených značek zabere i několik minut.

3.2.1 Typy otázek

Tato podkapitola je především zaměřena na rozdělní otázek, které jsou používány v dotaznících.

Uzavřené otázky – tyto otázky dávají respondentovi na výběr z předem připravených možností odpovědí. Uzavřené otázky se dále člení na výběr z variant a výběr ze škály.

- **výběr z variant** – respondentovi je nabídnuto několik možných variant odpovědí, z nichž si jednu (nebo několik) vybere. To, zda může označit pouze jednu nebo více z nabízených odpovědí musíme dát respondentovi předem vědět. Je možno také použít **polootevřenou otázku**, ve které je respondentovi nabídnuta možnost „jiné, vypište...“ (Tahal, 2015, s. 43).
 - **dichotomické otázky** – dotazy, které dávají na výběr ze dvou možností (např. muž/žena),
 - **trichotomické otázky** – přidávají do dichotomické otázky neutrální odpověď (např. ano/nevím/ne),
 - **polytomické otázky** – nabídka z více než tří odpovědí(Kozel, Mynářová a Svobodová, 2011 s. 216).

- **výběr ze škály** – u takového typu vyjadřuje respondent míru souhlasu s konkrétním výrokem nebo tvrzením. Je možné použít číselnou škálu, ve které je nabídnuta číselná stupnice (např. 1-5) nebo slovní škálu, kde na jedné straně stojí možnost „určitě souhlasím“ a na druhé „určitě nesouhlasím“ (Tahal, 2015, s. 44).

Otevřené otázky – u těchto otázek může respondent přímo vyjádřit svůj názor vlastními slovy. Pro zadavatele je však tento typ otázek hůře vyhodnocující a obtížněji se aplikují statistické postupy (Tahal, 2015, s. 41).

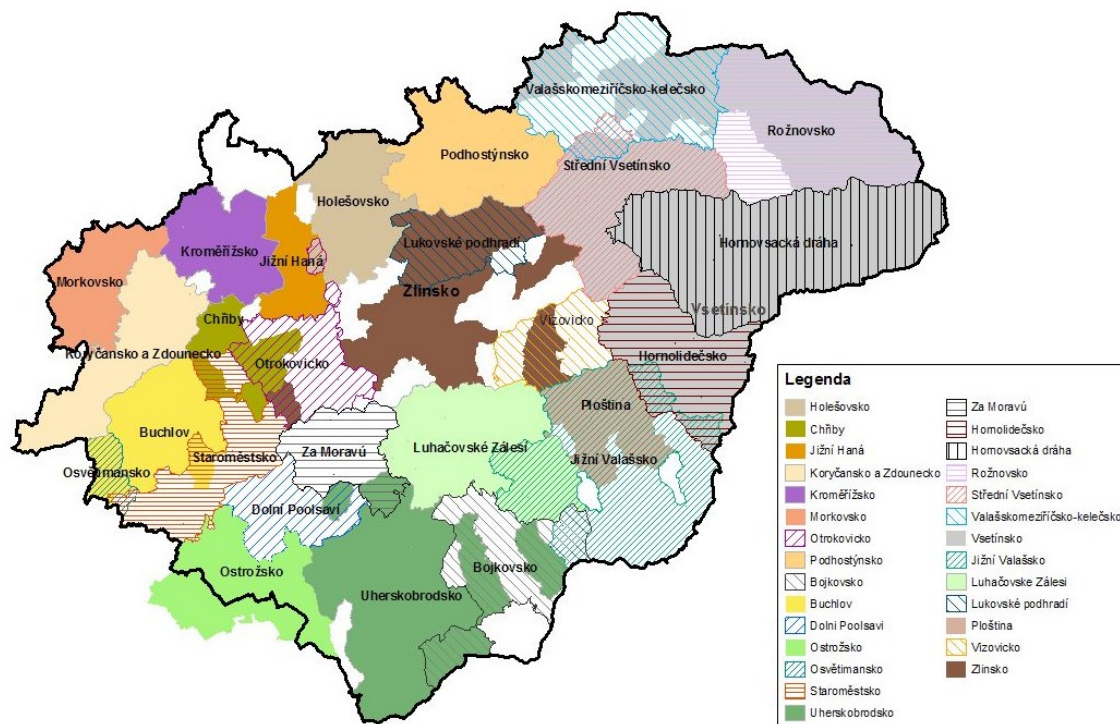
4 MIKROREGION

Důležitým pojmem, který je nutno charakterizovat v souvislosti s touto bakalářskou prací je pojem mikroregion.

Zelenka a Pásková (2012, s. 344) ve svém Výkladovém slovníku definují pojem mikroregionu jako region malého geografického měřítka, ve kterém se sdružují obce za účelem dosažení společného cíle jako je například získání společné podpory pro čerpání finančních prostředků ze státních a jiných fondů na podporu cestovního ruchu, rozvoje infrastruktury, a dalších potřeb na rozvoj turismu v dané oblasti.

To tvrdí i autoři Ryglová, Burian a Vajčnerová (2011, s. 40), kteří dále dodávají, že se jedná o území tvořené správními obvody několika obcí, přičemž vznik byl podpořen z vlastní iniciativy, nikoliv z nařízení vyšší moci (zákona). Takovéto malé území může být vymezeno například:

- přirozeným přírodním reliéfem krajiny
- nebo historicky danými oblastmi (chráněné krajinné oblasti, turisticky zajímavá místa, či dané původem historie).



Obrázek 4 Mikroregiony Zlínského kraje (Mikroregiony Zlínského kraje – 2005)

SHRNUTÍ POZNATKŮ Z TEORETICKÉ ČÁSTI

V této části byla zpracována literární rešerše vycházející z rozdílných prostudovaných literárních děl, jejíž obsah je nezbytnou částí ke zpracování následující praktické části. Byly zde uvedeny základní pojmy a poznatky týkající se cestovního ruchu.

Teoretická část byla rozdělena do několika částí. První z nich se věnovala cestovnímu ruchu jako takovému. Kromě definice samostatného pojmu – cestovní ruch, zde bylo také poukázáno na statistické údaje posledních let, ze kterých mimo jiné plyne, že cestovní ruch v České republice se stále rozvíjí a to i díky tomu, že se Česká republika řadí na seznam bezpečných zemí v rámci poslední dobou rozmáhajících se teroristických útoků. Kromě základních pojmů cestovního ruchu tato kapitola obsahuje typologii cestovního ruchu popisující formy a druhy cestovního ruchu. Jelikož je i cestovní ruch potřeba „prodávat“, bylo zaměřeno také na trh cestovního ruchu, jaké faktory ho ovlivňují a co stojí na straně nabídky a poptávky.

Druhá část teoretické části se věnovala oblasti marketingu, který přímo souvisí s cestovním ruchem. Ze všeho nejdříve byl definován marketing jako obecný pojem, posléze bylo poukázáno na marketing cestovního ruchu. V souvislosti s rozmachem cestovního ruchu je potřeba používat správné marketingové nástroje, jakými mohou být například prvky rozšířeného marketingového mixu, resp. základní prvky „4P“ rozšířené na „8P“. Všechny tyto prvky byly v rámci kapitoly podrobněji objasněny. Závěrem této kapitoly došlo také na SWOT analýzu, která bude obsahem i praktické části.

Předposlední, třetí část týkající se marketingového výzkumu svým způsobem navazuje na část druhou. Jejím obsahem bylo kromě charakteristik sběru dat také dotazníkové šetření, které bude taktéž obsahem praktické části této práce.

Vzhledem k tomu, že se praktická část bude zabývat mikroregionem Rožnovsko, bylo nutné si definovat mikroregion jako takový, jaké jsou jeho cíle ale také jeho vymezení. To bylo obsahem poslední, čtvrté, kapitoly teoretické části.

Veškeré tyto poznatky získané v teoretické části byly důležitými zdroji pro vypracování praktické části zaměřené na analýzu cestovního ruchu mikroregionu Rožnovsko.

II. PRAKTICKÁ ČÁST

5 MIKROREGION ROŽNOVSKO

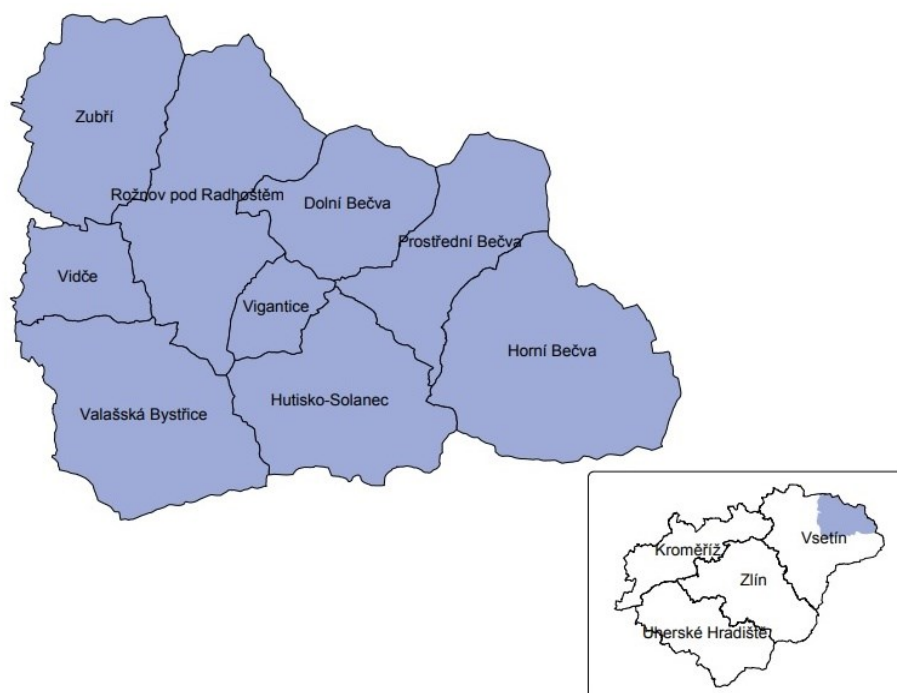
Mikroregion Rožnovsko (oficiální název zní Sdružení Mikroregion Rožnovsko) se nachází na severovýchodě Zlínského kraje v Chráněné krajinné oblasti Beskydy na úpatí Moravskoslezských Beskyd a Vsetínských vrchů. Rozloha mikroregionu Rožnovsko činí 239 kilometrů čtverečních, což představuje přibližně 6 procent rozlohy celého Zlínského kraje a zahrnuje celkem 9 obcí. Téměř celým mikroregionem protéká Rožnovská Bečva pramenící pod vrcholem hory Vysoká. Hlavní dominantou celého mikroregionu je vrchol Radhoště (1129 m n. m.), který bude více rozebrán v následující kapitole. Sdružení Mikroregion Rožnovsko vzniklo v roce 2000 a to především za účelem koordinace postupů při řešení hospodářského, sociálního a kulturního života obcí. Jádrem mikroregionu se nachází ve městě Rožnov pod Radhoštěm, které je zároveň obcí s rozšířenou působností. Dalšími členy mikroregionu jsou:

- obec Dolní Bečva,
- obec Horní Bečva,
- obec Hutisko-Solanec,
- obec Prostřední Bečva,
- obec Valašská Bystřice,
- obec Vidče,
- obec Vigantice,
- město Zubří

(Mikroregion Rožnovsko, [b.r.]; Zpravodaj, 2016).



Obrázek 5 Znaky: zleva obce Dolní Bečva, Horní Bečva, Hutisko-Solanec, Prostřední Bečva, město Rožnov pod Radhoštěm, obce Valašská Bystřice, Vidče, Vigantice, město Zubří



Obrázek 6 Sdružení Mikroregion Rožnovsko
(Mikroregiony Zlínského kraje - 2005)

5.1 Charakteristika jednotlivých měst a obcí

Následující část se bude věnovat charakteristice jednotlivých měst a obcí.

5.1.1 Město Rožnov pod Radhoštěm

Rožnov pod Radhoštěm (dále také R. p. R) vyniká množstvím lidových památek, snahou o zachování valašského folklóru a řemesel, i nabídkou sportovního vyžití v jakémkoli ročním období. Svou všestranností v nabídce služeb se stává turisticky velice atraktivní. Město, ležící v údolí Rožnovské Bečvy a při úpatí svahů Vsetínských vrchů, je považováno za srdce Valašska, ze kterého se v posledních desetiletích stalo moderní turistické, kulturní, obchodní a průmyslové centrum. Ve městě s bohatou historií (750 let od vzniku města oslavilo v roce 2017) je největší turistickou atrakcí Valašské Muzeum v přírodě, které je tvořeno souborem dřevěných lidových staveb přenesených z valašského regionu do prostředí městského parku (Dřevěné městečko) a na přilehlou stráň (Valašská dědina a Mlýnská dolina). Pro sportovně orientované jedince se ve městě ale i jeho okolí nachází řada sportovišť pro letní i zimní sporty. Využít lze také stovky kilometrů značených turistických a cyklistických tras (Město Rožnov pod Radhoštěm, ©2016-2018; Rožnov pod Radhoštěm, ©2000-2018; 750 let Rožnova, ©2014-2018).

Bohatá historie Rožnova sahá až do roku 1267, odkud existuje první zmínka o městě. Založeno bylo olomouckým biskupem Brunem ze Schaumburku při jeho kolonizačních snahách a bylo zpočátku celé dřevěné. Přestože se jednalo o malé území, Bruno ho považoval za velice důležité, jelikož umožňovalo snadný přechod do Uher. Nedaleko založené osady byl také v této době postaven na kopci nazývaném Hradisko stejnojmenný hrad (dnes zřícenina Hradisko), který připomíná středověkou historii města. Historicky nejvýznamnější období zajistily Rožnovu klimatické lázně založené roku 1820. Nejprve se zde léčilo žinčicí (mléčný nápoj z ovčího mléka) a terénními vycházkami, později také elektroléčbou a koupelemi. Největšího rozmachu klimatických lázní bylo dosaženo počátkem dvacátého století, kdy do Rožnova zavítalo během letní sezóny až 3000 hostů z celého světa – mimo jiné i zakladatel psychoanalýzy Sigmund Freud nebo zakladatel genetiky Georg Mendel. Léčily se zde nemoci dýchacího ústrojí, plic a také srdce. Lázně poznamenala druhá světová válka, která zapříčinila jejich konec. V současné době lázeňskou historii připomíná lázeňský dům v městském parku. Zdravé klima a krása okolní krajiny však přetrvává (Historie Rožnova pod Radhoštěm, ©2014-2018).

5.1.2 Obec Dolní Bečva

Čtyři kilometry východně od Rožnova pod Radhoštěm se nachází obec Dolní Bečva. Obcí, ležící v prostředí Moravskoslezských Beskyd přímo pod horou Radhošť, prochází silnice vedoucí na Slovensko. Z obce vede mnoho turistických cest na Radhošť a Pustevny, které jsou známy dřevěnými stavbami architekta Dušana Jurkoviče. Radhošť je zároveň severní hranicí katastru s nadmořskou výškou 1129 m (Obec Dolní Bečva, [b.r.]).

5.1.3 Obec Horní Bečva

Obec Horní Bečva, ležící v Chráněné krajinné oblasti Beskydy, se rozkládá po obou březích horního toku Rožnovské Bečvy a od Rožnova pod Radhoštěm jí vzdaluje 12 kilometrů směrem na východ. Jedná se o typickou horskou obec, která má v centru obce nadmořskou výšku 505 m a nejvyšším bodem je vrchol Vysoká s 1024 m n. m. Díky své geografické poloze nabízí Horní Bečva návštěvníkům mnoho sportovních aktivit jak pro letní, tak i zimní sezónu. Celoročně je zde možnost využívat značené turistické trasy k procházkám, výletům a cykloturistice, které také mohou vést přes vrcholy Soláň, Radhošť, Pustevny, Lysou Horu až k vrcholům Malého Javorníku. Nachází se zde přehradá, ve které se lze vykoupat i rybařit. V zimě zajišťuje obci atraktivitu velké množství běžeckých tras a sedm lyžařských areálů s nabídkou kompletních služeb pro lyžaře.

Pestrost v nabídce ubytovacích služeb nabízí více než 500 soukromých chat, desítky rekreačních i hotelových zařízení. V blízkosti přehrady je i kemp (Obec Horní Bečva, ©2017).

5.1.4 Obec Hutisko-Solanec

Další obcí mikroregionu je obec Hutisko-Solanec, která vznikla v roce 1960 sloučením osad Hutiska a Solance. Osada Hutisko byla pojmenována podle sklářských hutí, které na tomto území byly založeny počátkem 17. století a osada Solanec dostala název podle vrcholu Soláň, pod kterým se nachází. Od Rožnova pod Radhoštěm je obec vzdálená 6 km jihovýchodně. Podobně jako obec Horní Bečva je i tato obec připravena na návštěvy turistů dostatečným množstvím hromadných ubytovacích zařízení, rekreačních středisek a restaurací. Možnost přenocování nabízí i autokemp. Lokalizačně je tato oblast vhodná obzvláště pro turisty upřednostňující sportovně orientovaný turismus – k dispozici jsou turistické trasy, trasy pro horskou cyklistiku, tenisové kurty, koupaliště, lyžařské vleky i lyžařské běžecké trati. Poutavým objektem obce je také jediný pomník v České republice věnovaný manželce prvního prezidenta Československa Tomáše Garriguea Masaryka, Charlotty Garrigueové Masarykové (O obci, ©2017-2018; Obec Hutisko-Solanec, [b.r.]).

5.1.5 Obec Prostřední Bečva

Obec Prostřední Bečva se nachází deset km východně od R. p. R. mezi obcemi Dolní Bečva a Horní Bečva v nadmořské výšce 430 m. Jedná se o středně velkou obec okresu s počtem obyvatel 1752 (k 1.1 2017), která je rozdělena na čtyři místní části – dolní konec, střed, Bácov a Kněhyně. Právě z Kněhyně je vedena hlavní cesta do jednoho z nejvýznamnějších rekreačních středisek v oblasti Beskyd - areálu Pusteven, který je součástí katastru obce. Areál je tvořen souborem dřevěných horských staveb z let 1891-1900 podle návrhu slovenského architekta Dušana Jurkoviče. Z Pusteven lze dojít k soše Radegasta – boha slunce, hojnosti a úrody a dále od něho až na vrchol hory Radhošť.

Oblast Pusteven je taktéž vhodná pro letní i zimní sporty a je také jedním z výchozích bodů, odkud se lze vydat na další vrcholy Beskyd. Za příznivého počasí poskytují hory výhledy na okolní kopce a do údolí obcí. Jinou možností využití sportovního turismu je zvolení si Cyklostezky údolím Rožnovské Bečvy, která protíná takřka celý mikroregion (O obci, ©2011-2018; Obec Prostřední Bečva, [b.r.]).

5.1.6 Obec Valašská Bystřice

Obec Valašská Bystřice je horská obec ležící sedm kilometrů jižně od R. p. R. v údolí říčky Bystřice a jejich oboustranných přítoků uprostřed Vsetínských vrchů. Typickým symbolem obce jsou Portáši – lidoví četníci považovaní za slavné ochránce valašských hor v mezidobí od 17. století do roku 1829. Kulturní památkou obce připomínající Portáše jsou hroby portášských velitelů před kostelem z konce 18. století (Obec Valašská Bystřice, [b.r.]; Portáši obecně, [b.r.]).

5.1.7 Obec Vidče

Další částí mikroregionu Rožnovsko je obec Vidče, rozkládající se mezi Moravskoslezskými Beskydami a Vsetínskými vrchy čtyři kilometry jihozápadně od R. p. R.. Obec se řadí mezi nejstarší obce v regionu Vsetín. První zmínka o Vidči je z roku 1310 – v té době to byla převážně pasekářská obec s těžbou vápence a železné rudy. Pastviny se zachovaly i v dnešní době – jsou převažující částí krajiny. Videčské paseky náležející k pasekářským osadám s nadmořskou výškou 597 m jsou nejvyšším bodem obce poskytující mimo jiné i výhledy na Veřovické, Vsacké a Hostýnské vrchy a především na Radhošť. Vzhledem k nízké nadmořské výšce obce je terén vhodný pro nenáročnou cyklistiku – obcí vede cykloturistická stezka. Běžecké lyžařské trasy nejsou výjimkou (Obec Vidče, [b.r.]).

5.1.8 Obec Vigantice

Další částí mikroregionu Rožnovsko je obec Vigantice ležící 3,8 km jihovýchodním směrem od Rožnova pod Radhoštěm v nadmořské výšce 482 m. Rozprostírá se v údolí potoků kolem silnice vedoucí z Rožnova do obce Hutisko-Solanec. Hromadným ubytovacím zařízením je zde turistická ubytovna zahrnující také stravovací službu (Vigantice, ©2018; Vigantice, ©2000-2018).

5.1.9 Město Zubří

Poslední „částí“ mikroregionu Rožnovsko je město Zubří, které se stalo v roce 2002 nejmladším městem okresu Vsetín. Z geografického hlediska se obec nachází v podhůří západní části Moravskoslezských Beskyd na jižních svazích Veřovických vrchů po pravé straně Rožnovské Bečvy. Vzdálenost od R. p. R. je přibližně čtyři kilometry. K lidové tradici připomínající minulost Zubří patří zuberská výšivka, kterou si zuberské ženy zdobi-

ly své kroje již v 18. století. Dodnes se toto řemeslo snaží udržet některé profesionální vyšíváčky (Město Zubří, [b.r.]; Zubří, ©2000-2018; Zuberská výšivka, ©2017-2018).

6 KULTURNĚ – POZNÁVACÍ TURISMUS

Mikroregion Rožnovsko nabízí mnoho památek a zajímavých míst k navštívení. V této kapitole budou podrobněji rozebrány pouze nejznámější z nich.

6.1 Valašské muzeum v přírodě

Dominujícím znakem Rožnova pod Radhoštěm je Valašské muzeum v přírodě, Národní kulturní památka. Právě toto muzeum v Rožnově pod Radhoštěm je největším a nejstarším skanzenem svého druhu ve střední Evropě. V jeho třech expozicích se nachází bezmála sto památkových objektů. Muzeum je plné dřevěných staveb, lidové architektury, zvykových tradic apod., jehož hlavním cílem je oživit zapomenuté tradiční techniky, lidové umění a obyčeje, zobrazit lidem společenský život, obchod i zábavu našich předků (Skanzen Rožnov pod Radhoštěm - Valašské muzeum v přírodě, ©2018).

Muzeum nebylo založeno nikým z rožnovských měšťanů nýbrž sourozenci Jaroňkovými (mladším Aloisem a starším Bohuslavem), kteří pocházeli z Malenovic u Zlína a v Rožnově pod Radhoštěm se natrvalo usadili v roce 1909. V tomto roce již měli bratři myšlenku o vybudování muzea v přírodě. Poté, co Alois navštívil v té době vznikající muzeum v přírodě v Dánsku a také první a nejstarší muzeum v přírodě na světě – Skanzen u Stockholmu, se rozhodli svou myšlenku uskutečnit. V roce 1911 byl v Rožnově založen muzejní spolek a o dva roky později byl předložen první projekt muzea – nicméně ke stavbě mohlo dojít až několik let po 1. světové válce. V roce **1925** se připravoval první valašský folklórní festival zvaný Valašský rok a bratři Jaroňkovi si prosadili konání tohoto festivalu již v areálu muzea na mýtince lázeňského parku. V tu dobu tam již stály dva velké domy z náměstí - radnice a měšťanský Billův dům z poloviny 18. století a také několik drobných staveb. Tento areál dostal později název Dřevěné městečko (Vznik a vývoj Valašského muzea v Rožnově pod Radhoštěm, ©2010).

V padesátých letech začal vznikat projekt Valašské dědiny, jež se v 60. letech začal realizovat. Zde bylo cílem vystavit pravdivé rekonstrukce modelu valašské dědiny rozkládající se na rožnovské pasece, zvané Stráň, a postupně se zde vystavělo na 40 objektů. V roce 1982 se také zpřístupnila třetí část zvaná Mlýnská dolina (Vznik a vývoj Valašského muzea v Rožnově pod Radhoštěm, ©2010).

Hlavní myšlenka o vybudování živého muzea byla splněna. Při jedné z příležitostí zakladatel Bohumír Jaroněk řekl: „*Nechceme budovati mrtvé skladiště budov a předmětů, chceme*

zbudovati pomocí praktického národopisu živé muzeum, v němž zděděné tradice valašské minulosti a svéráz plemene a bydliště lidu jsou udržovány při životě výkony práce, zvyky, tanci, zpěvy a obřadnostmi lidu.“ (Živé muzeum, ©2010).

Největší popularitu si však získal folklór. V průběhu celého roku jsou v muzeu organizovány pořady tradičního folklóru v podání souborů lidové tvořivosti a také autentických interpretů. K největším akcím takového druhu patří například Rožnovské slavnosti a Valašský jarmark (Vznik a vývoj Valašského muzea v Rožnově pod Radhoštěm, ©2010).

V dnešní době se Skanzen skládá ze tří expozic – Dřevěné městečko, Mlýnská dolina a Valašská dědina. Areály se nachází na východním okraji města na ulici Palackého. Muzeum má ve své správě i Pustevny ležící u vrcholu hory Radhošť.

6.1.1 Dřevěné městečko

Areál Dřevěného městečka je nejstarším areálem Valašského muzea v přírodě, ale i nejstarším muzeem v přírodě v celé střední Evropě. V roce 1925 byl areál otevřen a postupem času doplňován o další stavby. Tato část muzea si klade za cíl představit způsob života na malém městě v období od poloviny 19. století do roku 1925. V průběhu hlavní sezóny jsou zde konány programy, připomínající obřady, obyčeje a dovednosti našich předků. I z tohoto důvodu je nejnavštěvovanějším areálem skanzenu. V průběhu těchto akcí zde mohou návštěvníci mimo jiné spatřit ruční výrobu tradičních kamenných brousků, dlabání drobných výrobků ze dřeva apod. V areálu se rovněž odehrává několik mezinárodních folklorních festivalů a mnoho kulturních pořadů (Dřevěné městečko, ©2010).

6.1.2 Mlýnská dolina

Naopak nejmladším areálem Valašského muzea v přírodě je Mlýnská dolina, zpřístupněna v roce 1982. Nachází se v ní dodnes funkční technické stavby převážně na vodní pohon, jejichž rozmístění rekonstruuje situaci, která existovala ve Velkých Karlovicích do poloviny 19. století. V této části je také instalována expozice „Dopravní prostředky na Valašsku“, zaměřující se na různé formy dopravních prostředků, které se využívaly v lesnictví, zemědělství, obchodní činnosti a v dalších řemeslech (Mlýnská dolina, ©2010).

6.1.3 Valašská dědina

Nejrozsáhlejším areálem Valašského muzea v přírodě je Valašská dědina, v níž se nachází hospodářské usedlosti, salašnické stavby, mlýn, kovárna a jiné objekty umístěny v krajině připomínající svou členitostí mnohé vesnice na úbočích Beskyd. Areál byl otevřen roku 1972. V interiérech obytných domů mohou návštěvníci pozorovat způsob bydlení od poloviny 19. století v různých sociálních vrstvách. I v tomto areálu se v průběhu roku konají programy oživující staré způsoby hospodaření. Součástí Valašské dědiny jsou také pole, zahrádky a ovocné stromy připomínající pěstování starých plodin. Při prohlídce se lze setkat s domácími zvířaty a stádem ovcí (Valašská dědina, ©2010).

6.1.4 Jurkovičova rozhledna

Další dominantou města Rožnov pod Radhoštěm je od roku 2012 Jurkovičova rozhledna umístěná na Karlově kopci (480 m). Jméno nese podle svého autora Dušana Jurkoviče, který svou tvorbou napomohl atraktivitě oblasti. Rozhledna vznikla podle původních více než sto let starých nákresů, nicméně bylo zapotřebí tyto nákresy upravit o drobné úpravy podléhající současné legislativě. Výška rozhledny činí 31,09 metrů a výška vyhlídkové plošiny 18,8 metrů nad úrovní terénu (Jurkovičova rozhledna, ©2016-2018).

6.1.5 Pustevny

Součástí správy Valašského muzea v přírodě jsou také Pustevny, které leží dvacet kilometrů od Rožnova a jsou výchozím bodem při cestě na horu Radhošť ale také jiných vrcholů hor. Jednou z možností, jak se na Pustevny dostat, je lanovka vedoucí z Trojanovic. Pustevny jsou ideálním místem, které spojuje sportovní, kulturní a relaxační turismus. Nejznámějšími stavbami jsou zde dřevěné domy zvané Maměnka (hotel) a Libušín (restaurace) slovenského architekta Dušana Jurkoviče. Tyto stavby byly zpřístupněny veřejnosti v roce 1899 a prošly několika rekonstrukcemi. V roce 2014 Libušín vyhořel a v současné době probíhá jeho obnova. Původní výzdoba Libušína byla vytvořena českým malířem Mikolášem Alšem (Pustevny, [b.r.]).

Socha Radegasta

Jedním z bezprostředních symbolů Beskyd je socha Radegasta - slovanského pohanského boha slunce, hojnosti a úrody s mužským tělem a tváří v podobě lva. Na hlavě má nasazenou přilbu ve tvaru býčí hlavy s mohutnými rohy. V levé ruce drží sekeru, v pravé ruce roh hojnosti. Jeho umístění (1105 m n. m.) odpovídá polovině cesty vedoucí z Pusteven

na Radhošť a stojí zde od roku 1931. Původním autorem sochy je Albín Polášek. V důsledku klimatických podmínek musela být socha nejprve počátkem 80. let restaurována, následně kvůli další degradaci také převezena do frenštátské radnice. Kopii sochy vytesal z přírodního kamene – žuly autor Miroslav Machala. Zajímavostí je i to, že po soše je mimo jiné pojmenováno pivo Nošovického pivovaru – Radegast, jehož součástí loga je i vyobrazení sochy (Radegast, [b.r.]).

Radhošť

Nejnámější horou v chráněné krajinné oblasti Beskydy je Radhošť spojující několik forem cestovního ruchu – sportovní, relaxační, kulturní a náboženský. S výškou 1129 m n. m. poskytuje hora turistům výhled na celé Beskydy, Valašsko, Jeseníky ale i Malou a Velkou Fatru. Radhošť bývá často spojován s uctíváním pohanského boha Radegasta. Pověst hovoří o tom, že na této posvátné hoře měl sídlo. Každoročně se na Radhošti začátkem července koná cyrilometodějská pouť, na památku slovanských věrozvěstů Konstantina a Metoděje, kteří měli po svém příchodu na Velkou Moravu navštívit údajně i horu Radhošť. Jejich jméno nese také dřevěná **Kaple svatého Cyrila a Metoděje** na samém vrcholu Radhoště. Před kaplí stojí kříž z roku 1905 a **sousoší Cyrila a Metoděje** vítající návštěvníky. Zajímavostí je, že z Radhoště pochází jeden ze základních kamenů Národního divadla (Radhošť, [b.r.]; Kaple sv. Cyrila a Metoděje na Radhošti, ©2018).

6.2 Další kulturně-historické památky

Tato podkapitola obsahuje další, převážně církevní, památky, které lze v mikroregionu navštívit.

6.2.1 Hradisko

Historii města R. p. R. připomíná zřícenina hradu ze 14. století nazývaného Hradisko, ležícího na stejnojmenném kopci. Z původního mohutného hradu bylo dodnes dochováno pár stěn. Z kopce Hradisko lze pozorovat celé město Rožnov a jeho okolí (Štěpánek, ©1995-2018).

Dalšími pamětihodnostmi jsou například:

- Dolní Bečva – kostel sv. Antonína Paduánského,
- Horní Bečva – farní kostel sv. Jana a Pavla,

- Prostřední Bečva – kostel sv. Zdislavy, Národní přírodní rezervace Kněhyně – Čertův mlýn,
- Hutisko-Solanec – kostel sv. Josefa, dřevěná budova fojství z roku 1785,
- Rožnov pod Radhoštěm – kostel Všech svatých, Evangelický kostel,
- Zubří – kostel sv. Kateřiny, Kaple sv. Ducha, Kolářkův tis, památníky obětem první a druhé světové války

(Dovolená na Rožnovsku).

7 SPORTOVNĚ ORIENTOVANÝ TURISMUS

7.1.1 Cyklostezka Bečva

Ke sportovním účelům byla v mikroregionu vybudována Cyklostezka Bečva, kterou ocení cyklisté preferující nenáročný terén, ale také in-line bruslaři, turisté a běžkaři. Celková délka trasy činí 160 kilometrů a vede od pramenů Rožnovské a Vsetínské Bečvy až po soutok řek s řekou Moravou. Cyklostezka je rozdělena do tří úseků. První úsek je veden kolem Vsetínské Bečvy – začíná ve Velkých Karlovicích a končí ve Valašském Meziříčí. Druhý úsek je orientován kolem Rožnovské Bečvy a protíná tak i část mikroregionu. Třetí úsek je vybudován po trase Valašské Meziříčí – Tovačov. Délka „rožnovského úseku“: Horní Bečva (545m n. m.) – Valašské Meziříčí (291 m n. m.) je 30,8 km s 254 m převýšením. Vzhledem nízkého převýšení ji zvládnou jak děti nižšího věku, tak i senioři. Během cesty cyklisté mohou relaxovat v přírodě, prohlídnout si památky aj. Po trase je postaveno několik odpočívadel i občerstvení (Cyklostezka Bečva, ©2016-2018).

7.1.2 Lyžařské areály a vleky

V nabídce sportovního turismu je také množství lyžařských areálů a vleků s možností výuky. Areály jsou uzpůsobeny tak, aby vyhovovaly pokročilejším lyžařům ale také začátečníkům.

Obec Horní Bečva sportovcům poskytuje celkem sedm areálů, kterými jsou: Lyžařský areál Solisko, Ski areál U Sachovy studánky, Houseboard Park for Kids, Skiareál Rališka, Lyžařský areál Kubiška, Lyžařská sjezdovka Mečová, Lyžařská sjezdovka s vlekem Martiňák (Lyžařské areály a vleky v Horní Bečvě a okolí, ©1998-2018).

Jedním z největších lyžařských areálů v Beskydech je Ski areál Pustevny na Pustevnách, v jehož nabídce je deset sjezdovek různých obtížností a několik udržovaných běžeckých tras (Lyžování, [b.r.]).

Dalšími sjezdovkami jsou Lyžařský areál Soláň (Hutisko-Solanec), Ski areál Bůřov (Valašská Bystřice) (Informace o areálu, ©2018; Ski areál, ©2017).

Další aktivity:

Mikroregion Rožnovsko nabízí rozmanitou nabídku sportovních příležitostí. Mezi další lze uvést:

- golf – Rožnov pod Radhoštěm

- minigolf – Rožnov pod Radhoštěm, Prostřední Bečva
 - jezdecké areály – Rožnov pod Radhoštěm, Valašská Bystřice, Prostřední Bečva
 - kryté bazény – Rožnov pod Radhoštěm, Horní Bečva, Prostřední Bečva
 - paintball – Rožnov pod Radhoštěm
 - paragliding – Hutisko-Solanec
- (Dovolená na Rožnovsku).

8 LÁZEŇSKÝ TURISMUS

V teoretické části bylo poukázáno na formu zdravotního turismu, který se může vyskytovat i v lázeňské podobě. Tuto podobu turismu mikroregion Rožnovsko taktéž nabízí.

8.1 Rožnovské pivní lázně

Rožnovské pivní lázně jsou řazeny mezi nejoblíbenější a nejvyhledávanější lázně tohoto druhu v České republice. Nezbytným faktorem utváření atmosféry pro návštěvníky je prostředí. Návštěvník se zde musí cítit příjemně, klidně a uvolněně. Faktor prostředí lázně splňují, jelikož procedury jsou připravovány v měděných či dřevěných viktoriánských vanách umístěných v tajemném sklepení pivovaru. Kromě pivních koupelí lze vyzkoušet i fyzioterapeutické masáže různých druhů (Rožnovské pivní lázně, [b.r.]).

9 ANALÝZA SLUŽEB CESTOVNÍHO RUCHU

Kapitola se zaměří na služby související s cestovním ruchem, jako jsou ubytování, stravování a doprava.

9.1 Ubytovací služby

Nabídka hromadných ubytovacích zařízení (dále též HUZ) v mikroregionu Rožnovsko je rozmanitá – nachází se zde celkem 80 hromadných ubytovacích zařízení, přičemž v obcích Vidče a Zubří nejsou žádné HUZ. Vzhledem k tomu, že je tato oblast poměrně turisticky vyhledávanou, je potřeba, aby se jednotlivé obce na tuto kategorii cestovního ruchu zaměřily, turisté, aby se zde rádi vraceli a šířili své recenze dál.

Napříč rozdílnými druhy ubytovacích zařízení si zde vyberou turisté s náročnějšími preferencemi, kteří uvítají hotely a hotelové resorty nejvyšších kategorií, tak také rodiny s dětmi, pro které jsou přímo některé hotely a penziony určené. Pro ty méně náročnější nebo ty, kteří mají rádi dobrodružství a rádi stanují, je zde připraveno ubytování v soukromí a také pět kempů s kompletním vybavením pro stanování a karavaning.

Ceny jednotlivých ubytovacích zařízení jsou různorodé. Náročná klientela si může vybrat celkem z šesti čtyřhvězdičkových hotelů – čtyři z nich se nachází v Rožnově pod Radhoštěm, další pak na Horní Bečvě a na Prostřední Bečvě. Cena jedné noci v takovémto hotelu ve dvoulůžkovém pokoji se pohybuje v rozmezí 1590 Kč až 2600 Kč, avšak tyto ceny se odvíjí také dle sezónnosti. Pokud turista nemá takové preference a spokojí se s nižší kategorií zařízení, cena noci ho vyjde kolem 1000 Kč. Nejlevnější variantou je zvolení kempu, ve kterém noc v chatce vyjde přibližně na 300 Kč, nocleh ve stanu pak o něco levněji.

Nejvíce ubytovacích zařízení (25) se nachází v obci Horní Bečva – jsou zde hotely, penziony, chaty ale i jeden kemp. Právě Horní Bečva je atraktivní pro turisty v každém ročním období a to díky prostředí hor a několika lyžařskými areály.

V tabulce číslo 1 jsou na ukázkou zobrazeny různé druhy ubytovacích zařízení. Kompletní výčet ubytovacích zařízení zpracovaný podle ČSÚ je uveden v příloze P I.

Tabulka 1 Ukázka hromadných ubytovacích zařízení mikroregionu Rožnovsko
(vlastní zpracování)

Název	Kategorie	Adresa	Město/obec	Počet lůžek
Hotel AGH	Hotel ****	Rekreační 1037	Rožnov pod Radhoštěm	67
Hotel Bečva	Hotel ***	Meziříčská 1652	Rožnov pod Radhoštěm	160
Penzion U Blinků	Penzion	Dolní Bečva 10	Dolní Bečva	21
Chata Barborka	Penzion	Horní Bečva 988	Horní Bečva	51
Camping Rožnov	Kemp	Radhošťská 940	Rožnov pod Radhoštěm	cca. 283

9.2 Dopravní služby

Hromadná doprava

Vlaková síť v mikroregionu nepatří mezi silné stránky. Na železniční trati 281 dlouhé 13 kilometrů: Valašské Meziříčí – Rožnov pod Radhoštěm a zpět jezdí v určitých intervalech vlaková souprava zvaná RegioShark, avšak místní tomuto vlaku neřeknou jinak než „Rožnovka“. Tato trasa vede z Valašského Meziříčí skrz pět zastávek, mimo jiné i Zubří, pak Rožnov, který je konečnou stanicí tohoto úseku, dále vlakem po mikroregionu cestovat nelze. Hned vedle vlakového nádraží se nachází nádraží autobusové, lze tedy využít možnost přestupu. Pro ty, kteří vlakem cestují s kolem se lze snadno napojit na cyklostezku vedoucí okolo řeky Bečvy a pokračovat v cestě (Železniční tratě Zlínského kraje se představují, ©2016).

Atrakcí města Rožnov je také výletní silniční vláček Rožnováček, který jezdí od května do září a má svůj vlastní jízdní řád. Největší radost z něj mají jistě nejmenší návštěvníci, kteří do šesti let mají jízdné zdarma.

Městskou hromadnou dopravu v mikroregionu zajišťuje společnost ČSAD Vsetín a.s. Linky jezdí v pravidelných intervalech. Je zde možnost využít i cyklobusů, jejichž cesta vede převážně na Pustevny, dále na Bumbálku.

Silniční doprava

Silniční doprava se jeví být stabilním místem města v úsecích hlavních tahů. V roce 2016 byla dokončena rekonstrukce silnice I 35 v úseku hlavního tahu skrz Rožnov a rozšířena na čtyřproudovou silnici. Důvodem stavby bylo urychlení dopravního tahu, jelikož se na tomto úseku v minulosti tvořily dlouhé kolony. Tabulka číslo 2 ukazuje hlavní silnice, které vedou mikroregionem.

Tabulka 2 Silniční síť mikroregionu Rožnovsko (vlastní zpracování podle Přehled silnic v okrese Vsetín, 2011)

Třída	Číslo silnice	Popis	Délka (km)
I.	35	Hustopeče n. B. – Val. Meziříčí – Rožnov p. R. – Horní Bečva	40,019
I.	56	Horní Bečva – Bílá	0,231
I.	58	Rožnov p. R. – Frenštát pod Radhoštěm	4,515
II.	481	Prostřední Bečva – Hutisko-Solanec – Velké Karlovice	15,017
III.	01880	Prostřední Bečva - Bácov	1,880
III.	4837	Prostřední Bečva – Pustevny	9,813
III.	48610	Vidče – Valašská Bystřice	2,935
III.	4867	Rožnov p. R. – Vigantice – Hutisko-Solanec	7,023

9.3 Stravovací služby

Potřeba jídla a pití jsou jedny z fyziologických potřeb člověka. Uspokojený člověk si pak více užívá různé aktivity a není tomu jinak ani v cestovním ruchu.

Podobně jako tomu bylo s ubytováním, jsou na tom stravovací služby. Vzhledem k poměrně velkému počtu ubytovacích zařízení je potřeba návštěvníky také nasýtit. V mikroregionu Rožnovsko je pro návštěvníky přichystána široká nabídka typů stravovacích zařízení, jako jsou například restaurace, pizzerie, kavárny, cukrárny a podobně. Spousta hotelů nabízí své vlastní restaurace. Mnoho ze stravovacích zařízení nabízí v rámci své nabídky také typicky „valašské“ jídla, do kterých se řadí například pokrmy ze zelí – třeba polévka kyselice, halušky, bramborové placky a z dezertů bezesporu valašský frgál.

Jedním z kulinářských zážitků může být pro návštěvníky ale i obyvatelé mikroregionu návštěva čtyřhvězdičkové restaurace Albert Málek Restaurant, která se nachází v komplexu Rožnovských pivních lázní v Rožnově pod Radhoštěm. V nabídce je například polední, vícechodové degustační, víkendové nebo vegetariánské menu. Součástí je také Málkova Čokoládovna, ve které lze zakoupit a ochutnat čokoládové pralinky nebo čokoládové speciality.

10 SWOT ANALÝZA

Na základě zjištěných skutečností z předchozích kapitol byla sestavena SWOT analýza zobrazující na jedné straně silné a slabé stránky mikroregionu Rožnovsko, na straně druhé příležitosti a hrozby mikroregionu Rožnovsko. SWOT analýza je ilustrována v následující tabulce.

Tabulka 3 SWOT analýza mikroregionu Rožnovsko (vlastní zpracování)

Silné stránky	Slabé stránky
<ul style="list-style-type: none"> • Spolupráce měst a obcí • Atraktivita mikroregionu • Velké množství sportovních aktivit v jakémkoliv období • Krásná příroda • Prostředí hor • Mnoho ubytovacích zařízení různých kategorií • Množství kulturních akcí • Udržování kulturních tradic – folklóru • Valašské muzeum v přírodě • Množství lyžařských areálů • Ideální místo k relaxaci/odpočinku • Architektura Dušana Jurkoviče 	<ul style="list-style-type: none"> • Dopravní infrastruktura (provázanost spojení) • Stav cyklostezky v některých úsecích • Absence ubytovacích zařízení v Zubří a Vidči • Nedostatečná propagace mikroregionu s výjimkou R. p. R. • Preference turistů před obyvateli
Příležitosti	Hrozby
<ul style="list-style-type: none"> • Oprava některých úseků silnic • Nové způsoby propagace mikroregionu • Zlepšení stavu cyklostezky • Návštěvy zahraničních turistů • Investice do ubytovacích a stravovacích zařízení • Vybudování stezky v oblacích 	<ul style="list-style-type: none"> • Pokles návštěvnosti • Konkurence jiných mikroregionů • Nedostatek financí na údržbu mikroregionu • Vymizení folklórních tradic • Úbytek lesů

11 ANALÝZA CESTOVNÍHO RUCHU MIKROREGIONU ROŽNOVSKO

Následující kapitola se věnuje postojům návštěvníků a obyvatel k mikroregionu Rožnovsko. Obsahem této kapitoly budou také výsledky kvantitativního výzkumu, který byl prováděn prostřednictvím online dotazníku.

11.1 Dotazníkové šetření

Důvodem pro autora bakalářské práce k provedení dotazníkového šetření byly dva důvody. Nejprve zjistit, jaké důvody mají turisté k návštěvě mikroregionu a také zda byli se svou návštěvou a službami mikroregionu spokojeni. Dále pak se dotazník zaměřil na obyvatelé mikroregionu Rožnovsko a snažil se zachytit jejich vnímání k cestovnímu ruchu a ke konkrétním tvrzením.

Na počátku výzkumu byl stanoven cíl oslovit alespoň 200 respondentů různých věkových kategorií s převažující většinou návštěvníků mikroregionu Rožnovsko. Dále byla zvolena technika sběru dat, a to konkrétně elektronická prostřednictvím účtu na internetovém vyhledávači Google, v rámci jedné z jeho mnoha aplikací, a to Google formuláře.

Jak již bylo zmíněno, respondenty dotazníkového šetření byli jak turisté, tak obyvatelé mikroregionu Rožnovsko. Obě tyto skupiny poskytovaly své názory anonymně a každá z nich měla z části jinou skladbu otázek. Průzkum na internetu probíhal v období 6. dubna 2018 – 27. dubna 2018 a byl uveřejněn na účtu sociální sítě autorky této práce, pomocí něhož se i dotazník šířil dál. Dotazník obsahoval celkem 17 otázek, z čehož jedna byla otevřená – otázka č. 4. Potvrdilo se, že právě otevřená otázka nepatří k oblíbeným a také, že je obtížně vyhodnotitelná z důvodu množství rozmanitých odpovědí. Všechny otázky byly povinné. U otázek 8., 9. a 10. bylo možné vybrat více možností. Závěrečné čtyři otázky sloužily jako identifikační otázky. Celkově bylo získáno 220 odpovědí od respondentů různých věkových kategorií, z čehož plyne, že nastavený cíl byl splněn.

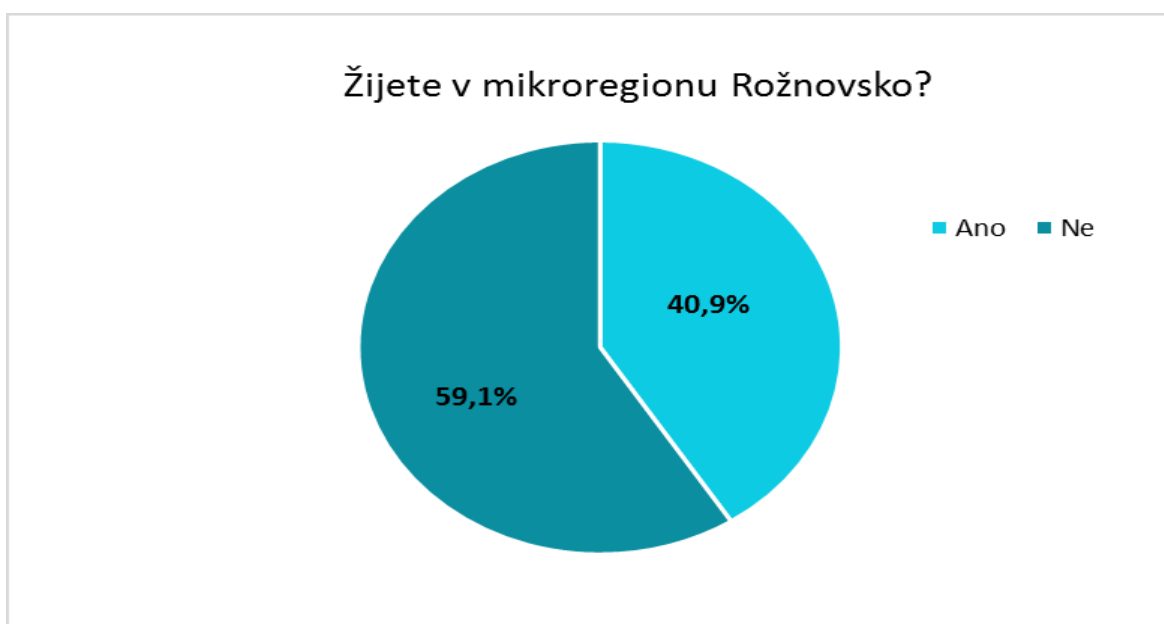
Celá podoba dotazníku je k nalezení v příloze P II.

Tabulka 4 Skladba otázek pro jednotlivé skupiny respondentů (vlastní zpracování)

Skupina	Otázky
Obyvatelé mikroregionu Rožnovsko	1, 2, 3, 4, 14, 15, 16, 17
Návštěvníci mikroregionu Rožnovsko	1, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17

1. Žijete v mikroregionu Rožnovsko?

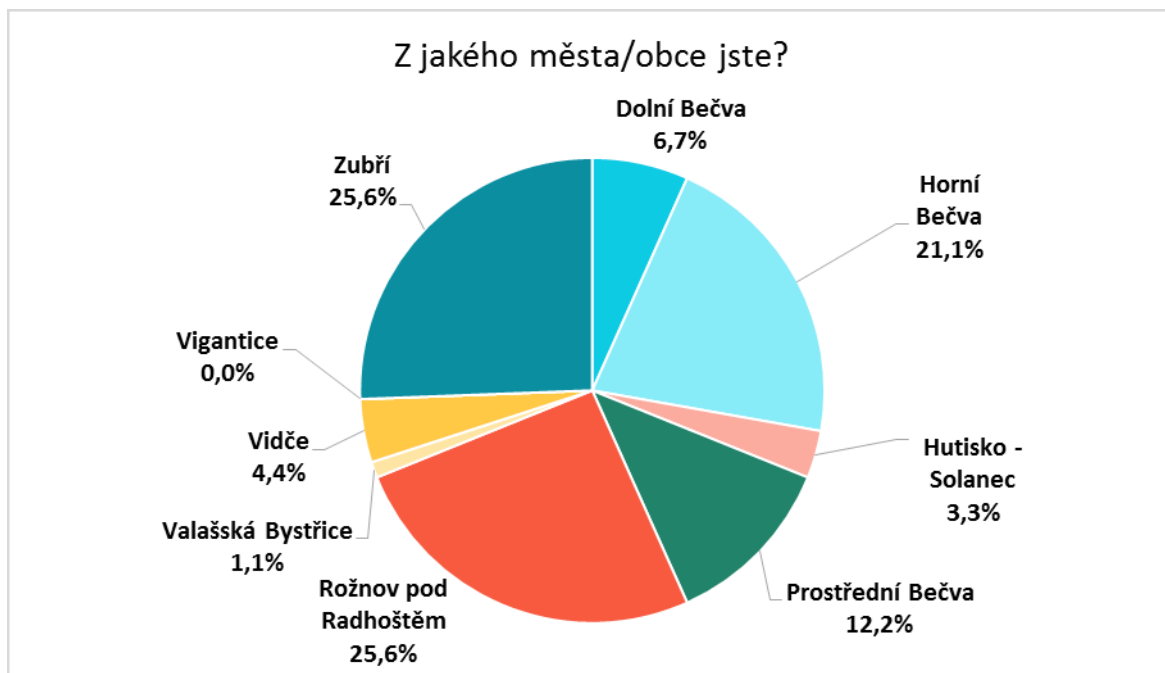
První otázka průzkumu sloužila jako „rozřazovací“, díky níž se zjistilo, zda je daný respondent rezidentem nebo nerezidentem mikroregionu Rožnovsko. Podle odpovědi byl respondent přsměrován na určitou sekci otázek. Z výsledků je patrné, že průzkumu se zúčastnilo více návštěvníků, konkrétně 59,1 % (130 respondentů) z celkového počtu 220 respondentů. Tento výsledek také plní nastavený cíl. Zbýlých 40,9 % bylo odpovězeno obyvateli mikroregionu.



Obrázek 7 Žijete v mikroregionu Rožnovsko? (vlastní zpracování)

2. Uved'te, prosím, z jakého města/obce jste.

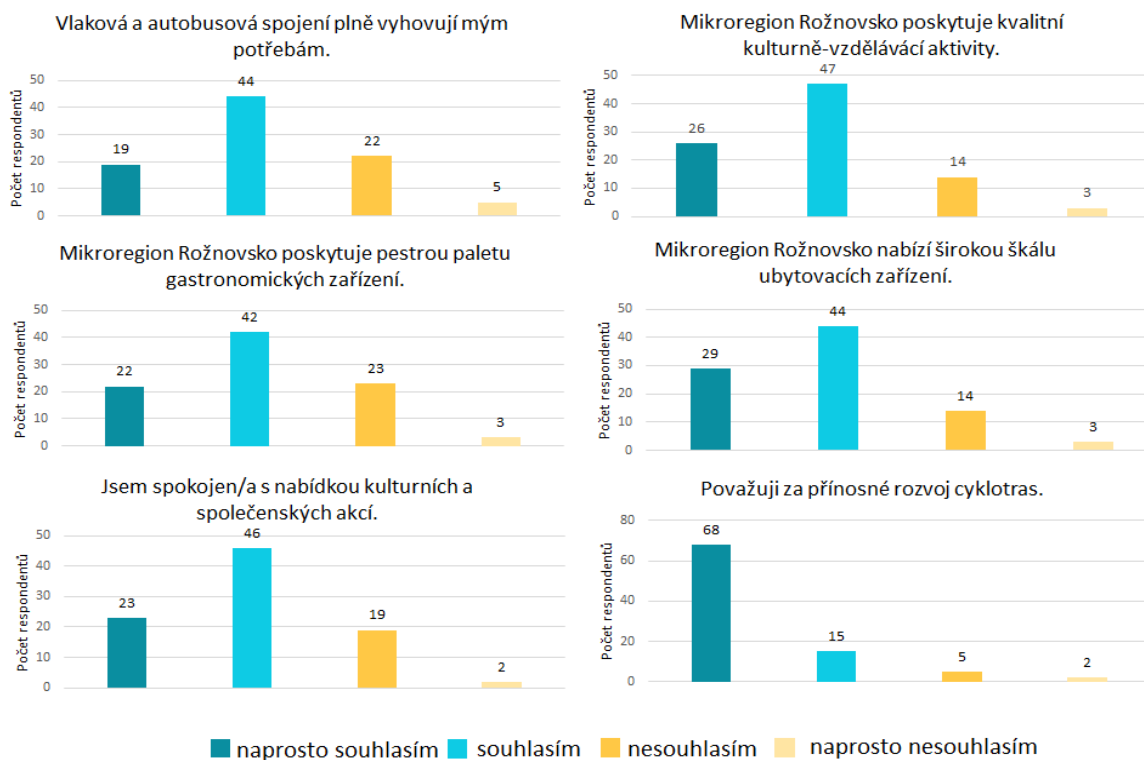
Otázka č. 2 byla určena obyvatelům mikroregionu. Odpovídalo tedy na ni celkem 90 respondentů. Obrázek č. 8 zobrazuje procentuální zastoupení respondentů daných měst/obcí, přičemž vyplývá, že největší zastoupení měli rezidenti Rožnova pod Radhoštěm a Zubří v počtu 23 odpovědí. Devatenáct dotazovaných se zúčastnilo z Horní Bečvy, 11 z Prostřední Bečvy a šest z Dolní Bečvy. Vidče bylo zastoupeno čtyřmi respondenty, Hutisko – Solanec třemi, Valašská Bystřice pouze jedním respondentem a z Vigantic se průzkumu nezúčastnil žádný respondent.



Obrázek 8 Z jakého města/obce jste? (vlastní zpracování)

3. Uveďte míru souhlasu u následujících tvrzení.

V další otázce měli dotazovaní obyvatelé mikroregionu posuzovat míru souhlasu u jednotlivých tvrzení zobrazených v souhrnném obrázku č. 9. Za největší přínos by obyvatelé považovali rozvoj cyklotras – s tímto tvrzením naprosto souhlasilo 68 respondentů. S tvrzením, že mikroregion Rožnovsko poskytuje kvalitní kulturně-vzdělávací aktivity, spíše souhlasilo 47 dotazovaných a 26 respondent naprosto souhlasilo. Z toho může vyplývat, že se mikroregion snaží vytvářet a nabízet různé vzdělávací a kulturní akce.



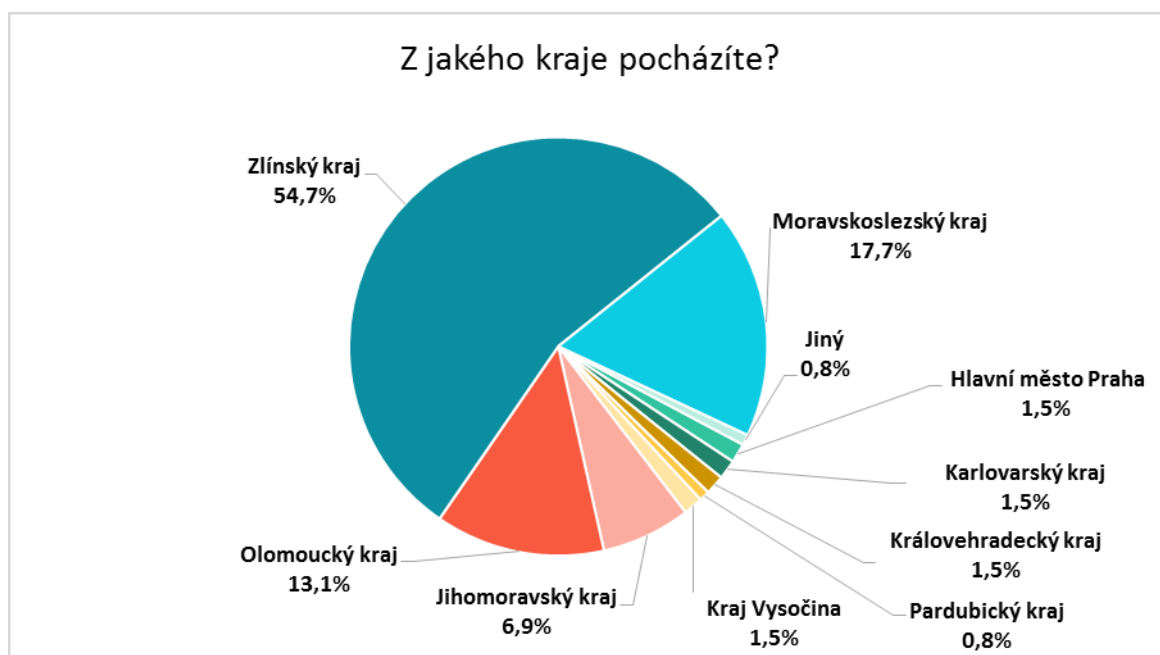
Obrázek 9 Míra souhlasu s danými tvrzeními – tmavě modrá – naprosto souhlasím, světle modrá – souhlasím, oranžová – nesouhlasím, světle oranžová – naprosto nesouhlasím (vlastní zpracování)

4. Co byste doporučil/a pro zkvalitnění cestovního ruchu v mikroregionu Rožnovsko?

Následující otázka byla volena formou otevřené otázky, aby zde respondenti mohli vyslovit své názory a nápady či vyjádřili změny a doporučení, které by mohly přispět ke zkvalitnění cestovního ruchu v mikroregionu Rožnovsko. Jelikož tato otázka byla rovněž povinná, bylo nutné na ni alespoň něco odpovědět. Celkem 22 respondentů na tuto otázku odpovědělo ve formě „Nic“ či „Nevím“ nebo obdobné výrazy. Mezi nejčastější odezvy se řadily odpovědi spjaté s cyklostezkou – jejím rozšířením, opravou či údržbou. Dále také reakce na dopravní infrastrukturu, kde respondenti doporučili zlepšit konkrétní komunikace, rozšířit mikroregion o parkovací místa a to především v R. p. R. a také zkvalitnit hromadnou městskou dopravu – větší návaznost spojení mezi autobusy a vlaky. Mnoho respondentů by také doporučilo větší informovanost o akcích konaných ve městech/obcích a také by respondenti požadovali více kulturních akcí ve formě koncertů, festivalů apod. Někteří respondenti nebyli spokojeni s cestovním ruchem vůbec a doporučovali by větší orientaci na poskytování služeb rezidentům, než návštěvníkům.

5. Z jakého kraje pocházíte?

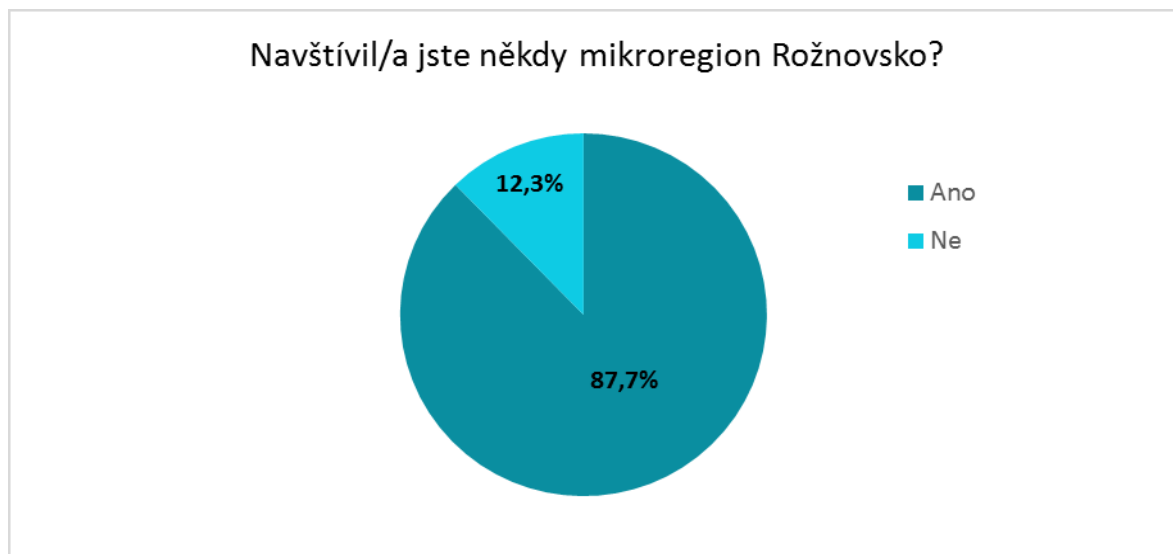
Následující sekce otázek byla směřována turistům a návštěvníkům mikroregionu a odpovídalo na ni celkem 130 respondentů. Tato otázka se zaměřovala na kraj, ze které respondent pochází. Nejvíce dotazovaných pocházelo ze Zlínského kraje (71), dále Moravskoslezského kraje (23) a sedmnáct respondentů pocházelo z Olomouckého kraje. Ostatní kraje byly zastoupeny v menšině, přičemž ze Středočeského kraje, Jihočeského kraje, Plzeňského kraje, Ústeckého kraje a Libereckého kraje nepocházel žádný účastník výzkumu. Možnost „Jiný“ zvolil jeden respondent pocházející ze Slovenska.



Obrázek 10 Z jakého kraje pocházíte? (vlastní zpracování)

6. Navštívil/a jste někdy mikroregion Rožnovsko?

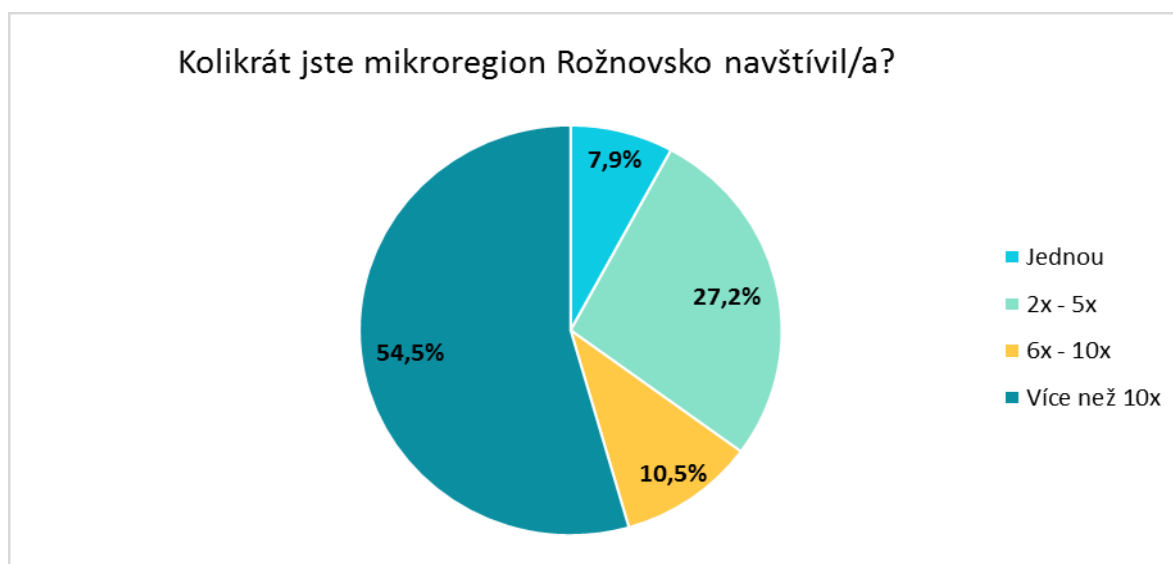
Otázka č. 6 sloužila k ověření, zda respondent danou oblast navštívil či nikoliv. Pokud v této otázce odpověděl respondent zápornou odpovědí, byl nadále přesměrován na identifikační otázky – takto odpovědělo 16 zúčastněných, což představuje 12,3 %. Zbýlých 114 dotázaných (87,7 %) danou oblast navštívili.



Obrázek 11 Navštívil/a jste někdy mikroregion Rožnovsko?
(vlastní zpracování)

7. Kolikrát jste mikroregion Rožnovsko navštívil/a

Z obrázku č. 12 je patrné, že mikroregion navštívilo více než desetkrát 62 dotázaných z celkového počtu 114 respondentů, kteří představují 54,5 %. Pouze devět dotázaných tuto oblast navštívilo pouze jednou.

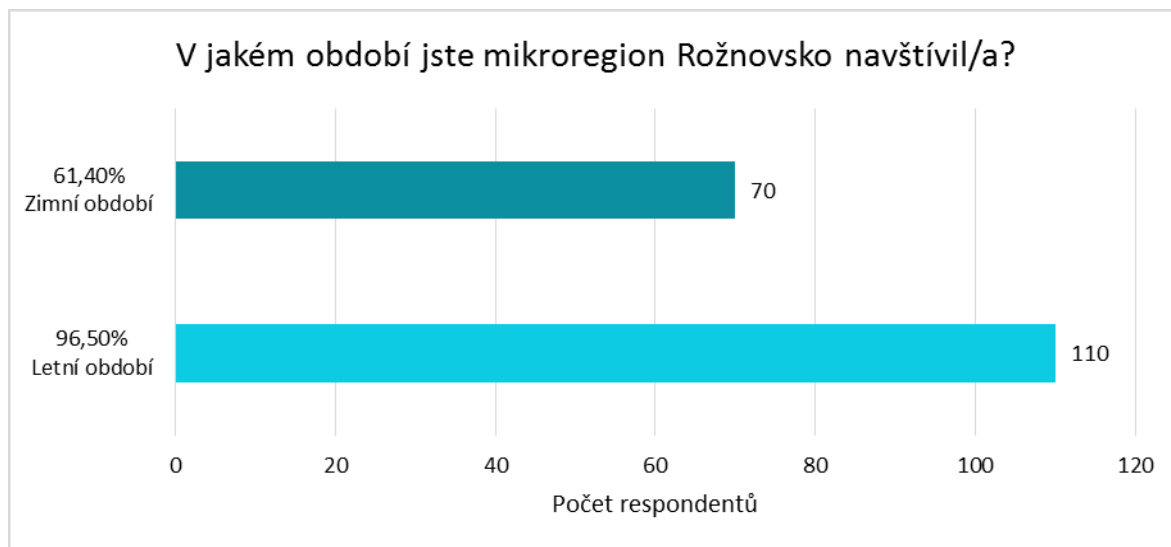


Obrázek 12 Kolikrát jste mikroregion Rožnovsko navštívil/a?
(vlastní zpracování)

8. V jakém období jste mikroregion Rožnovsko navštívil/a?

V otázce mohli dotazovaní zvolit obě varianty, tedy navštívení oblasti v letním i zimním období. Autor práce chtěl zjistit, zda je pro návštěvníky atraktivnější daná oblast spíše

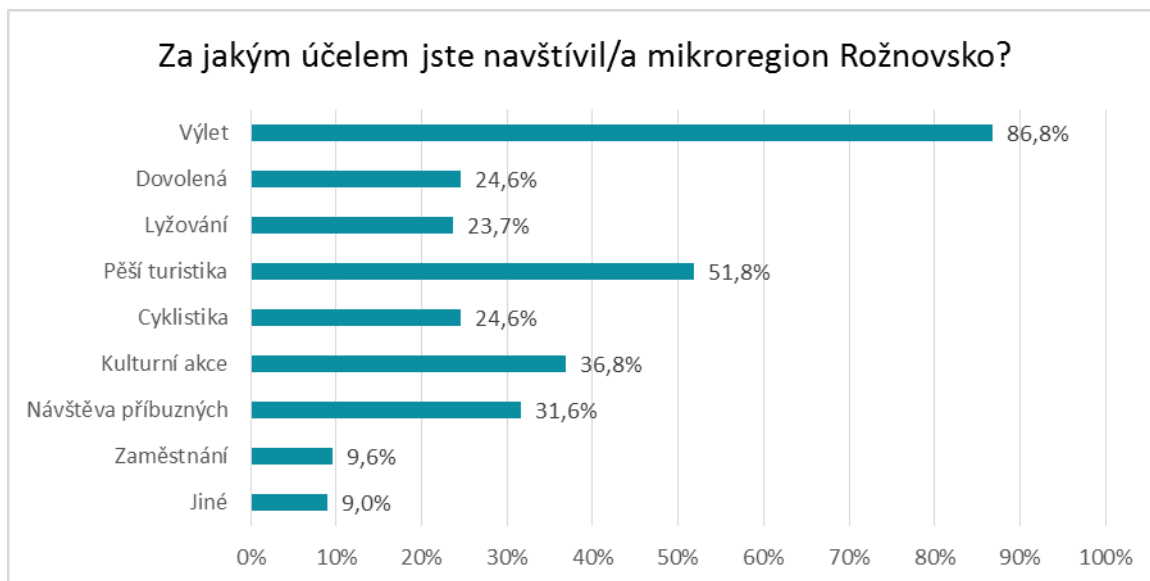
v období jaro/léto či podzim/zima. Průzkum ukázal, že návštěvníci preferují spíše letní období – čehož může být příčina konání různých akcí pořádaných městem či Valašským muzeem v přírodě, pořádání výletů apod.



Obrázek 13 Období navštívení mikroregionu Rožnovsko
(vlastní zpracování)

9. Za jakým účelem jste navštívil/a mikroregion Rožnovsko?

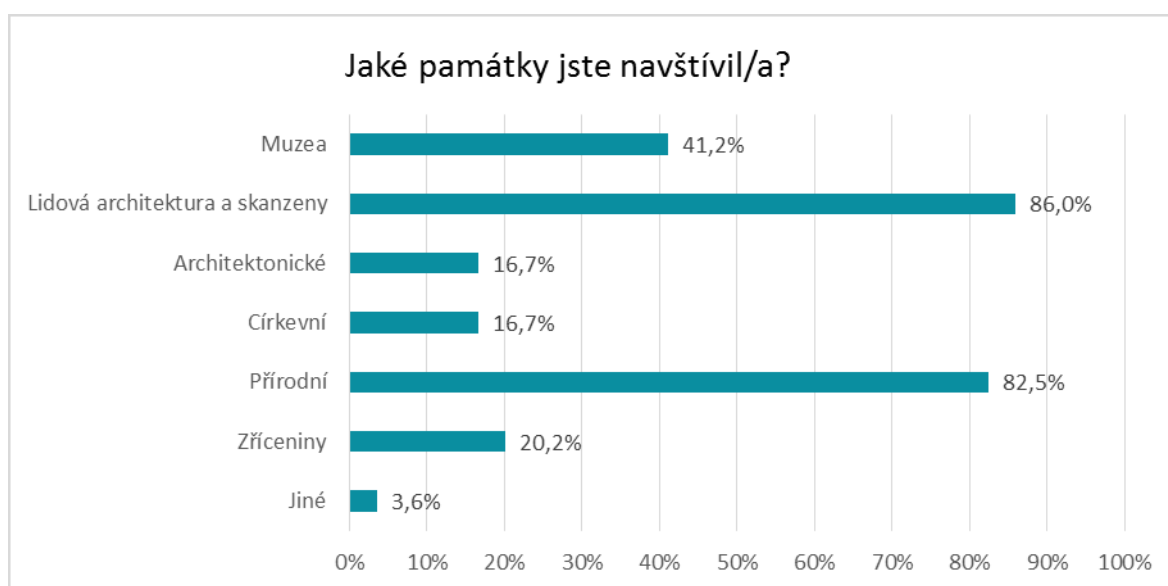
Možnost zvolit více odpovědí měli návštěvníci i při uvádění důvodu své návštěvy. Jako nejčastější motivy návštěvy se ukázal výlet (86,8 %). Druhá byla zvolena možnost pěší turistiky s 51,8 %. V pozadí nezůstaly však ani kulturní akce (36,8 %), do kterých spadají návštěvy kulturně-historických památek, společenských akcí či koncertů. Možnost „Jiné“ žádala respondenta o doplnění nezmiňovaného důvodu. Tuto možnost využilo 9 % dotázaných, kteří uváděli motivy jako návštěvu školy a vzdělání, chalupaření a chataření či nákupy. Procentní rozložení všech odpovědí lze vidět na obrázku č. 14.



Obrázek 14 Účel návštěvy (vlastní zpracování)

10. Jaké památky jste navštívil/a?

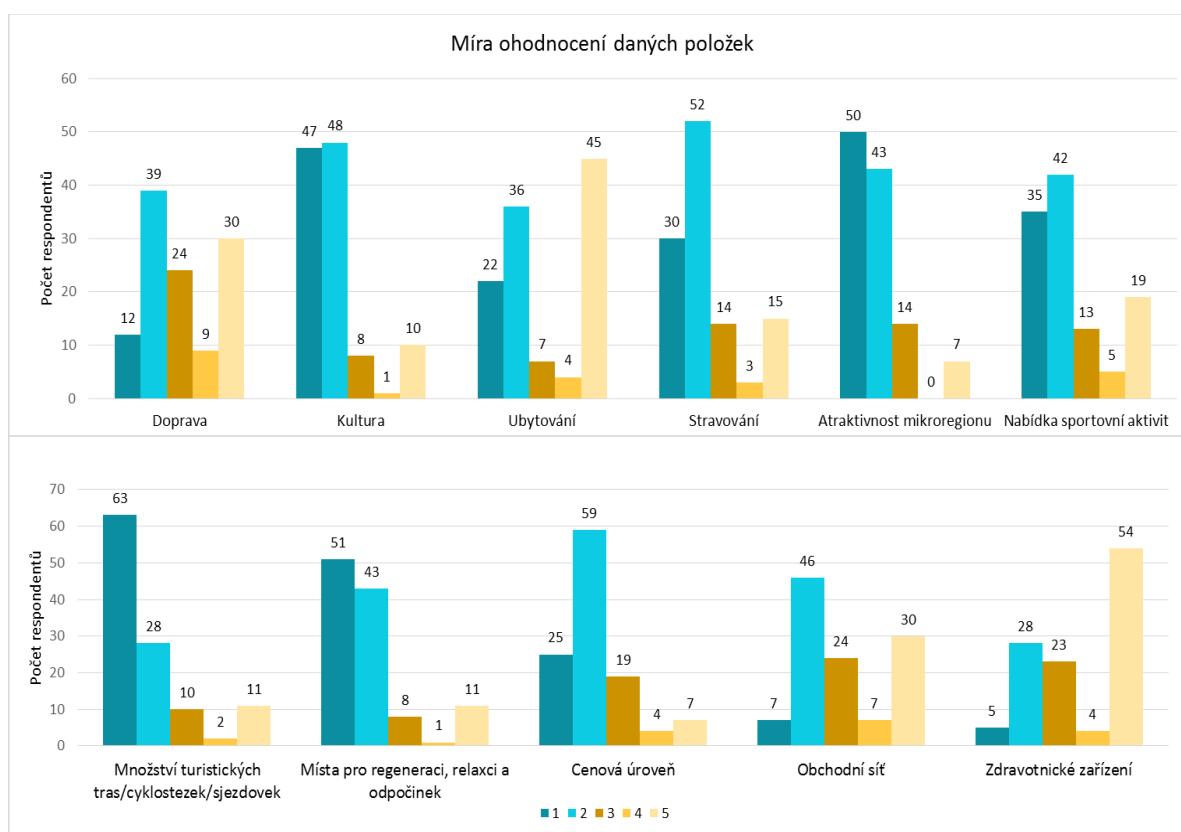
V další otázce mohli dotazovaní taktéž vybrat více možností z navštívených památek. Z průzkumu vyšlo najevo, že nejčastěji nerezidenti navštěvují lidovou architekturu a skanzeny (86 %). Do této kategorie patří například stavby Dušana Jurkoviče či VMP. Vysoké procento návštěvnosti (82,5) uváděli návštěvníci i u přírodních památek. Na kategorii dosahují také přírodní památky s 82,5 procenty. Možnost „Jiné“ uváděli pouze čtyři dotázaní, jejichž cílem nebylo navštívit památky, avšak zasportovat si či odpočinout ve wellness a pobytovém táboře.



Obrázek 15 Navštívené památky (vlastní zpracování)

11. Ohodnot'te dané položky v mikroregionu Rožnovsko číslicemi 1-5. (1 – velmi dobré, 2 – spíše dobré, 3 – spíše špatné, 4 – velmi špatné, 5 – neumím posoudit).

Hodnocení položek bylo známkováno škálou od 1 do 5, přičemž hodnocení známkou 1 znamenalo velmi dobré, 2 – spíše dobré, 3 – spíše špatné, 4 – velmi špatné a 5 – neumím posoudit. Nejkladněji byla hodnocena položka množství turistických tras/cyklostezek/sjezdovek, následovala ji atraktivnost mikroregionu a kultura. Jako velmi špatné ohodnotili respondenti dopravu, avšak takto odpovědělo pouze 9 dotázaných, což může znamenat, že dopravní infrastruktura je pro návštěvníky vyhovující. Stravování se 52 respondentům zdá spíše dobré, avšak ubytování neumí posoudit 45 dotázaných.

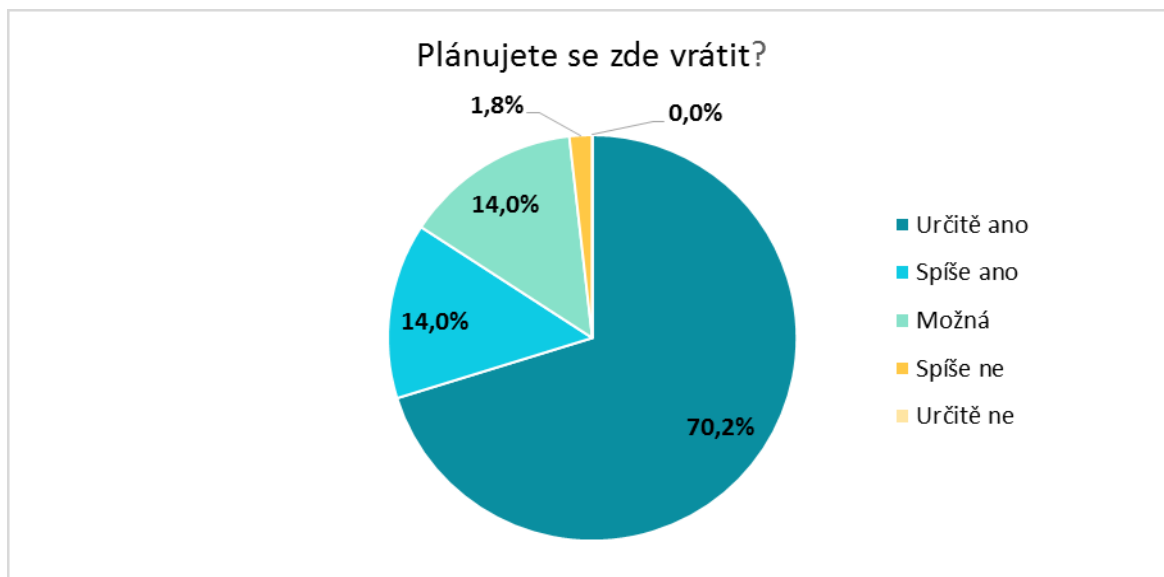


Obrázek 16 Míra ohodnocení daných položek (1 – tmavě modrá, 2 – světle modrá, 3 – hnědá, 4 – oranžová, 5 – světle oranžová (vlastní zpracování))

12. Plánujete se zde vrátit?

Zda nerezidenti plánují opětovnou návštěvu do této oblasti, zjišťovala otázka č. 12. Vzhledem k tomu, že 80 respondentů (70,2 %) z celkového počtu 114 odpovědělo, že se do dané oblasti plánují určitě vrátit, lze usuzovat o vysoké atraktivnosti mikroregionu. Možnost, že se do této oblasti spíše či možná vrátí, odpovědělo ve stejném zastoupení

16 respondentů. Pouze dva dotazovaní uvedli možnost spíše ne a určitě ne nezvolil ani jeden respondent.



Obrázek 17 Opětovaná návštěva (vlastní zpracování)

13. Doporučili byste návštěvu mikroregionu Rožnovsko svým známým?

Poslední otázkou, na kterou odpovídali pouze návštěvníci, se zabývala doporučením oblasti známým. Jednoznačný výsledek v počtu odpovědí značí pozitivní postoj nerezidentů k mikroregionu. Celkem 111 respondentů (97,4 %) ze 114 uvedlo, že by návštěvu mikroregionu doporučili svým známým. Pouze tři respondenti zaujali s danou oblastí negativní postoj a návštěvu by nedoporučili. Z výsledku mimo jiné plyne, že návštěvníci jsou v dané oblasti spokojeni, což je pro mikroregion Rožnovsko velmi důležité.



Obrázek 18 Doporučení mikroregionu Rožnovsko (vlastní zpracování)

14. Jaké je Vaše pohlaví?

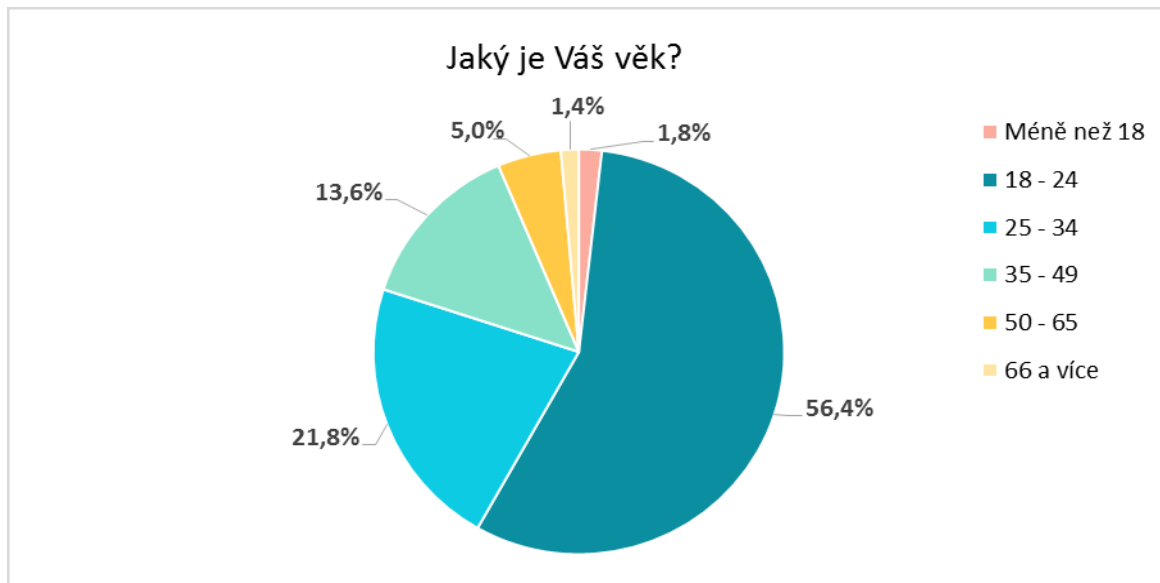
Následující sekce otázek se týkala identifikačních otázek respondentů a odpovídalo na ně tedy 220 dotazovaných. První z těchto otázek byla zaměřena na pohlaví respondentů. Na průzkumu se v převažující většině s 72,7 procenty, čemuž odpovídá 160 dotazovaných, podílely ženy. Za výsledkem stojí zřejmě i to, že ženy jsou otevřenější v poskytování svých názorů a ochotněji se účastní dotazníkových šetření. Avšak svůj podíl na výzkumu měli také muži s počtem šedesáti odpovědí, neboli 27,3 procenty.



Obrázek 19 Pohlaví respondentů (vlastní zpracování)

15. Jaký je Váš věk?

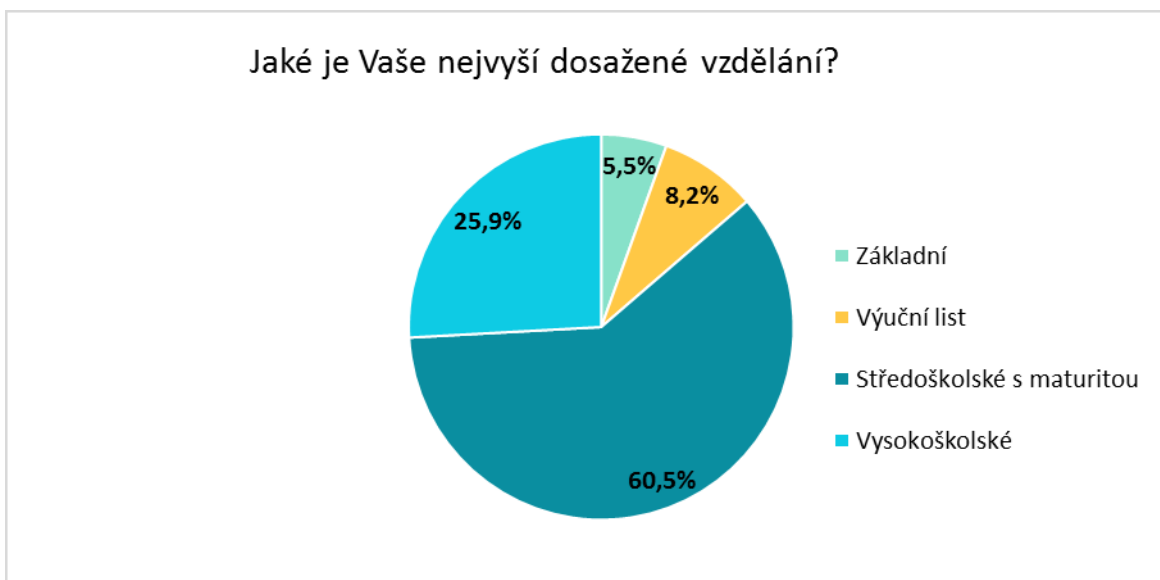
Dotazníkového šetření se zúčastnili respondenti všech věkových kategorií, přičemž nadpoloviční účast měla skupina respondentů 18 – 24 let, která zaujímala 56,4 %. Druhou nejpočetnější skupinou byla kategorie 25 – 34 let, na níž se podílelo celkem čtyřicet osm respondentů, což představuje 21,8 procent. Kategorie 35 – 49 let se podílela 13,6 procenty, následována byla kategorií 50 – 65 let s pěti procenty. Pouze čtyři respondenti nedosáhli věku 18 let a tři naopak přesáhli věkovou hranici 66 let.



Obrázek 20 Věk respondentů (vlastní zpracování)

16. Jaké je Vaše nejvyšší dosažené vzdělání?

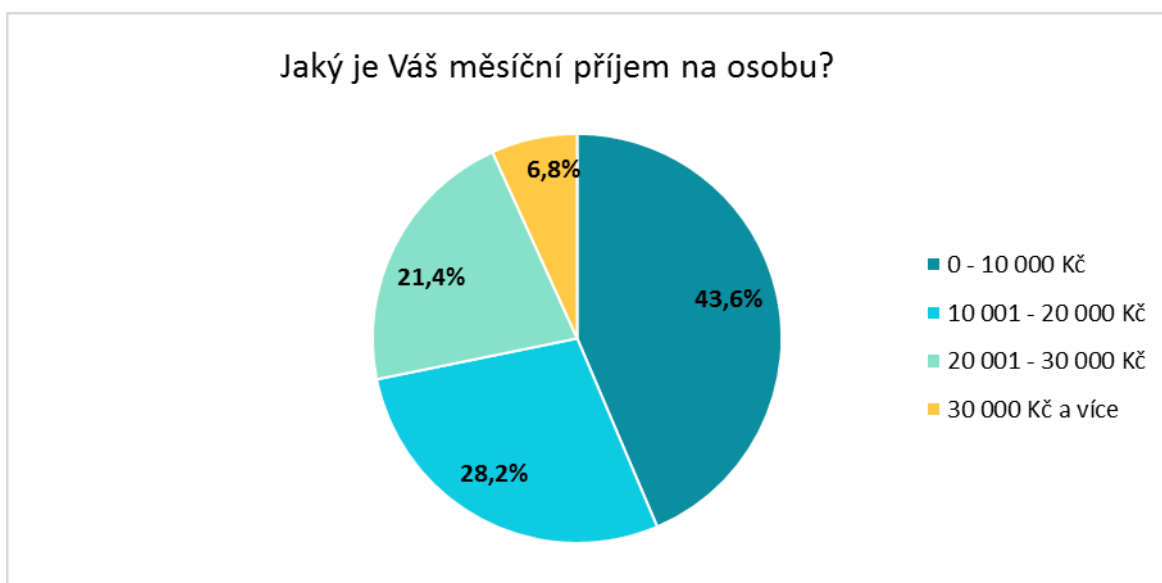
Třetí identifikační otázka zjišťovala dosažené vzdělání respondentů. Největší zastoupení odpovídalo středoškolskému vzdělání s maturitou, celkem 60,5 %. Následující zastoupení zaujímá vysokoškolské vzdělání s celkem 25,9 procenty. 18 dotázaných (8,2 %) uvedlo, že má výuční list. Nejmenší skupina měla základní vzdělání s celkem 5,5 procenty.



Obrázek 21 Vzdělání respondentů (vlastní zpracování)

17. Jaký je Váš měsíční příjem na osobu?

Poslední otázka dotazníkového šetření se týkala měsíčního příjmu respondenta. Největší zastoupení měla kategorie 0 – 10 000 Kč s celkem 43,6 procenty odpovídající 96 respondentům, která taktéž může souviset s věkem respondenta. Do této kategorie se mohou řadit i studenti bez příjmu či malého výdělku z brigády. Druhou, nejvíce zastoupenou, byla skupina respondentů s příjmem 10 001 – 20 000 Kč. Celkem 28,2 procent. Příjem 20 001 – 30 000 Kč odpovídělo 21,4 procent dotazovaných a 6,8 % mělo příjem nad 30 000 Kč.



Obrázek 22 Měsíční příjem respondentů (vlastní zpracování)

12 ZÁVĚREČNÁ DOPORUČENÍ A SHRNUÍ

Na základě prostudování elektronických zdrojů, ze SWOT analýzy a z výsledků dotazníkového šetření vyplynulo několik nedostatků mikroregionu Rožnovsko v oblasti cestovního ruchu, jejichž interpretace a návrhy na doporučení budou nastíněny v následujících odstavcích. Přestože lokalita poskytuje velkou řadu možností využití volného času a to především sportovního vyžití a množství kulturně-historických památek, není tento potenciál plně využit. Návrhy budou koncipovány na využití cestovního ruchu z pohledu rezidenta i nerezidenta.

Doprava

- Prvním z hlavních problémů je současný stav infrastruktury společně s hromadnou dopravou. Pro potřeby turistů pohybujících se převážně na hlavních tazích silnic se ukázal současný stav infrastruktury jako vyhovující. Z otevřené otázky dotazníkového šetření však vyplynulo, že rezidenti již tak spokojeni nejsou, jelikož komunikace II. a III. tříd nepodléhají takové povrchové kvalitě a údržbě jako by si mnozí z obyvatel představovali. V některých obcích by tak mělo dojít k celkové úpravě vozovky, popřípadě ke zpevnění krajnic.
- Nejen s příjezdem turistů se zde vykytuje problém s parkovacími místy. Především v zimě se do mikroregionu sjíždí návštěvníci z celé České republiky vyzkoušet si mimo jiné i místní lyžařské areály. Jako parkovací místa jsou určeny i některé soukromé louky, v zimě je však mírný problém s jejich údržbou. Jednotlivé obce provozující nejen areály by se mohly domluvit se soukromníky, kteří vlastní traktor či jiné zařízení, které by zajišťovalo údržbu a tím tak napomoci k preventivní údržbě.

Tabulka 5 Náklady obce spolupracující se soukromníkem v zimním období
(vlastní zpracování)

Odměna soukromníkovi	72 000 Kč
Pohonné hmoty	38 000 Kč

- Ve městech se najdou jednotlivci nechávající svá auta na veřejných parkovištích celý den, a tím tak zamezují možnosti parkování ostatním. Doporučením by mohlo být zavedení placených parkovišť. V současné době město nedisponuje žádným

volným prostorem vhodným pro vybudování nového parkoviště. Město by však mohlo v budoucnosti přestavit jedno ze současných parkovišť na typ podzemního či několikapatrového placeného parkoviště.

- Zlepšení by mohlo nastat také, co se autobusového a vlakového spojení týče, zejména časová návaznost mezi přestupy a také zvýšení počtu linek o víkendech a svátcích. Například trasa Valašské Meziříčí – Hutisko Solanec, dlouhá 21 km, v pracovní dny v dopoledních hodinách může cestujícím trvat až 95 minut. O víkendu je tento čas přibližně kolem 60 minut s jedním, či dvěma přestupy. Řešením by mohla být spolupráce s provozovateli soukromé autobusové dopravy, aby byly pokryty tyto problémové trasy s přestupy s cílem snížit dobu cesty o tyto prodlevy.
- Na trase Rožnov pod Radhoštěm – Pustevny jezdí denně pět spojů, přičemž poslední spoj jede v 14:20 hodin. Pro období letní sezóny je toto množství spojů nedostačující. Provázání linek s např. mikrobusey, které by zajišťovaly dopravu z Prostřední Bečvy na Pustevny, by umožnilo rychlejší a zároveň efektivnější dopravu pro turisty.

Zlepšení stavu cyklostezky

- Další velice zmiňovanou odpovědí rezidenty byl současný stav cyklostezky. Cyklostezka je velmi využívána nejen ke sportovním účelům, ale také jako způsob dopravy do zaměstnání. Její umístění kolem řeky má ale i své nevýhody. Při záplavách mohou být její části zasaženy vodou. Vlivem prorůstání kořenů stromů na stále více úsecích dochází k jejímu poškození a tím se i snižuje míra bezpečnosti povrchu. K větší bezpečnosti přispívá také středový pruh, který se vyskytuje pouze v Rožnově. V rámci zamezení nehod by mělo dojít k její opravě. Jednotlivé obce by také mohly pořádat sezónní úklidové akce pro dobrovolníky, občany, kteří jsou například na úřadu práce či matkám na mateřské, nebo brigády na odklizení napadaných větví, listů a přítomných kamenů z trasy. Přesto, že by se jednalo o dobrovolníky, mohli by být odměněni formou poukázek např. do fitcentra, restaurací či malými dárkovými předměty, které by sloužily jako motivace pro opakovaný příchod. Brigádníci by byli odměněni sjednanou mzdou.

Tabulka 6 Náklady na úklidovou akci (vlastní zpracování)

Mzda brigádníka/osoby bez příjmu	maximálně 5200 Kč/týden
1x poukázka	200 Kč

Propagace

- Z hlediska propagace je bezesporu nejvíce propagovanou částí mikroregionu Rožnov pod Radhoštěm a to především z důvodu největšího množství památek a množstvím pořádaných akcí. Mnoho turistů ale i rezidentů nemá tedy velké povědomí o akcích a památkách ostatních částí lokality. Obce by se tedy měly zaměřit na propagování svých oblastí, pořádaných akcí. V dnešní době jsou velice populárním místem propagace sociální sítě, prostřednictvím které se informace šíří velice rychle. Každá obec by si teda měla zavést svůj účet například na Facebooku nebo Instagramu, prostřednictvím kterých by informovala nejen rezidenty o blížících se kulturních či sportovních akcích, novinkách apod. Autorka práce zanalyzovala Facebookový profil města Rožnov pod Radhoštěm a na základě provedené analýzy by uvedla doporučení dalším obcím:
 - vytvořit si potřebnou základnu sledovatelů na Facebooku s jasným názvem obce,
 - je nutno vyplnit všechny informace o obci (webové stránky, kontakty, otevírací doby apod.), aby byly informace na jednom místě,
 - být aktivní – i několikrát denně přidávat příspěvky týkající se aktuálního dění v obci, nabídek příležitostí, další aktivity spojené s obcí,
 - každou akci propagovat – každá akce by měla mít vytvořenou událost na Facebookovém profilu, která bude následně také sdílena sledovateli,
 - dělat „živá vysílání“ společenských a jiných akcí,
 - vyvolat ve sledovatelích reakce – komentáře u příspěvků, sdílení,
 - domluva s jinými městy na „přesdílení“ příspěvků – je potřeba přilákat turisty, aby zvýšili cestovní ruch,
 - spolupráce s městy např. na Slovensku,
- Dalším způsobem, jak by mikroregion mohl podávat informace o konaných akcích, by mohlo být vytvoření časopisu, který by vycházel jednou za měsíc a jeho náplní by byly kulturní, hudební, divadelní a jiné akce konané v následujícím měsíci

napříč celým mikroregionem. K dostání by tento časopis byl ve třech informačních centrech, které se nachází na území mikroregionu a dále také v kulturních zařízeních ostatních obcí mikroregionu. Mimo to by mohla být realizována spolupráce s okolními mikroregiony, např. mikroregionem Valašskomeziříčsko-kelečsko, mikroregionem Valašsko – Horní Vsacko apod. Šířit časopis by šlo také za spolupráce stravovacích či ubytovacích zařízení. Protože mikroregion navštěvují i zahraniční turisté, byl by časopis vydáván i v anglickém, německém či polském jazyce.

Tradice a zvyky

- Jelikož se mikroregion nachází v oblasti Valašska, je zde kladen důraz na udržení valašských tradic a zvyků. V současné době je však málo občanů, kteří tyto tradice zachovávají a předávají své zkušenosti dál. Jedná se především o občany staršího věku. Mladí lidé k tomuto nejsou příliš nakloněni. Avšak byla by škoda, kdyby lidové tradice a zvyky z oblasti vymizely. Navrhujícím řešením je organizování pravidelných seminářů/kurzů nejen pro mladší generace, kde by se účastníci učili konkrétní zvyky, tradice, tance či řemesla. Aby se však kurzu někdo zúčastnil, je zapotřebí v mladých lidech vybudovat myšlenku, že oni jsou nositelé tradice pro další generace. Přilákat účastníky lze také soutěžemi, které budou sponzorovány např. Pivními lázněmi, Valašským muzeem v přírodě apod. V rámci této výhry může být např. strávení dne a noci ve Valašském muzeu ve vybraném stavení. Město by se mohlo snažit o získání dotace na udržení tradic, jejímž cílem podpory je především uchování kulturního dědictví a tradic k regionu.

Služby

- V jedné z předchozích kapitol bylo zmíněno, že v obcích Zubří a Vidče chybí hromadné ubytovací zařízení. Zřízení ubytovacího zařízení by umožnilo rozšíření kapacity lůžek a výnosy z pobytů by přispěly obecním rozpočtům. Například ve městě Zubří, v horní části města, v tichém prostředí, se nachází budova bývalé školy, která dnes slouží pouze pro účely volební místnosti. Jelikož se jedná o bývalou školu, je zde několik rozdělených místností. V přízemní části se nachází jedna větší místnost (sloužící dnes jako volební místnost), ve které by mohlo město zajišťovat výukové kurzy, týkající se valašských tradic – například pletení „metel“, vyšívání zuberské výšivky apod. Tato místnost by mohla být využívána také k pořádání malých, soukromých akcí. Druhé, zároveň podkrovní, patro by město

mohlo předělat na malé místnosti sloužící jako hromadné ubytovací zařízení. V budově se nachází zrekonstruované sociální zařízení a před budovou nově vybudované dětské hřiště.

ZÁVĚR

Hlavním cílem této bakalářské práce bylo analyzovat současný stav cestovního ruchu mikroregionu Rožnovsko a na základě zjištěných informací navrhnout doporučení pro zvýšení cestovního ruchu v této lokalitě.

Téma bylo zvoleno na základě osobního vztahu autorky práce s danou lokalitou, avšak i z důvodu atraktivity místa, množství nabízených památek a sportovního využití. Jelikož se jedná o velmi přitažlivou a turisticky vyhledávanou oblast, je nezbytné cestovní ruch v této lokalitě rozvíjet a nadále zkvalitňovat služby.

Práce byla rozdělena do dvou hlavních částí – teoretické a praktické. V teoretické části byla vypracována literární rešerše týkající se problematiky cestovního ruchu a marketingu cestovního ruchu. Nejprve byl objasněn samotný pojem cestovního ruchu, detailnější rozdělení cestovního ruchu na formy a druhy a trh cestovního ruchu zahrnující faktory, které ho ovlivňují. Další kapitola byla zaměřena na marketing cestovního ruchu a byly zde podrobněji rozebrány části rozšířeného marketingového mixu a vysvětlena analýza SWOT. Navazující kapitola se týkala marketingového výzkumu zahrnujícího především dotazníkové šetření, které bylo použito v praktické části jako jeden z hlavních zdrojů analýzy oblasti. Byl zde také definován pojem mikroregion.

Ze získaných poznatků byla zpracována část praktická. Ze všeho nejdříve zde byla uvedena obecná charakteristika mikroregionu. Následně byly podrobněji popsány jednotlivé části mikroregionu Rožnovsko. Analýzou této oblasti byly představeny hlavní formy cestovního ruchu jako kulturně-historický, sportovně orientovaný a lázeňský turismus. V rámci těchto kapitol bylo poukázáno na hlavní cíle a důvody návštěv. Kapitola č. 9 byla zaměřena analýzu ubytovacích služeb, stravovacích i dopravních služeb. Z takto získaných poznatků byla vytvořena SWOT analýza. Další analyzující část se zaměřila na dotazníkové šetření, jehož výsledky byly interpretovány a pro přehlednost zpracovány v grafech.

V závěru práce byla z nabytých poznatků navrhnutá doporučení, která by mohla vést ke zkvalitnění cestovního ruchu v mikroregionu Rožnovsko. Tato doporučení se týkala převážně oblasti dopravy, propagace, udržení tradic, stavu cyklostezky a služeb.

SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

BARČÍK, Tomáš, 2013. *Strategický marketing*. Praha: Ústav práva a právní vědy, 112 s. Právo - edice pro právo a management. ISBN 978-80-905247-7-4.

BENEŠ, Jaroslav, 2012. *Slovník moderního manažera: základní pojmy z managementu a marketingu*. Cheb: HB Print, 108 s. ISBN 978-80-87252-01-7.

BERÁNEK, Jaromír, 2013. *Ekonomika cestovního ruchu*. Praha: Mag Consulting, 296 s. ISBN 978-80-86724-46-1.

COOPER, Chris, 2008. *Tourism: principles and practice*. 4th ed. Harlow, England: Prentice Hall Financial Times, 704 s. ISBN 978-0-273-71126-1.

GÚČIK, Marian, 2011. *Marketing cestovního ruchu*. Banská Bystrica: Dali-BB, 264 s. Knižnica cestovního ruchu, 17. ISBN 978-80-89090-85-3.

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

JAKUBÍKOVÁ, Dagmar, 2012. *Marketing v cestovním ruchu: jak uspět v domácí i světové konkurenci*. 2., aktualiz. a rozš. vyd. Praha: Grada, 320 s. ISBN 978-80-247-4209-0.

KOTLER, Philip a Kevin Lane KELLER, 2013. *Marketing management*. [4. vyd.]. Přeložil Tomáš JUPPA, přeložil Martin MACHEK. Praha: Grada, 814 s. ISBN 9788024741505.

KOTLER, Philip, John T. BOWEN a James C. MAKENS, c2014. *Marketing for Hospitality and Tourism*. 6th ed. Harlow: Pearson Education, 636 s. ISBN 978-1-292-02003-7.

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

KŘÍŽEK, Felix a Josef NEUFUS, 2014. *Moderní hotelový management: nové trendy a metody v řízení hotelů, aktualizované informace o hotelovém provozu a jeho organizaci, optimalizace provozu s ohledem na ekologii a etiku, praktické příklady a fotografická příloha*. 2., aktualiz. a rozš. vyd. Praha: Grada, 224 s. ISBN 978-80-247-4835-1.

MULAČOVÁ, Věra a Petr MULAČ, 2013. *Obchodní podnikání ve 21. století*. Praha: Grada, 520 s. Finanční řízení. ISBN 978-80-247-4780-4.

PALATKOVÁ, Monika a Jitka ZICHOVÁ, 2014. *Ekonomika turismu: turismus České republiky*. 2., aktualiz. a rozš. vyd. Praha: Grada, 262 s. ISBN 978-80-247-3643-3.

PETRŮ, Zdenka, 2007. *Základy ekonomiky cestovního ruchu*. 2., upr. vyd. Praha: Idea servis, 124 s. ISBN 978-80-85970-55-5.

RYGLOVÁ, Kateřina, 2009. *Cestovní ruch: soubor studijních materiálů*. Vyd. 3., rozš. Ostrava: Key Publishing, 187 s. Management (Key Publishing). ISBN 978-80-7418-028-6.

RYGLOVÁ, Kateřina, Michal BURIAN a Ida VAJČNEROVÁ, 2011. *Cestovní ruch - podnikatelské principy a příležitosti v praxi*. Praha: Grada, 216 s. ISBN 978-80-247-4039-3.

TAHAL, Radek, 2015. *Základní metody sběru primárních dat v marketingovém výzkumu*. V Praze: C.H. Beck, 112 s. Beckovy ekonomické učebnice. ISBN 978-80-7400-585-5.

TAHAL, Radek, 2017. *Marketingový výzkum: postupy, metody, trendy*. Praha: Grada Publishing, 261 s. Expert (Grada). ISBN 978-80-271-0206-8.

VAJČNEROVÁ, Ida a Kateřina RYGLOVÁ, 2017. *Management kvality služeb v cestovním ruchu: jak zvýšit kvalitu služeb a spokojenost zákazníků*. Praha: Grada, 186 s. Manažer. ISBN 978-80-247-5021-7.

VANÍČEK, Jiří, 2013. *Marketing služeb a cestovního ruchu*. Opava: Slezská univerzita v Opavě, Filozoficko-přírodovědecká fakulta v Opavě, Ústav lázeňství, gastronomie a turismu, 192 s. ISBN 978-80-7248-870-4.

VAŠTIKOVÁ, Miroslava, 2014. *Marketing služeb: efektivně a moderně*. 2., aktualiz. a rozš. vyd. Praha: Grada, 272 s. Manažer. ISBN 978-80-247-5037-8.

ZELENKA, Josef a Martina PÁSKOVÁ, 2012. *Výkladový slovník cestovního ruchu*. Kompletně přeprac. a dopl. 2. vyd. Praha: Linde Praha, 768 s. ISBN 978-80-7201-880-2.

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

Elektronické zdroje:

CESTOVNÍ RUCH, AGROTURISTIKA: typy, definice, základní pojmy, ©2018. *Docplayer* [online]. [cit. 2018-05-01]. Dostupné z: http://docplayer.cz/820270-Cestovni-ruch-agroturistika-typy-definice-zakladni-pojmy.html#show_full_text

Cestovní ruch - 4. čtvrtletí 2017: Návštěvnost v roce 2017 byla rekordní, 2018. *Český statistický úřad* [online]. [cit. 2018-03-31]. Dostupné z: <https://www.czso.cz/csu/czso/cri/cestovni-ruch-4-ctvrtleti-2017>

Cyklostezka Bečva, ©2016-2018. *Turistický web Rožnov pod Radhoštěm* [online]. [cit. 2018-05-05]. Dostupné z: http://www.visitroznov.cz/vismo/o_utvar.asp?id_org=101478&id_u=1020&n=cyklostezka-becva&p1=1037

Dovolená na Rožnovsku: Ubytování, aktivity, zajímavosti, Rožnov pod Radhoštěm.

Dřevěné městečko, ©2010. *Valašské muzeum v přírodě v Rožnově pod Radhoštěm: Národní kulturní památka* [online]. [cit. 2018-05-05]. Dostupné z: <https://www.vmp.cz/cs/navstevnici-prohlidka-muzea/prohlidka-muzea/drevene-mestecko/>

Informace o areálu, ©2018. *Ski areál Bůřov* [online]. [cit. 2018-05-05]. Dostupné z: <http://skiburov.cz/informace-o-arealu/>

HEŘMANOVÁ, Eva, ©2015. Turismus kulturní: (cultural tourism). *On-line výkladový slovník arts managementu a arts marketingu* [online]. [cit. 2018-05-06]. Dostupné z: http://www.artslexikon.cz/index.php?title=Turismus_kulturn%C3%AD

Historie Rožnova pod Radhoštěm, ©2014-2018. *750 let Rožnova: Oficiální webové stránky* [online]. [cit. 2018-05-04]. Dostupné z: <http://www.roznov.cz/historie-mesta/ds-1560/p1=20126>

Hromadná ubytovací zařízení České republiky: Vsetín, ©2018. *Český statistický úřad* [online]. [cit. 2018-05-10]. Dostupné z: <https://vdb.czso.cz/huz/okres.jsp?k=CZ0723>

Jurkovičova rozhledna, ©2016-2018. *Turistický web Rožnov pod Radhoštěm* [online]. [cit. 2018-05-05]. Dostupné z: <http://www.visitroznov.cz/jurkovicova-rozhledna/ds-1012>

Kaple sv. Cyrila a Metoděje na Radhošti, ©2018. *Kudyznudy.cz: CzechTourism* [online]. [cit. 2018-05-05]. Dostupné z: <http://www.kudyznudy.cz/aktivity-a-akce/aktivity/kaple-sv-cyrila-a-metodeje-na-radhosti.aspx>

Lyžařské areály a vleky v Horní Bečvě a okolí, ©1998-2018. *Horní Bečva: Oficiální stránky obce* [online]. [cit. 2018-05-05]. Dostupné z: <https://www.hornibecva.cz/tema/tema.phtml?id=549&menu=10862>

Lyžování, [b.r.]. *Pustevny* [online]. [cit. 2018-05-05]. Dostupné z: <http://www.pustevny.cz/attraction/lyzarske-stredisko-pustevny/>

Město Rožnov pod Radhoštěm, ©2016-2018. *Turistický web Rožnov pod Radhoštěm* [online]. [cit. 2018-05-04]. Dostupné z: http://www.visitroznov.cz/vismo/zobraz_dok.asp?id_org=101478&id_ktg=1033&n=mesto-roznov-pod-radhostem

Město Zubří, [b.r.]. *Mikroregion Rožnovsko* [online]. [cit. 2018-05-05]. Dostupné z: <http://www.roznovsko.cz/obce/mesto-zubri>

Mikroregion Rožnovsko [online], [b.r.]. [cit. 2018-03-31]. Dostupné z: <http://www.roznovsko.cz/>

Mikroregiony Zlínského kraje - 2005, *Český statistický úřad* [online]. [cit. 2018-05-01]. Dostupné z: <https://www.czso.cz/csu/czso/mikroregiony-zlinskeho-kraje-2005-n-t0mu71go7e>

Mlýnská dolina, ©2010. *Valašské muzeum v přírodě v Rožnově pod Radhoštěm: Národní kulturní památka* [online]. [cit. 2018-05-05]. Dostupné z: <https://www.vmp.cz/cs/navstevnici-prohlidka-muzea/prohlidka-muzea/mlynska-dolina/>

KLETEČKOVÁ, Marie, 2017. V roce 2016 jsme více cestovali po naší vlasti. *Statistika & My: Měsíčník Českého statistického úřadu* [online]. 7(03) [cit. 2018-03-31]. Dostupné z: <http://www.statistikaamy.cz/2017/05/v-roce-2016-jsme-vice-cestovali-po-nasi-vlasti/>

KLOFCOVÁ, Michaela, ©2005-2017. Příjezdy zahraničních turistů vzrostly o 10 procent. *CzechTourism: Ministerstvo pro místní rozvoj ČR* [online]. [cit. 2018-03-31]. Dostupné z: <https://www.czechtourism.cz/pro-media/tiskove-zpravy/prijezdy-zahranicnich-turistu-vzrostly-o-10-procen/>

O obci, ©2017-2018. *Hutisko-Solanec: Oficiální stránky obce* [online]. [cit. 2018-05-04]. Dostupné z: <http://www.hutisko-solanec.eu/o-obci/ds-50/p1=1158>

O obci, ©2011-2018. *Prostřední Bečva: Oficiální stránky obce* [online]. [cit. 2018-05-04]. Dostupné z: <http://www.prostrednibecva.cz/o-obci/>

Obec Dolní Bečva, [b.r.]. *Mikroregion Rožnovsko* [online]. [cit. 2018-05-04]. Dostupné z: <http://www.roznovsko.cz/obce/obec-dolni-becva>

Obec Hutisko-Solanec, [b.r.]. *Mikroregion Rožnovsko* [online]. [cit. 2018-05-04]. Dostupné z: <http://www.roznovsko.cz/obce/obec-hutisko-solanec>

Obec Prostřední Bečva, [b.r.]. *Mikroregion Rožnovsko* [online]. [cit. 2018-05-05]. Dostupné z: <http://www.roznovsko.cz/obce/obec-prostredni-becva>

Obec Valašská Bystřice, [b.r.]. *Mikroregion Rožnovsko* [online]. [cit. 2018-05-05]. Dostupné z: <http://www.roznovsko.cz/obce/obec-valasska-bystrice>

Obec Vidče, [b.r.]. *Mikroregion Rožnovsko* [online]. [cit. 2018-05-05]. Dostupné z: <http://www.roznovsko.cz/obce/obec-vidce>

Portáši obecně, [b.r.]. *Valašský sbor portášsky* [online]. [cit. 2018-05-05]. Dostupné z: http://portasi.cz/index.php?option=com_content&view=article&id=40:portai-obecn&catid=10:od-roku-1717-do-1830&Itemid=103

Přehled silnic v okrese Vsetín, 2011. *Ředitelství silnic Zlínského kraje* [online]. [cit. 2018-05-05]. Dostupné z: <http://www.rszk.cz/vozovky/silnicevs.php>

Pustevny, [b.r.]. *Pustevny* [online]. [cit. 2018-05-05]. Dostupné z: <http://www.pustevny.cz/o-pustevnach/pustevny/>

Radegast, [b.r.]. *Pustevny* [online]. [cit. 2018-05-05]. Dostupné z: <http://www.pustevny.cz/o-pustevnach/radegast/>

Rožnov pod Radhoštěm, ©2000-2018. *Východní Morava* [online]. [cit. 2018-05-04]. Dostupné z: <http://www.vychodni-morava.cz/lokalita/376>

Rožnovské pivní lázně [online], [b.r.]. [cit. 2018-05-05]. Dostupné z: <http://www.roznovskepivnilazne.cz/>

Skanzen Rožnov pod Radhoštěm - Valašské muzeum v přírodě, ©2018. *Kudyznudy.cz: CzechTourism* [online]. [cit. 2018-05-05]. Dostupné z: <http://www.kudyznudy.cz/aktivity-a-akce/aktivity/skanzen-roznov-pod-radhostem.aspx>

Ski areál: Soláň-Vrchol [online], ©2017. [cit. 2018-05-05]. Dostupné z: <http://www.skiarealsolan.cz/>

ŠTĚPÁNEK, Jan, ©1995-2018. Hrad Rožnov. *Hrady.cz: Cestujte s přehledem* [online]. [cit. 2018-05-05]. Dostupné z: <http://www.hrady.cz/index.php?OID=272&PARAM=11&tid=11323&pos=300>

Valašská dědina, ©2010. *Valašské muzeum v přírodě v Rožnově pod Radhoštěm* [online]. [cit. 2018-05-05]. Dostupné z: <https://www.vmp.cz/cs/navstevnici-prohlidka-muzea/prohlidka-muzea/valasska-dedina/>

VANČURA, Pavel, 2017. Popularita Česka u zahraničních návštěvníků roste. *Statistika & My: Měsíčník Českého statistického úřadu* [online]. 7(05) [cit. 2018-03-31]. Dostupné z: <http://www.statistikaamy.cz/2017/05/popularita-ceska-u-zahranicnich-navstevniku-roste/>

Vigantice, ©2000-2018. *Východní Morava* [online]. [cit. 2018-05-05]. Dostupné z: <http://www.vychodni-morava.cz/lokalita/380>

Vigantice: Oficiální stránky obce [online], ©2018. [cit. 2018-05-05]. Dostupné z: <http://www.vigantice.cz/>

Vznik a vývoj Valašského muzea v Rožnově pod Radhoštěm, ©2010. *Valašské muzeum v přírodě v Rožnově pod Radhoštěm: Národní kulturní památka* [online]. [cit. 2018-05-05]. Dostupné z: <https://www.vmp.cz/cs/navstevnici-prohlidka-muzea/o-muzeu/vznik-a-vyvoj/vznik-a-vyvoj.html>

Zpravodaj: Mikroregion Rožnovsko [online], 2016. Rožnov pod Radhoštěm, 1(1) [cit. 2018-03-31]. Dostupné z:

http://www.roznov.cz/assets/File.ashx?id_org=14293&id_dokumenty=14699

Zuberská výšivka, ©2017-2018. *Město Zubří: Oficiální web* [online]. [cit. 2018-05-05]. Dostupné z: <http://www.mesto-zubri.cz/zuberska-vysivka/d-5658/p1=10289>

Zubří, ©2000-2018. *Východní Morava* [online]. [cit. 2018-05-05]. Dostupné z: <http://www.vychodni-morava.cz/lokalita/382>

Železniční tratě Zlínského kraje se představují: trať 281, ©2016. *České dráhy: Národní dopravce* [online]. [cit. 2018-05-05]. Dostupné z: <https://www.cd.cz/zlinsky-kraj/aktuality/-29430/>

Živé muzeum, ©2010. *Valašské muzeum v přírodě v Rožnově pod Radhoštěm: Národní kulturní památka* [online]. [cit. 2018-05-05]. Dostupné z: <https://www.vmp.cz/cs/navstevnici-prohlidka-muzea/o-muzeu/zive-muzeum/>

750 let Rožnova, © 2014-2018. *Rožnov pod Radhoštěm: Oficiální webové stránky města* [online]. [cit. 2018-05-04]. Dostupné z: <http://www.roznov.cz/750let.asp>

SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK

UNWTO	United Nations World Tourism Organization
aj.	A jiné
s.	Strana
apod.	A podobně
např.	Například
atd.	A tak dále
resp.	Respektive
tj.	To je
tzn.	To znamená
cit.	citace
SWOT	Analýza silných a slabých stránek, příležitostí a hrozeb
č.	Číslo
km	Kilometr
m n. m.	Metr nad mořem
b.r.	Bez roku
m	metr
R. p. R	Rožnov pod Radhoštěm
Sv.	Svatý/svatá
HUZ	Hromadné ubytovací zařízení
Kč	Korun českých
ČSÚ	Český statistický úřad
ČSAD a.s.	Československá státní automobilová doprava akciová společnost
VMP	Valašské muzeum v přírodě
Et al.	A kolektiv

SEZNAM OBRÁZKŮ

Obrázek 1 Vybrané formy a druhy cestovního ruchu (Zelenka a Pásková, 2012, s. 16).....	15
Obrázek 2 Schéma SWOT analýzy (vlastní zpracování podle Křížek a Neufus, 2014, s. 98).....	33
Obrázek 3 Struktura dotazníku (Mulačová a Mulač, 2013, s. 277, upraveno dle Kozel et al., 2006).....	36
Obrázek 4 Mikroregiony Zlínského kraje (Mikroregiony Zlínského kraje – 2005).....	38
Obrázek 5 Znak: zleva obce Dolní Bečva, Horní Bečva, Hutisko-Solanec, Prostřední Bečva, město Rožnov pod Radhoštěm, obce Valašská Bystřice, Vidče, Vigantice, město Zubří	41
Obrázek 6 Sdružení Mikroregion Rožnovsko (Mikroregiony Zlínského kraje - 2005)	42
Obrázek 7 Žijete v mikroregionu Rožnovsko? (vlastní zpracování)	61
Obrázek 8 Z jakého města/obce jste? (vlastní zpracování).....	62
Obrázek 9 Míra souhlasu s danými tvrzeními – tmavě modrá – naprosto souhlasím, světle modrá – souhlasím, oranžová – nesouhlasím, světle oranžová – naprosto nesouhlasím (vlastní zpracování)	63
Obrázek 10 Z jakého kraje pocházíte? (vlastní zpracování).....	64
Obrázek 11 Navštívil/a jste někdy mikroregion Rožnovsko? (vlastní zpracování).....	65
Obrázek 12 Kolikrát jste mikroregion Rožnovsko navštívil/a? (vlastní zpracování).....	65
Obrázek 13 Období navštívení mikroregionu Rožnovsko (vlastní zpracování).....	66
Obrázek 14 Účel návštěvy (vlastní zpracování)	67
Obrázek 15 Navštívené památky (vlastní zpracování)	67
Obrázek 16 Míra ohodnocení daných položek (1 – tmavě modrá, 2 – světle modrá, 3 – hnědá, 4 – oranžová, 5 – světle oranžová (vlastní zpracování).....	68
Obrázek 17 Opětovaná návštěva (vlastní zpracování).....	69
Obrázek 18 Doporučení mikroregionu Rožnovsko (vlastní zpracování)	69
Obrázek 19 Pohlaví respondentů (vlastní zpracování)	70
Obrázek 20 Věk respondentů (vlastní zpracování).....	71
Obrázek 21 Vzdělání respondentů (vlastní zpracování).....	71
Obrázek 22 Měsíční příjem respondentů (vlastní zpracování)	72

SEZNAM TABULEK

Tabulka 1 Ukázka hromadných ubytovacích zařízení mikroregionu Rožnovsko (vlastní zpracování)	56
Tabulka 2 Silniční síť mikroregionu Rožnovsko (vlastní zpracování podle Přehled silnic v okrese Vsetín, 2011)	57
Tabulka 3 SWOT analýza mikroregionu Rožnovsko (vlastní zpracování)	59
Tabulka 4 Skladba otázek pro jednotlivé skupiny respondentů (vlastní zpracování).....	60
Tabulka 5 Náklady obce spolupracující se soukromníkem v zimním období (vlastní zpracování)	73
Tabulka 6 Náklady na úklidovou akci (vlastní zpracování)	75

SEZNAM PŘÍLOH

Příloha P I: Ubytovací zařízení

Příloha P II: Dotazník

PŘÍLOHA P I: UBYTOVACÍ ZAŘÍZENÍ

Název	Kategorie	Počet pokojů
Rožnov pod Radhoštěm		
Energetic Wellness Resort	Hotel ****	51 až 100
Hotel AGH	Hotel ****	11 až 50
Hotel Eroplán	Hotel ****	11 až 50
Hotel Horal	Hotel ****	11 až 50
Hotel Relax	Hotel ***	51 až 100
Hotel Stadion	Hotel **	11 až 50
Hotel Bečva	Hotel ***	51 až 100
Dvůr na Hradisku	Penzion	10 a méně
Hotel a penzion El Greco	Penzion	11 až 50
Hotel Koruna	Penzion	10 a méně
Penzion Janošník	Penzion	11 až 50
Penzion Na Výsluní	Penzion	11 až 50
Penzion pod Radhoštěm	Penzion	10 a méně
Penzion Vinium	Penzion	11 až 50
Ubytování u Cvečků	Penzion	10 a méně
Camping Rožnov	Kemp	51 až 100
Kemp Sport	Kemp	11 až 50
Bungalovy Eroplán	Chatová osada	10 a méně
Apartmány Vila Hedvika	Ostatní zařízení jinde nespecifikovaná	10 a méně
Domov mládeže	Ostatní zařízení jinde nespecifikovaná	11 až 50
Domov mládeže při střední zemědělské škole	Ostatní zařízení jinde nespecifikovaná	11 až 50

Název	Kategorie	Počet pokojů
Školící středisko	Ostatní zařízení jinde nespecifikovaná	11 až 50
Horní Bečva		
Endemit Boutique Hotel & Spa	Hotel ****	11 až 50
Hotel Bečva	Hotel ***	11 až 50
Hotel Mesit	Hotel ***	11 až 50
Horský hotel Martiňák	Hotel **	11 až 50
Hotel Duo	Hotel **	51 až 100
Hotel Cherry	Hotel **	11 až 50
Hotel Kahan	Hotel **	11 až 50
Chata Barborka	Penzion	11 až 50
Penzion Chata na Lůkách	Penzion	10 a méně
Penzion Pod Přehradou	Penzion	11 až 50
Penzion Staré časy	Penzion	10 a méně
Penzion U Přehrady	Penzion	11 až 50
Penzion U Sachovy studánky	Penzion	11 až 50
Ubytovací služby	Turistická ubytovna	11 až 50
Bečva Villa Resort	Ostatní zařízení jinde nespecifikovaná	11 až 50
Domek Hrázného	Ostatní zařízení jinde nespecifikovaná	10 a méně
Horské středisko VŠB TU Ostrava	Ostatní zařízení jinde nespecifikovaná	11 až 50
Hotel Pekárny Rališka	Ostatní zařízení jinde nespecifikovaná	11 až 50
Chalupa U Hanáků	Ostatní zařízení jinde nespecifikovaná	10 a méně
Rekreační chata Bečvice	Ostatní zařízení jinde nespecifikovaná	10 a méně

Název	Kategorie	Počet pokojů
Rekreační středisko	Ostatní zařízení jinde nespecifikovaná	10 a méně
Rekreační středisko	Ostatní zařízení jinde nespecifikovaná	10 a méně
Rekreační středisko AŽD	Ostatní zařízení jinde nespecifikovaná	10 a méně
Rekreační středisko Bečvice	Ostatní zařízení jinde nespecifikovaná	11 až 50
Retaso	Ostatní zařízení jinde nespecifikovaná	51 až 100
Prostřední Bečva		
Sport Art Centrum	Hotel ****	11 až 50
Hotel Tanečnica	Hotel ***	11 až 50
Relax Kyčera	Hotel ***	11 až 50
Libušín Hotel Maměnka	Hotel ***	11 až 50
Autocampink Kněhyně	Kemp	11 až 50
Rekreační středisko Kněhyně	Kemp	11 až 50
Chata Šumná Pustevny	Turistická ubytovna	11 až 50
Rekreační středisko Toska	Ostatní zařízení jinde nespecifikovaná	11 až 50
Škola v přírodě	Ostatní zařízení jinde nespecifikovaná	11 až 50
ZO OS Kovo E-Technik	Ostatní zařízení jinde nespecifikovaná	10 a méně
Dolní Bečva		
Horský Hotel Radegast	Hotel **	11 až 50
Koliba pod Horů	Penzion	10 a méně
Penzion U Blinků	Penzion	10 a méně
Penzion Amos	Penzion	10 a méně
Penzion Beskyd	Penzion	10 a méně
Penzion Rozpité	Penzion	11 až 50

Název	Kategorie	Počet pokojů
Kemp Pod Lipami	Kemp	10 a méně
Horská Chata Mír	Turistická ubytovna	10 a méně
Rekreační středisko Autopal	Ostatní zařízení jinde nespecifikovaná	11 až 50
Ubytovna Sportstadion	Ostatní zařízení jinde nespecifikovaná	10 a méně
Hutisko - Solanec		
Horský hotel Čarták	Hotel *	11 až 50
Turist Hotel Euro + Kara- van kemp	Hotel *	11 až 50
Penzion Eva	Penzion	11 až 50
RS Zákopčí	Turistická ubytovna	11 až 50
Horský hotel Myacentrum	Ostatní zařízení jinde nespecifikovaná	11 až 50
Chata Morávia na Soláni	Ostatní zařízení jinde nespecifikovaná	11 až 50
Rekreační středisko DDM Kyjov	Ostatní zařízení jinde nespecifikovaná	10 a méně
Valašská Bystřice		
Penzion Na Bařinách	Penzion	10 a méně
Penzion Na Hřišti	Penzion	10 a méně
Penzion Valaška	Penzion	10 a méně
Chata Bůřov	Turistická ubytovna	10 a méně
Vigantice		
Penzion u Boženky	Penzion	10 a méně

(Hromadná ubytovací zařízení České republiky, ©2018)

PŘÍLOHA P II: DOTAZNÍK

Dobrý den,

jsem studentka 3. ročníku bakalářského studia Fakulty managementu a ekonomiky na Univerzitě Tomáše Bati ve Zlíně. Touto formou bych Vás chtěla požádat o vyplnění krátkého dotazníku k mé bakalářské práci na téma Analýza cestovního ruchu mikroregionu Rožnovsko. Dotazník je zcela anonymní a zabere Vám pouze krátký čas.

Předem děkuji za vyplnění.

Pozn. mikroregion Rožnovsko zahrnuje tyto města/obce: Rožnov pod Radhoštěm, Horní Bečva, Prostřední Bečva, Dolní Bečva, Hutisko-Solanec, Valašská Bystřice, Vidče, Vigantice, Zubří.

- Žijete v mikroregionu Rožnovsko?
 - Ano
 - Ne
- Uveďte, prosím, z jakého města/obce jste
 - Dolní Bečva
 - Horní Bečva
 - Hutisko – Solanec
 - Prostřední Bečva
 - Rožnov pod Radhoštěm
 - Valašská Bystřice
 - Vidče
 - Vigantice
 - Zubří
- Uveďte míru souhlasu u následujících tvrzení (naprosto souhlasím, spíše souhlasím, spíše nesouhlasím, naprosto nesouhlasím).
 - Vlaková a autobusová spojení plně vyhovují mým potřebám.
 - Mikroregion Rožnovsko poskytuje kvalitní kulturně-vzdělávací aktivity.
 - Mikroregion Rožnovsko poskytuje pestroutu paletu gastronomických zařízení.

- Mikroregion Rožnovsko nabízí širokou škálu ubytovacích zařízení.
 - Jsem spokojen/a s nabídkou kulturních a společenských akcí.
 - Považuji za přínosné rozvoj cyklotras.
 - Co byste doporučil/a pro zkvalitnění cestovního ruchu v mikroregionu Rožnovsko?
-

- Z jakého kraje pocházíte?
 - Hlavní město Praha
 - Středočeský kraj
 - Jihočeský kraj
 - Plzeňský kraj
 - Karlovarský kraj
 - Ústecký kraj
 - Liberecký kraj
 - Královehradecký kraj
 - Pardubický kraj
 - Kraj Vysočina
 - Jihomoravský kraj
 - Olomoucký kraj
 - Zlínský kraj
 - Moravskoslezský kraj
 - Jiný
- Navštívil/a jste někdy mikroregion Rožnovsko?
 - Ano
 - Ne
- Kolikrát jste mikroregion Rožnovsko navštívil/a?
 - Jednou
 - 2x – 5x
 - 6x – 10x
 - Více než 10x
- V jakém období jste mikroregion Rožnovsko navštívil/a?
 - Letní období
 - Zimní období

- Za jakým účelem jste mikroregion Rožnovsko navštívil/a?
 - Výlet
 - Dovolena
 - Lyžování
 - Pěší turistika
 - Cyklistika
 - Kulturní akce
 - Návštěva příbuzných
 - Zaměstnání
 - Jiné (prosím, vypište)
- Jaké památky jste navštívil/a?
 - Muzea
 - Lidová architektura a skanzeny
 - Architektura
 - Církevní
 - Přírodní
 - Zříceniny
 - Jiné (prosím, vypište)
- Ohodnoťte dané položky v mikroregionu Rožnovsko číslicemi 1-5. (1 – velmi dobré, 2 – spíše dobré, 3 – spíše špatné, 4 – velmi špatné, 5 – neumím posoudit).

	1	2	3	4	5
Doprava					
Kultura					
Ubytování					
Stravování					
Atraktivnost mikroregionu					
Množství turistických tras/cyklostezek/sjezdovek					
Místa pro regeneraci, relaxaci a odpočinek					
Cenová úroveň					
Obchodní síť					
Zdravotnické zařízení					

- Plánujete se zde vrátit?
 - Určitě ano
 - Spíše ano
 - Možná

- Spíše ne
 - Určitě ne
- Doporučili byste návštěvu mikroregionu Rožnovsko svým známým?
 - Ano
 - Ne
- Jaké je Vaše pohlaví
 - Muž
 - Žena
- Jaký je Váš věk?
 - Méně než 18
 - 18 – 24
 - 25 – 34
 - 35 – 49
 - 50 – 65
 - 66 a více
- Jaké je Vaše nejvyšší dosažené vzdělání?
 - Základní
 - Výuční list
 - Středoškolské s maturitou
 - Vysokoškolské
- Jaký je Váš měsíční příjem na osobu?
 - 0 – 10 000 Kč
 - 10 001 – 20 000 Kč
 - 20 001 – 30 000 Kč
 - 30 001 a více