

# **Projekt na zvýšení turistické atraktivnosti města Holíč**

Bc. Tomáš Duda

---

Diplomová práce  
2008



Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně  
Fakulta managementu a ekonomiky

---

Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně

Fakulta managementu a ekonomiky

Ústav managementu

akademický rok: 2007/2008

## ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Bc. Tomáš DUDA**  
Studijní program: **N 6208 Ekonomika a management**  
Studijní obor: **Management a marketing**

Téma práce: **Projekt na zvýšení turistické atraktivnosti města Holíč**

Zásady pro vypracování:

Úvod

### I. Teoretická část

- Na základě dostupné literatury zpracujte teoretická východiska využitelné v diplomovém projektu.

### II. Praktická část

- Popište a analyzujte současný stav a předpoklady města Holíč pro rozvoj cestovního ruchu.
- Vypracujte SWOT analýzu pro oblast cestovního ruchu, rekreace a kultury ve jmenované oblasti.
- Navrhněte projekt rozvoje města Holíč z pohledu cestovního ruchu.

Závěr

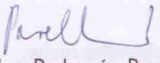
Rozsah práce: **70 stran**  
Rozsah příloh:  
Forma zpracování diplomové práce: **tištěná/elektronická**

Seznam odborné literatury:

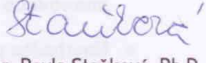
FORET, M., FORETOVÁ, V. Jak rozvíjet místní cestovní ruch. Praha: Grada Publishing, 2001. 180 s. ISBN 80-247-0207-X.  
JANEČKOVÁ, L., VAŠTIKOVÁ, M. Marketing měst a obcí. Praha: Grada Publishing, 1999. 186 s. ISBN 80-7169-750-8.  
KIRÁLOVÁ, A. Marketing destinace cestovního ruchu. Praha: Ekopress, 2003. 173 s. ISBN 80-86119-56-4.  
VYSTOUPIL, J., ŠAUER, M. Základy cestovního ruchu. Brno: Masarykova univerzita, 2006. 163 s. ISBN 80-210-4205-2.  
ZELENKA, J., CHYLÍKOVÁ, I., NUNVÁŘ, L. Informační a komunikační technologie v cestovním ruchu. Hradec Králové: Gaudeamus, 2002. 254 s. ISBN 80-7041-473-1.

Vedoucí diplomové práce: **JUDr. Libor Šnědar, Ph.D.**  
Ústav managementu  
Datum zadání diplomové práce: **14. března 2008**  
Termín odevzdání diplomové práce: **5. května 2008**

Ve Zlíně dne 14. března 2008

  
doc. Dr. Ing. Drahomíra Pavelková  
děkan



  
Ing. Pavla Staňková, Ph.D.  
pověřený ředitel ústavu

## **ABSTRAKT**

Diplomová práce si klade za cíl vypracování projektu na vybudování naučné stezky jako jedné z možností podpory rozvoje cestovního ruchu ve městě Holíč a blízkém okolí na základě teoretických poznatků a konkrétní analýzy současného stavu. Teoretická část práce je zaměřena na objasnění základních pojmů v oblasti cestovního ruchu, formulování marketingových nástrojů na podporu cestovního ruchu a provázanost cestovního ruchu s regionálním rozvojem. V analytické části se zkoumají charakteristiky města Holíč determinující potenciál k rozvoji cestovního ruchu, které jsou následně využity pro vypracování SWOT analýzy. Na základě analýzy byl vypracován konkrétní projekt vybudování naučné stezky zahrnující nákladovou a rizikovou analýzu.

Klíčová slova:

cestovní ruch, návštěvník, regionální politika, rozvoj, strukturální fondy, SWOT analýza, naučná stezka, projekt.

## **ABSTRACT**

The master thesis proposes as an aim, the preparation of a project for constructing of a nature trail, as one of the possibilities of the development of tourism in the city Holíč and near environs, based on theoretical knowledges and the concrete analysis of the current state. Theoretical part of the thesis is focused on clarification of the basic concepts in the field of tourism, formulation of marketing tools for support of the tourism, and its cohesion with the regional development. In the analytical part there are scrutinized the characteristics of the city Holíč, determining potential of the development of the tourism, and are consequently used for the SWOT analysis. There was prepared the concrete project based on analysis, for the construction of the nature trail, including cost and risk analysis.

Keywords:

Tourism, visitor, regional policy, development, structural funds, SWOT analysis, nature trail, project.

Na tomto místě bych rád poděkoval panu JUDr. Liboru Šnédarovi, Ph.D. za odborné vedení, za jeho rady a připomínky a čas, který mi věnoval.

Dále bych chtěl poděkovat panu Ing. Vratislavu Schaalovi a panu Ing. Juraji Kobovi z Klubu slovenských turistů a zaměstnancům z městských úřadů v Holíči a ve Skalici za poskytnutí potřebných informací a slečně Andree Novákové.

# OBSAH

<b>ÚVOD</b> .....	<b>9</b>
<b>I TEORETICKÁ ČÁST</b> .....	<b>11</b>
<b>1 CESTOVNÍ RUCH</b> .....	<b>12</b>
1.1 SYSTÉMY CESTOVNÍHO RUCHU .....	12
1.2 FAKTORY ROZVOJE A ROZMÍSTĚNÍ CESTOVNÍHO RUCHU .....	13
1.2.1 Selektivní (stimulační) faktory .....	13
1.2.2 Lokalizační podmínky .....	13
1.2.3 Realizační podmínky .....	14
1.3 TYPOLOGIE CESTOVNÍHO RUCHU .....	14
1.3.1 Druhy cestovního ruchu .....	14
1.3.2 Formy cestovního ruchu .....	15
1.4 SLUŽBY CESTOVNÍHO RUCHU .....	17
1.5 SPECIFIKA CESTOVNÍHO RUCHU .....	17
1.5.1 Specifika služeb cestovního ruchu .....	17
1.6 INFORMACE V CESTOVNÍM RUCHU .....	18
<b>2 MARKETING A MANAGEMENT V CESTOVNÍM RUCHU</b> .....	<b>20</b>
2.1 VYMEZENÍ MARKETINGU DESTINACE .....	20
2.2 MARKETINGOVÉ NÁSTROJE A VÝCHODISKA .....	21
2.2.1 Marketingový informační systém .....	21
2.2.2 Marketingový výzkum .....	21
2.2.3 SWOT analýza .....	22
2.2.4 Formulování marketingové strategie .....	24
2.2.5 Marketingový mix .....	24
2.3 MARKETINGOVÝ PŘÍSTUP VE VEŘEJNÉ SPRÁVĚ .....	28
2.3.1 Marketing územní samosprávy v cestovním ruchu .....	29
2.4 BUDOUCNOST MARKETINGU CESTOVNÍHO RUCHU .....	29
2.5 MANAGEMENT DESTINACE .....	30
2.5.1 Model budování destinačního managementu .....	31
2.5.2 Specifika managementu turistické destinace .....	32
2.6 NEJČASTĚJŠÍ PROBLÉMY MARKETINGOVÉHO MANAGEMENTU DESTINACÍ .....	33
<b>3 REGIONÁLNÍ ROZVOJ A POLITIKA, NÁVAZNOST NA STRUKTURÁLNÍ FONDY EU</b> .....	<b>34</b>
3.1 VYMEZENÍ ZÁKLADNÍCH POJMŮ .....	34
3.2 TEORETICKÁ VÝCHODISKA PRO REGIONÁLNÍ ROZVOJ .....	35
3.3 STRUKTURÁLNÍ POLITIKA EU .....	36
3.3.1 Strukturální fondy .....	36
3.3.2 Cíle regionální politiky EU .....	37
3.3.3 Politika cestovního ruchu jako strukturální politika .....	37

3.4	DEFINOVÁNÍ REGIONŮ SLOVENSKÉ REPUBLIKY .....	38
3.4.1	Čerpání finančních prostředků na rozvoj cestovního ruchu v SR.....	39
<b>4</b>	<b>SHRNUTÍ TEORETICKÉ ČÁSTI.....</b>	<b>42</b>
<b>II</b>	<b>PRAKTICKÁ ČÁST.....</b>	<b>43</b>
<b>5</b>	<b>ANALÝZA SOUČASNÉHO STAVU.....</b>	<b>44</b>
5.1	ZÁKLADNÍ CHARAKTERISTIKY MĚSTA HOLÍČ.....	44
5.2	HISTORIE MĚSTA.....	45
5.3	SOCIÁLNĚEKONOMICKÝ CHARAKTER MĚSTA .....	47
5.3.1	Struktura obyvatelstva.....	47
5.3.2	Zaměstnanost.....	50
5.4	LOKALIZAČNÍ FAKTORY.....	50
5.4.1	Přírodní podmínky.....	51
5.4.2	Přírodní atraktivity .....	52
5.4.3	Společenské podmínky a atraktivity.....	54
5.5	REALIZAČNÍ FAKTORY .....	59
5.5.1	Doprava a dopravní dostupnost oblasti .....	59
5.5.2	Turistická infrastruktura.....	61
<b>6</b>	<b>SWOT ANALÝZA .....</b>	<b>64</b>
6.1	SILNÉ STRÁNKY (STRENGTHS).....	64
6.2	SLABÉ STRÁNKY (WEAKNESSES).....	65
6.3	PŘÍLEŽITOSTI (OPPORTUNITIES).....	66
6.4	HROZBY (THREATS) .....	68
6.5	ZÁVĚRY Z ANALYTICKÉ ČÁSTI.....	68
<b>7</b>	<b>NÁVRH PROJEKTU NA VYBUDOVÁNÍ NAUČNÉ STEZKY.....</b>	<b>71</b>
7.1	NÁVAZNOST PROJEKTU NA STRATEGICKÉ CÍLE V DOKUMENTECH MĚSTA HOLÍČ.....	71
7.2	SOUPIS VYBRANÝCH PROJEKTŮ NA PODPORU ROZVOJE CESTOVNÍHO RUCHU.....	74
7.2.1	Revitalizace NKP Zámek Holíč .....	74
7.2.2	Obnova budov Holíčské manufaktury.....	75
7.2.3	Revitalizace kulturní památky Vodní mlýn včetně okolních veřejných prostranstev .....	75
7.2.4	Vybudování kulturně-naučných a turistických stezek ve městě a jejich propojení na region.....	76
7.2.5	Rekonstrukce koupaliště, budov a veřejných prostranstev rekreačně- sportovního areálu Stadion.....	76
7.2.6	Revitalizace areálu Větrný mlýn .....	76
7.3	PROJEKT NAUČNÁ STEZKA LUŽNÍ LES A RAMENA MORAVY.....	77
7.3.1	Současný stav turistických stezek v Holíči a okolí .....	77
7.3.2	Všeobecné cíle a odůvodnění projektu.....	78
7.3.3	Základní údaje o naučné stezce .....	78
7.3.4	Místo realizace .....	81

7.3.5	Cílové skupiny.....	82
7.3.6	Jednotlivé činnosti a časový harmonogram projektu .....	83
7.3.7	Doporučené částky nákladů v rozpočtu projektu .....	89
7.3.8	Financování projektu.....	93
7.3.9	Riziková analýza .....	93
<b>ZÁVĚR .....</b>		<b>96</b>
<b>SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY .....</b>		<b>98</b>
<b>SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK .....</b>		<b>102</b>
<b>SEZNAM OBRÁZKŮ .....</b>		<b>103</b>
<b>SEZNAM TABULEK A GRAFŮ .....</b>		<b>104</b>
<b>SEZNAM PŘÍLOH.....</b>		<b>105</b>



## ÚVOD

Prostor je jedním z primárních faktorů vymezujících realizaci všech funkcí společnosti, neboť celá společnost se nachází v určité prostorové spojitosti. Prostor je bezpochyby klíčovým faktorem i pro cestovní ruch. Každý návštěvník totiž musí překonat určitou vzdálenost v prostoru, aby docílil požadovaného místa, které chce navštívit.

Význam cestovního ruchu si dnes uvědomují již téměř všichni zainteresovaní i laická veřejnost. Oblast cestovního ruchu bezesporu patří k nejdynamičtěji se rozvíjejícím odvětvím ekonomiky a s největší pravděpodobností význam cestovního ruchu nadále poroste. Jedná se o komplexní hospodářsko-ekonomické odvětví, které má zásadní vliv na socioekonomický rozvoj regionů.

Město Holíč a jeho blízké okolí má dobré předpoklady pro další rozvoj cestovního ruchu. Jeho nespornou výhodou je vyváženost nabídky přírodních a kulturních zajímavostí. Zásadním problémem je, že tyto atraktivita jsou využívány pouze částečně, některé dokonce nejsou využívány vůbec. Pro další rozvoj cestovního ruchu se naskytuje příležitost využít současného trendu využívání volného času ku prospěchu zdraví jedince, jeho zaměření se na problematiku životního prostředí a k obohacování kulturního a společenského života.

Cílem mé diplomové práce je rozbor současného stavu ve městě Holíč s důrazem na oblast cestovního ruchu, neboť takový dokument doposud nebyl zpracován a na základě získaných poznatků zpracovat projekt. Domnívám se, že dokument tohoto typu může přispět k náležitějšímu využívání přírodních a kulturních zajímavostí a poukázat na oblasti, které byly dosud opomenuty. Věřím, že také přispěje k uvědomění si skutečnosti, že cestovní ruch není izolovaným odvětvím, ale pozitivně zasahuje i do dalších sektorů národního hospodářství. Vytváří podnikatelské a potažmo i pracovní příležitosti, zvyšuje životní úroveň a kvalitu života místních obyvatel, přináší potřebné zahraniční investice.

V analytické části práce rozebírám celkový profil města se zaměřením na oblast cestovního ruchu pomocí znalostí získaných z teoretické části. Soustředím se na co nejkomplexnější obsažení problematiky cestovního ruchu ve městě Holíč, především na lokalizační a realizační podmínky cestovního ruchu. Úkolem práce ovšem není pouze charakteristika města a popis lokalizačních a realizačních faktorů, ale také posouzení celé situace a na základě SWOT analýzy vypracování projektu.

V navazující projektové části zpracovávám projekt vybudování naučné stezky, který by měl přispět k rozvoji cestovního ruchu ve městě Holíč a blízkém okolí. Zaměřuji se na výběr cílových skupin, pro které by stezka byla určena, sestavuji časový harmonogram realizace jednotlivých činností, projekt podrobuji nákladové a rizikové analýze. Věřím, že tento projekt vyplní mezeru v dosavadní nabídce atraktivit ve městě Holíč.

## **I. TEORETICKÁ ČÁST**

## 1 CESTOVNÍ RUCH

Již pro samotný pojem cestovní ruch existuje velký počet definic, které se jej snaží co nejdůstojněji a nejkomplexněji postihnout. Velmi všeobecná definice považuje cestovní ruch za specifickou formu mechanického pohybu obyvatelstva. Výstižněji by se cestovní ruch dal charakterizovat jako souhrn vztahů a jevů, které vyplývají z cestování a pobytu osob, přičemž místo pobytu není hlavním ani trvalým místem bydlení a zaměstnání. V roce 1991 na konferenci Světové organizace cestovního ruchu (WTO – World Tourism Organization) byl přijat návrh, že cestovním ruchem se rozumí činnost osoby cestující na přechodnou dobu do místa ležícího mimo její běžné prostředí, a to na dobu kratší než je stanovená, přičemž hlavní účel cesty je jiný než výkon výdělečné činnosti v navštíveném místě. [7], [20], [5]

### 1.1 Systémy cestovního ruchu

Systém cestovního ruchu je v důsledku jeho vztahů k vnějšímu prostředí otevřeným systémem. Znamená to, že podléhá vlivu okolí (vnějšího prostředí), což má vliv na jeho strukturu a vývoj. Rozlišujeme nadřazené systémy a podsystémy cestovního ruchu.

K nadřazeným systémům řadíme:

- *ekonomické prostředí* – pozitivní nebo negativní vlivy ekonomického růstu, nezaměstnanosti, stability měny významně zasahují do oblasti cestovního ruchu
- *sociální prostředí* – přerozdělování zdrojů, pracovní podmínky, dělba práce, sociální politika státu, ale i kulturní a vzdělanostní úroveň jednotlivce do značné míry usměrňují vztah k cestovnímu ruchu
- *politické prostředí* – oficiální státní politika, stabilita, otevřenost výrazně podmiňují dynamický rozvoj cestovního ruchu
- *ekologické prostředí* – závislost na kvalitním ekologickém prostředí je větší než ve většině jiných hospodářských aktivit
- *technicko-technologické prostředí* – dopravní infrastruktura a další technická informačně-technologická vybavenost umožňující rozvoj cestovního ruchu

Jako podsystémy cestovního ruchu se uvádějí:

- *subjekt cestovního ruchu* – reprezentuje ho účastník cestovního ruchu – návštěvník
- *objekt cestovního ruchu* – zahrnuje cílové místo – destinaci, podniky a organizace cestovního ruchu (veřejnoprávní a soukromě-právní organizace) [20]

## 1.2 Faktory rozvoje a rozmístění cestovního ruchu

Činitele rozvoje a rozmístění cestovního ruchu se z ekonomického i geografického hlediska dělí na *selektivní (stimulační) faktory*, *lokalizační podmínky* a *realizační podmínky*.

### 1.2.1 Selektivní (stimulační) faktory

Činitele, které stimulují vznik cestovního ruchu ve funkci poptávky se klasifikují jako selektivní faktory. Ačkoliv se tyto faktory projevují geograficky, mají primární postavení především v rozvoji cestovního ruchu. Jedině jejich prostřednictvím se mohou využít předpoklady pro cestovních ruch v konkrétních oblastech. Představují vesměs společenské reality a dělí se na:

- *objektivní faktory* (politická situace, ekonomické předpoklady, demografické skutečnosti, kvalita životního prostředí)
- *subjektivní faktory* (řada psychologických a dalších pohnutek ovlivněných kulturní úrovní obyvatel, reklamou apod.)

### 1.2.2 Lokalizační podmínky

Lokalizační podmínky jsou činitele, které vytvářejí možnosti pro lokalizaci cestovního ruchu ve vztahu nabídky teritoria. Tyto činitele mají sice ve vztahu k jeho rozvoji druhotný význam, avšak rozhodující postavení zauímají při konkrétní lokalizaci jeho realizace, bez ohledu na to, zda jsou přírodního či společenského charakteru. Rozhodují o funkčním využití konkrétní oblasti cestovním ruchem z hlediska *přírodních možností* (přírodní podmínky a atraktivita, klimatické poměry, hydrologické poměry, reliéf a morfologické poměry, rostlinstvo a živočišstvo) a charakteru a kvality *společenských podmínek* či *atraktivit* (kulturně-historické památky, kulturní zařízení, kulturní a jiné akce, sportovní a zábavní zařízení a akce). V zásadě však poskytují jen určité předpoklady; o jejich využití z hlediska cestovního ruchu rozhodují selektivní faktory a realizační podmínky.

### 1.2.3 Realizační podmínky

Realizační podmínky mají dominující postavení pro konečnou fázi uskutečňování různých forem cestovního ruchu. Umožňují dosáhnout (pomocí dopravy) oblastí cestovního ruchu a využít je (prostřednictvím ubytovacích, stravovacích i jiných zařízení). Svou kapacitou tvoří nabídkový strop pro využití možností lokalizačních podmínek a atraktivit. Služby, které poskytují přímo cestovnímu ruchu, tvoří mnohdy jen část z jejich souhrnné kapacity. [7]

## 1.3 Typologie cestovního ruchu

Pro účely bližšího určení cestovního ruchu rozčleňujeme cestovní ruch do druhů a forem. O druzích cestovního ruchu hovoříme tehdy, když za základ posuzování cestovního ruchu vezmeme motivaci jejich účastníků, tj. účel, pro který cestují a pobývají přechodně na cizím místě. O formách cestovního ruchu mluvíme, když jako základ posuzování cestovního ruchu vezmeme různé příčiny, které ho ovlivňují a důsledky, které přináší. [5]

### 1.3.1 Druhy cestovního ruchu

Členění druhů cestovního ruchu je v jednotlivých pramenech poměrně subjektivní, což je pravděpodobně zapříčiněno relativně vysokým počtem kritérií, která se musejí brát v potaz a navíc se prolínají. Dobrá znalost podrobnějšího členění ale napomůže jednotlivým subjektům k detailnějšímu zaměření se na konkrétní cílový segment.

Rozeznáváme následující druhy cestovního ruchu:

- *rekreační* – pasivní i aktivní odpočinek ve vhodném přírodním prostředí s cílem obnovy fyzických a psychických sil, včetně tematického cestovního ruchu zaměřeného na uspokojování specifických odborných a rekreačních potřeb
- *kulturní* – uspokojování duševních potřeb lidí, kteří jsou motivováni možnostmi poznávání kulturního dědictví, kultury a způsobu života rezidentů navštívených cílových míst
- *alternativní* – poznávání života jiných lidí v jejich domácím prostředí
- *náboženský* – spojený s náboženskými tradicemi, lišící se od kulturního cestovního ruchu náboženskými motivy a odmítáním označování jeho účastníků jako turistů

- *lázeňský* – s cílem psychické a fyzické léčby přírodními léčebnými faktory
- *zdravotní* – hlavní součástí jsou různé sportovně-rekreační, wellness, rekondiční, relaxační a další aktivity a programy
- *sportovní* – charakteristický pobytem ve vhodném přírodním prostředí, avšak s aktivním vykonáváním různých sportovních činností
- *dobrodružný* – objevování, touha po neznámém, s cílem zažít nějaké dobrodružství s jistou mírou kontrolovaného rizika
- *klubový* – vědomá integrace cestujícího ve skupině, výrazný animační program
- *kongresový* – organizování kongresů, konferencí, symposií, seminářů, výstav a veletrhů
- *stimulační* – snaha o podnícení zájmu o obchodní úspěch podniku a zlepšení ekonomických výsledků u svých zaměstnanců prostřednictvím odměny formou účasti na stimulačním cestovním ruchu
- *incentivní* – exkurze podnikových kolektivů
- *diplomatický* – účast na politických jednáních
- *nákupní* – cesty za nákupy
- *myslivecký a rybářský* – účastníci jsou motivováni možnostmi lovu zvěře, ptáků a ryb [20], [5], [2]

### 1.3.2 Formy cestovního ruchu

Formy cestovního ruchu můžeme členit podle většího počtu kritérií:

- a) podle geografické lokace
  - *domácí* – cestování a pobyt domácího obyvatelstva ve vlastní zemi
  - *zahraniční* – cestování a pobyt rezidentů v zahraničí, který se dále člení na aktivní (příchod zahraničních návštěvníků do cílové země) a pasivní (výjezdový cestovní ruch)
  - *mezinárodní* – aktivní a pasivní cestovní ruch několika států nebo regionů
  - *vnitřní* – obsahuje domácí cestovní ruch a aktivní zahraniční cestovní ruch

- *národní* – domácí cestovní ruch a pasivní zahraniční cestovní ruch
  - *regionální* – dvojí hledisko zahrnující na jedné straně cestovní ruch regionů v rámci státu, na druhé straně cestovní ruch velkých regionálních celků (např. kontinenty)
- b) podle počtu účastníků (*individuální a skupinový*)
- c) podle způsobu organizování
- *individuálně* – až 80 % účastníků si organizuje cestování individuálně
  - *organizovaně* – prostřednictvím cestovních kanceláří
- d) podle věku účastníků
- *cestovní ruch dětí* – děti ve věku do 15 let
  - *mládežnický* – věk 15 – 25 let
  - *rodinný* – lidé ve věku 25 – 44 let s dětmi
  - *seniorský* – lidé v poproduktivním věku
- e) podle délky účasti
- *výletní* – kratší než jeden den
  - *krátkodobý* – 2 až 3 přenocování
  - *dlouhodobý* – více než 3 přenocování
- f) podle převažujícího místa pobytu (*městský, příměstský, venkovský, ekoagroturistika, horský, přímořský*)
- g) podle ročního období (*sezónní, mimosezónní, celoroční*)
- h) podle použitého dopravního prostředku (*motorizovaný, železniční, letecký, lodní*)
- i) podle dynamiky
- *pobytový* – účastníci pobývají více dnů na jednom místě
  - *putovní* – cestování účastníků po určité trase
- j) podle způsobu ubytování (*hotely, apartmány, chaty, kempinky, obytné přívěsy*) [5], [20]



## 1.4 Služby cestovního ruchu

Služby cestovního ruchu představují činnosti nehmotného charakteru, jejichž výsledkem je buď individuální, nebo společensky užitečný efekt. Individuální efekt, který je obvykle součástí cíle účasti na cestovním ruchu, může mít různorodý charakter podle zvolené formy účasti, například rekreační, kulturní, zdravotní apod. Společenský efekt zpravidla podmiňuje nebo umožňuje dosažení individuálního efektu. [14]

Služby tedy představují heterogenní soubor užitečných efektů určených na uspokojování potřeb účastníků cestovního ruchu. Mají průřezový charakter, protože je produkují nejen podniky cestovního ruchu (hotely, penziony, kempy, cestovní agentury, cestovní kanceláře apod.), ale i další subjekty soukromého a veřejného sektoru. [5]

## 1.5 Specifika cestovního ruchu

Cestovní ruch, jako téměř každé odvětví, má svá specifika. Jedním z výrazných specifíků je závislost na geografickém (rekreačním) prostředí, ve kterém se cestovní ruch realizuje, související především s kvalitativní úrovní životního prostředí. Trh je značně ovlivněn přírodními faktory i dalšími nepředvídatelnými vlivy, což má za následek zvýšenou kolísavost mezi nabídkou a poptávkou. Velmi důležitá je politická situace, disponibilní příjmy či fond volného času potenciálních účastníků cestovního ruchu, a rovněž rozvoj a využívání techniky a technologií v cestovním ruchu. Charakteristické pro produkt cestovního ruchu je to, že jej nelze vyrábět na sklad – tzn. jeho pomíjivost.

### 1.5.1 Specifika služeb cestovního ruchu

Služby cestovního ruchu jsou specifické charakteristikami, které se k jejich poskytování a koupi vážou, a to především:

- zvýšenou mírou emocionálních a iracionálních faktorů při koupi
- důrazem na ústní reklamu
- rostoucími nároky na jejich jedinečnost
- důležitostí image při koupi
- důležitostí zprostředkovatelů prodeje vyplývající z časového nesouladu mezi koupí a spotřebou služby

- zvýšenou potřebou kvalitních podpůrných materiálů
- prudkým nárůstem využívání informačních technologií při porovnávání konkurenčních nabídek a následném rozhodování o koupi, což motivuje poskytovatele k stále novým aktivitám podpory prodeje
- zvláštním důrazem na komunikační dovednosti poskytovatelů služeb [10]

Produkce a spotřeba služeb musí být sladěna nejen z hlediska času, ale v cestovním ruchu i z hlediska prostoru. Časová a místní vázanost služby na primární nabídku cestovního ruchu souvisí s lokalizací podstatných prvků nabídky na určité cílové místo cestovního ruchu, což předpokládá příchod účastníka cestovního ruchu na místo spotřeby služeb. Významným znakem služeb cestovního ruchu je komplexnost a komplementarita, z čehož vyplývá, že jedna špatná služba v celém balíku služeb může mít negativní vliv na hodnocení celého produktu. V cestovním ruchu se praktikuje tzv. akontace, tj. platba za službu předem. Ve spotřebě služeb cestovního ruchu existuje také určitá zastupitelnost, tj. vzájemné nahrazení jedné služby jinou službou (například změna druhu dopravního prostředku). [5]

## 1.6 Informace v cestovním ruchu

Informace je základní stavební jednotkou každého informačního systému a sebelepší informační systém může správně sloužit svému uživateli pouze v případě, že je naplněn těmi správnými daty. Současný cestovní ruch je stále více závislý na informacích. Požadavky klientů rostou a zároveň se i rozšiřují možnosti informační podpory a potřebné informace se tak stávají stále dostupnějšími. V souvislosti s tím roste zájem o individuální cestovní ruch, který nabízí větší volnost a zohlednění individuálních potřeb návštěvníků a je také v mnohem větší míře závislý na přesných, kvalitních, včasných, aktuálních a relevantních informacích.

Nejdříve je vždy potřeba správně informace analyzovat – a to jak na straně poskytovatele informací, tak i jejich příjemce. Subjekt nabízející služby v cestovním ruchu musí jednak najít vhodný zdroj informací, zvolit vhodnou formu (druh) informací vzhledem k jejich charakteru, koncovému způsobu podání, osobě příjemce informace i předpokládané situaci, ve které by měla být informace poskytnuta. V neposlední řadě je třeba vyřešit otázku nezbytné aktualizace.

Cestovní ruch se stává nejvýznamnějším odvětvím národního hospodářství řady zemí světa. Tento trend bude trvat i v souvislosti se zkracováním pracovní doby, pokračujícím růstem životní úrovně a tím i rostoucí možností cestovat. Technika cestovního ruchu bude v rostoucí míře založena na využití informačních a komunikačních technologií. Hlavním přístupovým kanálem k nejrůznějším typům informací v cestovním ruchu je a bude internet, který nabízí nejširší dostupnost, jednoduchou možnost aktualizace informací či on-line služby včetně rezervací. [21]

## 2 MARKETING A MANAGEMENT V CESTOVNÍM RUCHU

### 2.1 Vymezení marketingu destinace

Destinace cestovního ruchu je přirozeným celkem, který má z hlediska podmínek rozvoje cestovního ruchu jedinečné vlastnosti, odlišné od jiných destinací. V užším smyslu to je cílová oblast v daném regionu, pro kterou je typická významná nabídka atraktivit a infrastruktury cestovního ruchu a v širším smyslu země, regiony, lidská sídla a další oblasti, které jsou typické velkou koncentrací atraktivit cestovního ruchu, rozvinutými službami a další infrastrukturou cestovního ruchu, jejichž výsledkem je velká dlouhodobá koncentrace návštěvníků. [10]

Marketing destinace představuje významný nástroj pronikání destinací na mezinárodní i domácí trh turismu na regionální, lokální i národní úrovni. Marketing destinace v sobě propojuje strategickou, taktickou a administrativní rovinu s přihlédnutím k potřebám transformace na nové podmínky trhu cestovního ruchu. [15]

Marketing destinací zpravidla provádí spíše orgány veřejného sektoru, a to zejména proto, aby dosáhly vytyčených cílů (lepší pověst oblasti, noví investoři, lepší vybavení a zařízení v místě, rozvoj infrastruktury apod.). [31]

V mnoha evropských zemích vzrostla spolupráce veřejného a soukromého sektoru v marketingu destinací. Došlo k tomu z řady důvodů, z nichž nejvýznamnější jsou:

- snaha koordinovat marketing destinací
- snaha využít finančních zdrojů soukromého sektoru jako doplnku omezených zdrojů marketingových organizací veřejného sektoru
- snaha využít odborných znalostí marketingu soukromého sektoru v oblasti marketingu veřejného sektoru

Cíle marketingu destinací bývají komplikovanější, než u ostatních typů marketingu, v souvislosti s faktem, že je provádějí spíše orgány veřejného sektoru než soukromé společnosti. Samotné orgány veřejné správy však mají oprávněný zájem o cestovní ruch, protože z něj mohou získat řadu příjmů. Marketing destinace existuje ve více geografických úrovních, které jsou ve vzájemných vztazích a zahrnuje vztahy mezi nesčetným množstvím organizací veřejného sektoru a podniků soukromého sektoru. [6]

## 2.2 Marketingové nástroje a východiska

Mezi důležité marketingové nástroje, které se využívají v oblasti cestovního ruchu patří marketingový informační systém (MIS), marketingový výzkum, SWOT analýza, marketingová strategie a marketingový mix.

### 2.2.1 Marketingový informační systém

Marketingový informační systém je systém, který dokáže plánovaně shromažďovat marketingové informace, uchovávat je, analyzovat a předávat manažerům v souladu s jejich potřebami. [8]

Získané informace lze rozdělit do dvou skupin, a to na *informace na úrovni destinace* a na *informace z jednotlivých zařízení cestovního ruchu*. V zájmu efektivního získávání, třídění, uchovávání a zpracování informací musí daná organizace (např. obec) budovat svůj vlastní marketingový informační systém. [10]

### 2.2.2 Marketingový výzkum

Jedním ze zdrojů informací pro MIS je marketingový výzkum. Marketingový výzkum plní pro marketingové pracovníky funkci zprostředkovatele informací o spotřebitelích, zákaznících a veřejnosti. Jedná se o informace, které se využívají na určení a definování příležitostí a ohrožení na trhu, na vytvoření, zdokonalení a hodnocení marketingových aktivit, na monitorování marketingového výkonu a na dokonalejší poznání marketingového procesu. [10]

Existují dva typy marketingového výzkumu:

- *kvantitativní* (počty návštěvníků, kdy přijeli, odkud přijeli, co dělají v destinaci, kolik utratí atd.)
- *kvalitativní* (proč přijeli do destinace a jejich názory na různé stránky destinace) [6]

Marketingový výzkum sestává z těchto etap:

- zjištění problému a vstupní kontakt se zpracovateli
- vysvětlení problému a stanovení cílů výzkumu
- návrh metodiky výzkumu

- sběr údajů
- analýza údajů a jejich interpretace
- prezentace výzkumné zprávy a její využití v MIS [8]

Informace z výzkumu můžeme rozdělit do tří hlavních skupin:

- *co se na trhu děje* – prodejní vlastnosti konkurenčních produktů, úroveň zásob a distribuce, efekty z reklamy
- *chování zákazníků* – kdo kupuje naše produkty a kdo konkurenční, co kupují, proč, jaké mají nákupní a spotřebitelské zvyklosti
- *názory a postoje* – vnímání potřeby, kritéria nákupu, preference různých způsobů uspokojování potřeb, akceptovatelnost či stanovení vlastní ceny, reakce a vnímání propagace [2]

Přes pokroky, kterých bylo dosaženo v marketingovém výzkumu v nedávných letech, zůstává stále v sektorech cestovního ruchu, služeb pro využití volného času a ubytovacích a stravovacích služeb k vyřešení pět základních problémů:

- nedostatek spolehlivých údajů o důvodech chování zákazníků a o způsobu jejich rozhodování o nákupech
- neschopnost a nákladnost zjišťování důvodů neuzívání produktu
- problémy se zjišťováním trendů
- nedostatek znalostí o chování jednotlivců
- nedostatek peněžních prostředků [6]

### 2.2.3 SWOT analýza

Marketingové prostředí můžeme v zásadě rozdělit do dvou velkých kategorií – *mikroprostředí* a *makroprostředí*. Ve sféře mikroprostředí se provádí analýza a vymezení silných a slabých vnitřních činitelů dané organizace – *Strengths and Weaknesses Analysis* (zkráceně S-W analýza). Součástí SWOT analýzy je však kromě analýzy silných a slabých stránek také analýza příležitostí a hrozeb na makroúrovni – *Opportunities and Threats Analysis* (O-T analýza). [2]

Analýza SWOT je prvním krokem k určení současné pozice destinace na trhu cestovního ruchu. Určení silných a slabých stránek destinace znamená odpovědět na otázku „Z čeho se skládá nabídka destinace na trhu cestovního ruchu?“. Rozeznání příležitostí a ohrožení nabídky destinace na trhu znamená odpovědět na otázku „Co ovlivňuje úspěšnost nabídky destinace na trhu a v jakém směru?“. [10]

### Postup při vypracovávání SWOT analýzy

1. *Vymezení zkoumaného subjektu.* V první řadě je nutné jednoznačně vymežit oblast, které se má analýza a následně vyvození strategie týkat.
2. *Analýza vnitřních faktorů (mikroprostředí) – silných a slabých stránek.* Silné stránky představují výhody destinace oproti konkurenci na trhu cestovního ruchu (např. dobrá dopravní dostupnost, přírodní prostředí, péče o návštěvníky apod.). Slabé stránky naopak představují nevýhody oproti konkurenci na trhu (např. zdevastované přírodní prostředí, cena, terorismus atd.), které je třeba co nejdříve odhalit, snížit jejich vliv na minimum, případně je celkem odstranit.
3. *Analýza externích faktorů (makroprostředí) – příležitostí a hrozeb.* Tato analýza se zaměřuje především na faktory a trendy, které destinaci ovlivňují zvenčí (např. změny v legislativě, vstupy zahraničního kapitálu, rostoucí význam služeb a cestovního ruchu apod.). [8], [10]

SWOT analýzu je nutné chápat dynamicky – mnohé výhody se mohou za určitých podmínek stát nevýhodami nebo hrozbami, mnohé hrozby mohou být naopak příležitostmi, jednotlivé aspekty spolu zpravidla vzájemně souvisí. [21]

Jedním z důležitých hledisek SWOT analýzy je právě možnost vidět spojení mezi různými kategoriemi. Nejlepší organizace jsou ty, které účinným využitím zdrojů dokáží změnit hrozby v příležitosti. Například cestovní kancelář může být ohrožena obavami zákazníků o životní prostředí ve spojitosti s cestovním ruchem. Hrozbu dokáže obrátit v příležitost tak, že využije své silné stránky v politice obchodních značek a vytvoří novou „ekologickou“ značku zájezdů. [6]

Zatímco analýza silných a slabých stránek je spíše určitým porovnáváním ukazatelů zařazení sledovaného objektu do širšího kontextu, analýza příležitostí a hrozeb je analýzou trendů ovlivňujících obec i organizace v ní působící zvenčí, na mikroúrovni. Celková souhrnná analýza vnitřních a vnějších předpokladů – SWOT analýza (nazývaná též analýza

marketingového prostředí) – je základem vypracování každé marketingové strategie a marketingového plánu. [2]

#### 2.2.4 Formulování marketingové strategie

Výsledky analýzy mikroprostředí a makroprostředí destinace cestovního ruchu jsou základem pro marketingovou strategii. Marketingová strategie je soubor principů pro přizpůsobování marketingové koncepce měnícím se podmínkám. Je plánem, který obsahuje různé možnosti rozvoje a určuje zásady pro jeho dosažení. Postup při formulaci marketingové strategie je následující:

1. Definování vize a mise destinace
2. Určení cílů
3. Výběr marketingové strategie
4. Sestavení marketingového plánu [10]

V cestovním ruchu může mít marketingová strategie různá východiska – nízké náklady, výhodnost, horizontální, vertikální či diagonální integrace (kooperace, spolupráce), orientaci na určitý segment zákazníků, optimální využití vlastních kapacit za optimální výši příjmů, dlouhodobou udržitelnost rozvoje, diverzifikaci či širokou nabídku produktů aj. [31]

#### 2.2.5 Marketingový mix

Zavádění marketingové strategie je zpravidla umožněno použitím nástrojů marketingového mixu, které tvoří základ marketingového plánu organizace. Marketingový mix je soubor taktických nástrojů, které může poskytovatel určitých služeb využívat pro získání konkurenceschopnosti svého produktu a pro jeho prosazení se na trhu. Jedná se především o čtyři skupiny charakteristik, označovaných v marketingové literatuře jako „čtyři P“: *produkt* (product), *cena* (price), *místo* (place) a *propagace* (promotion). Marketing cestovního ruchu rozšiřuje tuto základní podobu marketingového mixu o další „4P“: *lidé* (people), *balíčky* (packaging), *programování* (programming) a *partnerství* (partnership). [8], [2]



### **Produkt (product)**

Základem každého podnikání je produkt nebo nabídka. Cílem organizace je dosáhnout toho, aby produkty či nabídky odlišila od ostatních a zlepšila způsobem, který přiměje cílový trh, aby je preferoval a dokonce za ně platil i vyšší cenu. [12]

Z hlediska návštěvníka destinace je produktem všechno, co uspokojuje jeho potřeby a požadavky. Zážitek návštěvníka z destinace totiž nezávisí pouze na spotřebě různých služeb cestovního ruchu, ale důležitým prvkem je především atmosféra, prostředí, ve kterém se účast na cestovním ruchu uskutečňuje. Z pohledu účastníka cestovního ruchu je základním produktem prožitek, který návštěvou získává. [10], [9]

V posledních letech rozvoj průmyslu služeb vedl ke vzniku nových pojetí produktu, která se vztahují ke skutečnosti, že produkt u většiny služeb je kombinací hmotného zboží a nehmotných služeb. Vznikl nový pojem „*mix výrobek/služba*“ se zdůrazněním hmotných i nehmotných prvků produktu. Úspěch v rozvoji cestovního ruchu závisí na schopnosti přizpůsobit produkt hodnotám vyhledávaným zákazníky. Toto přizpůsobování je náročný proces, který je výzvou pro poskytovatele služeb. [6]

### **Cena (price)**

Z hlediska návštěvníka destinace je cena nejviditelnější součástí marketingového mixu. Cena je spolu s produktem klíčovým komponentem strategie a v mnoha případech může být nejdůležitější součástí marketingového mixu. [10]

Cena se od ostatních složek marketingového mixu liší tím, že produkuje příjmy; zbylé tři složky vytvářejí náklady. Organizace se v důsledku toho snaží zdvihát své ceny tak vysoko, jak to umožňuje jejich úroveň diferenciací. Zároveň si firmy uvědomují, že musí zvažovat vliv ceny na objem prodeje. Firma usiluje o takovou výši příjmů, jejímž výsledkem jsou po odečtení nákladů nejvyšší zisky. [12]

Volba efektivní cenové strategie je důležitá pro vnímání hodnoty a kvality služeb zákazníkem. Určení cenové strategie navazuje na analýzy provedené v oblasti produktu. [5]

Mnohé specifické prvky sektorů cestovního ruchu značně komplikují tvorbu cen. Hlavní komplikací pro tvorbu cen v sektorech cestovního ruchu představují státní vlastnictví, regulace a subvence. [6]

### Místo, distribuce (place)

Rozhodnutí o tom, jakými cestami (kanály) se náš produkt dostane na trh a k zákazníkovi, patří mezi nejdůležitější a následně ovlivňuje použití ostatních marketingových nástrojů. V případě marketingu cestovního ruchu lze otázku místa a s ním související distribuce chápat minimálně v těchto třech podobách:

- může se jednat o samotnou *atraktivitu místa* (jedinečné přírodní, kulturní podmínky)
- místo může být zajímavé svojí *polohou* (křižovatka dopravních cest nebo naopak zcela mimo ně)
- důležitou roli sehrává *zajištění dopravní dostupnosti místa* (jakými dopravními prostředky, jak je doprava organizována) [2]

Distribuční cesty umožňují, aby byl produkt na správném místě a ve správném čase, což je v cestovním ruchu o to důležitější, čím větší je časová a prostorová diference mezi koupí a spotřebou produktu. Důležitost distribučních cest podtrhuje nejen skutečnost, že náklady na distribuci tvoří zhruba 20 – 30 % z ceny produktu, ale i to, že distributoři určují, zda a za jakých podmínek může producent dosáhnout svých cílových trhů. [10]

### Propagace (promotion)

Propagace, někdy také označována jako komunikační mix, pokrývá veškeré komunikační nástroje, které mohou cílovému publiku předat nějaké sdělení. Konkrétněji ji můžeme rozdělit do následujících kategorií, přizpůsobených podmínkám odvětví cestovního ruchu:

- *reklama* (jakákoli placená forma neosobní komunikace a propagace myšlenek o zboží nebo službách konkrétním zadavatelem)
- *podpora prodeje* (činnosti nebo materiály, které mají podněcovat dosavadní nebo potenciální zákazníky k nákupu – kupóny, slevy, soutěže apod.)
- *public relations* (vytváření a rozvíjení dobrých vztahů s veřejností)
- *katalogy* (jedna z hlavních forem marketingové komunikace v průmyslu cestovního ruchu)
- *osobní prodej* (přímá osobní komunikace s jedním nebo několika potenciálními zákazníky)

- *direct marketing* (telemarketing, televizní nákupy)
- *internet* [12], [2], [6]

### **Lidé (people)**

Pro oblast služeb a cestovního ruchu je velice důležitý výběr a způsob řízení zaměstnanců. Ti jsou totiž neoddělitelně spjati s nabízeným produktem a do značné míry jsou jeho součástí. Proto je nutné vést zaměstnance tak, aby pochopili, že úspěch celého podnikání záleží na práci a přístupu každého z nich. Je třeba je pečlivě vybírat, školit, trénovat, motivovat i kontrolovat a oceňovat. [2]

Úloha lidského faktoru v oblasti služeb je podstatně vyšší, než je tomu u klasických produktů. Příklady potvrzují, že bez profesionálně zdatného personálu nelze službu na trhu úspěšně realizovat. [5]

### **Balíčky (packaging)**

Atraktivnost naší nabídky má vícerozměrnou podobu. Proto abychom zvýšili zajímavost a případně vytvořili něco jedinečného, musíme svoji nabídku pojmout jako komplex služeb, v němž se vzájemně doplňují, rozšiřují a posilují jednotlivé body.

Balíček znamená pro klienta možnost výběru. Nesnažíme se mu vnutit právě jen jedno místo, jeden hotel či jedno muzeum. Nabízíme celý komplex možností svobodné volby, komplex, s jehož pomocí si můžeme vytvořit program pro víkendové či týdenní putování a který jej ponouká vrátit se znovu a využít další nabízené možnosti. [2]

### **Programování, tvorba projektů (programming)**

Programování spočívá ve vytváření vzájemně navazující nabídky služeb a atraktivit cestovního ruchu, které vytvářejí výsledný produkt cestovního ruchu. Jde o postup typický pro kvalitní destinační management. Programování by nemělo být zaměřováno s vytvářením balíčku, neboť u programování se primárně jedná o vytváření časově a místně propojené nabídky a balíček vzniká na základě volby různých služeb, které jsou nabízeny nebo které klient nakupuje na základě své volby jako celek. Současně jde o nástroje si blízké v tom, že směřují k nabízení komplexního produktu. [31]

Vznik partnerství a následně i vznik společných integrovaných produktů bývá nastartován vyhlášením zajímavých projektů, jejichž cílem je propojit společné úsilí více organizací a dát šanci všem, kdo mohou a mají zájem se do těchto společných programů zapojit.

Projekty mohou seznámit širokou veřejnost s tím, co se chystá, a posílit účinnost společného úsilí. [2]

### **Partnerství (partnership)**

Spokojenost zákazníků je v cestovním ruchu závislá na partnerech (dodavatelích), kteří se často ani neznají a nepůsobí ve stejném místě. Právě z tohoto důvodu je nutné, aby o sobě věděli, aby spolu komunikovali a hlavně spolupracovali. Jsou totiž na sobě navzájem existenčně závislí. Zákazník chápe a hodnotí svůj pobyt jako komplex, balíček. Pokud nebude s nějakou částí spokojen, znovu se nevrátí. [2]

Kooperaci a spolupráci se jednotlivé subjekty musí učit. Spolupráce musí vznikat na základě dobrovolnosti a nebude v řízení destinací představovat masový jev pro všechny subjekty, které mají sídlo v destinaci. [5]

## **2.3 Marketingový přístup ve veřejné správě**

Z hlediska marketingu je *základním produktem* veřejné správy vždy určité konkrétní území (obec, město kraj, stát). Jádrem tohoto produktu jsou potom hodnoty, které poskytuje, které od něj obyvatelé i návštěvníci očekávají, kterými se dostalo do povědomí veřejnosti.

*Vlastní produkt* vychází z nabídky konkrétních služeb, které je území schopno poskytnout. Jeho kvalitu vyjadřují konkrétní ukazatele vybavenosti, stavu technických sítí, kvality životního prostředí.

Design a styl obce se odráží v jeho urbanistickém pojetí a značka, to je především jeho jednotný vizuální styl užívaný k prezentaci území jako takového i k prezentaci služeb, které nabízí. Jednotný vizuální styl posiluje schopnost místních obyvatel identifikovat se s místem, návštěvníkům zase pomáhá odlišit jej a uvědomit si jeho specifika.

*Rozšířeným produktem* potom mohou být různé výhody, které veřejná správa nabízí investorům, jež považuje za strategicky významné pro dané území. Na schopnostech veřejné správy závisí, nakolik dokáže sladit očekávání významných cílových skupin s reálnou nabídkou území.

Města a obce neexistují ve vzduchoprázdnu, nacházejí se v konkurenčním prostředí, soupeří o návštěvníky a ucházejí se o přízeň investorů s mnoha dalšími obcemi, městy či regiony zároveň. Proto by měla ve své činnosti využívat *marketingového přístupu*, sledovat

své zároveň slabé a silné stránky, snažit se využívat příležitostí a eliminovat hrozby tržního prostředí. [2]

### **2.3.1 Marketing územní samosprávy v cestovním ruchu**

Ne všechna města a obce mají stejnou příležitost přímo profitovat z cestovního ruchu. Závisí to od geografické polohy, přírodních zdrojů, ekonomické základny. Jestli si ovšem obec přeje, aby cestovní ruch hrál významnější roli v jejich hospodářství a zároveň má základní předpoklady pro jeho rozvoj, musí začít toto odvětví rozvíjet. Marketingová strategie na místní úrovni by měla rozvíjet a pamatovat na tyto sféry:

- průnik názorů obyvatel, návštěvníků a zúčastněných subjektů cestovního ruchu
- vhodnou vybavenost
- poskytování standardně přiměřeného ubytování a vhodného výdělků
- vytváření prostoru na rozvoj podnikání ve venkovském cestovním ruchu
- vybavenost kvalitní základní infrastrukturou a cestními komunikacemi
- místní a kulturní cestovní ruch
- rozvoj místního a regionálního cestovního ruchu v evropském prostoru

## **2.4 Budoucnost marketingu cestovního ruchu**

Marketing je již určitou dobu módní. Není však záruka, že tento trend bude pokračovat, protože zejména v odvětvích služeb se může dostat do popředí zájmu řízení lidských zdrojů. Zásady a techniky marketingu však dále budou životně důležité pro každou organizaci, která chce uspět na konkurenčním trhu. Dostali jsme se z období marketingu orientovaného na produkt a na výrobu k současnému marketingu orientovanému na zákazníka. Je možné, že v budoucnu převládne marketing, který se bude řídit postoji a přesvědčením společnosti a zároveň tradičními zájmy prodávajících.

Služby v cestovním ruchu se budou dále a více vzájemně propojovat ve složité síti vztahů. Rozvinou se jejich nové formy, které budou uspokojovat měnící se poptávku zákazníků. Změny marketingového mixu pravděpodobně nastanou v oblasti místa (distribuce), kde technologie bude představovat jak hrozbu, tak příležitost. Technologické novinky usnadní

vývoj nových výrobků, ovlivní cenovou politiku a vytvoří nové typy propagačních médií. [6]

## 2.5 Management destinace

Managementem destinací je označován proces vytváření a řízení silných, tržně orientovaných a systémově řízených jednotek – destinací. Destinační management je souborem řídicích opatření a nástrojů, které jsou využívány pro oblasti plánování, organizování, promotion a rozhodovací procesy. Výrazným prvkem v managementu destinací je vysoká míra spolupráce a kooperace jednotlivých subjektů účastnících se na řízení destinace. Kooperující partneři koncentrují své síly na společný rozvoj klíčových obchodů, akceptují formy vzájemné spolupráce a podřizují se strategickému řízení v rámci příslušné destinace. [5]

Schopnost dokázat se prezentovat velmi závisí na tom, do jaké míry dokážeme spolupracovat i v okruhu širším, než je ten, který je vymezen hranicemi města. Místo individualistického konkurenčního boje podnikatelů v oblasti cestovního ruchu se hledá společná nabídka, která dokáže být pro zákazníka atraktivnější, lépe reaguje na jeho potřeby a přání. Zkušenosti jednoznačně ukazují, že tímto postupem se zvyšují synergické efekty místa, příjmy místní správy, ale i jednotlivých podnikatelských subjektů. [2]

Destinace jako celek je vlastním produktem a konkurenční jednotkou v turismu a musí být odpovídajícím způsobem strategicky řízena jako kterýkoliv jiný subjekt. Proto je pojem destinační management často definován jako nejvyzrálejší forma řízení cestovního ruchu v turisticky vyspělých destinacích. Na rozdíl od tradičního podnikového řízení, které není zaměřeno na rozvoj konkurenčních jednotek stojících mimo vlastní podnik, má management destinací přispět k rozvoji sdružených jednotek v příslušném území, což nevylučuje ani spolupráci subjektů, které vůči sobě mohou stát v rámci destinace v konkurenčním postavení. Náročný způsob řízení představují zejména formy destinačního managementu založené na spolupráci veřejné a podnikatelské sféry, mimo jiné z důvodu rozdílných funkcí a zájmů obou sektorů (důraz na komplexní rozvoj a prosazování veřejného zájmu versus individuální zájem s cílem dosahovat zisku). [20]

Součástí managementu destinace je:

- *návštěvníký management*, tj. soubor řídicích technik a nástrojů, používaných za účelem usměrňování toků návštěvníků a ovlivňování jejich chování (cenová politika, zonace, zpracování etických kodexů a kodexů chování podnikatelských subjektů a návštěvníků apod.)
- *model limitů přijatelné změny*, tj. stanovení únosného zatížení území a využívání indikátorů udržitelného rozvoje cestovního ruchu
- *spektrum rekreačních příležitostí*, které zahrnuje lokalizační předpoklady (geografické, přírodní, kulturně-historické), realizační předpoklady (suprastruktura a infrastruktura cestovního ruchu, dostupnost) a selektivní předpoklady (demografické, sociální a ekonomické charakteristiky návštěvníků) rozvoje cestovního ruchu v destinaci [10]

Koncepce managementu destinace je typická pro regionální průnik na trh turismu, protože vychází ze snadnějšího řízení procesů v destinaci v regionálním měřítku (snadnější komunikace, menší vzdálenosti, méně subjektů, snadnější kontrola apod.), než je tomu na úrovni národní. Koncepce destinačního managementu je na národní úrovni v plném rozsahu obtížněji proveditelná. Management destinace může v určitém výkladu znamenat širší pojem zahrnující kromě marketingových aktivit i veškeré vnitřní aktivity destinace, avšak i v teorii a praxi se oba pojmy překrývají. [15]

### 2.5.1 Model budování destinačního managementu

Rozhodujícím faktorem rozvoje destinací je skutečnost, zda je možné, aby z jednotlivých participujících subjektů (obcí, podniků, podniků infrastruktury služeb cestovního ruchu apod.) vznikla strategicky řízená konkurenceschopná jednotka. Úspěšné řízení destinací je orientováno na šest klíčových oblastí:

- *společnost pro management destinací* – cílem této instituce je propojit právně samostatné poskytovatele služeb v cestovním ruchu do jednoho organizovaného sdružení
- *systémy klíčových produktů (obchodů)* – klíčové produkty představují programově vybrané a sestavené produktové nabídky

- *sítě pro využití trhu* – společná organizace prodejních sítí, toku aktuálních informací
- *řízení značek (Brand Management)* – značky podporují a vytvářejí identitu a image destinace
- *management kvality* – jsou vypracovávány standardy kvality a systémy certifikací, které musí plnit každý subjekt, jež má zájem nabízet produkty pod regionální značkou kvality
- *management znalostí* – zvyšující se nároky hostů na kvalitu produktů způsobují tlak na kvalitu lidských zdrojů, a proto musí management destinace připravovat strategie pro podporu rozvoje lidského potenciálu [5]

### 2.5.2 Specifika managementu turistické destinace

Ze specifických funkcí a požadavků na turistickou destinaci jako územně definovaný svazek služeb a také ze specifík turistického produktu vyplývají zvláštnosti managementu turistické destinace:

- *Dvojitá funkce turistické organizace* – management turistické organizace je jednak zodpovědný za chod vlastní organizace a jednak za celou destinaci, z čehož mohou vznikat konflikty zájmů. Aby se dalo vyhnout tomuto problému, měla by být turistická organizace neziskovou organizací.
- *Nejasné a špatně měřitelné cíle* – existují dvojí cíle pro turistickou organizaci, a to cíle organizace samotné a cíle destinace. Cíle se nedají dost dobře objektivně měřit a tím pádem ani hodnotit činnost turistické organizace. Pro destinaci jako celek se však dají definovat indikátory úspěchu (počet návštěvníků, vývoj obsazených lůžek), které jsou však také jako cíle destinace diskutabilní.
- *Omezené možnosti vlivu* – turistická organizace nemůže přímo ovlivnit vývoj a jednání nabízejících v cestovním ruchu, protože tyto subjekty jsou samostatné a nezávislé podniky.
- *Velký vliv zájmových skupin* – turistické organizace jsou konfrontovány celou řadou různých zájmových skupin (např. rezidenti, živnostníci, dopravci, hoteliéři, ekologické organizace atd.), které mohou mít protichůdné zájmy.



- *Nutnost legitimace v socio-politickém prostředí.* [20]

## 2.6 Nejčastější problémy marketingového managementu destinací

- *málo profilované a aktualizované umístování* v rovině podnikatelských subjektů jako důsledek nedostatečných investic do konceptů a inovací a často chybějící či nejasné rámcové strategie destinace
- *málo účinné řetězce služeb v destinaci* (např. nefungující doprava z nádraží do hotelu) a s tím související nízká optimalizace produkce služeb cestovního ruchu, kdy je řada služeb poskytována paralelně a kdy nemohou být dosaženy úspory z rozsahu
- *vysoká časová náročnost obstarání služeb*, kdy klient potřebuje relativně hodně času k tomu, aby si rezervoval vybrané služby přímo v destinaci
- *nízká účinnost marketingových nástrojů* plynoucí z roztržitosti finančních prostředků a s tím související nízké nasazení tržně orientovaných nástrojů, málo inovací a deficit know-how
- *nabídky nebývají příliš flexibilní*, jsou jednoduché a vysoce standardizované
- *slabé zapojení organizace destinačního managementu do cenové politiky destinace*
- *nedostatečné prostředky vynakládané na výzkum trhu* [15].

### 3 REGIONÁLNÍ ROZVOJ A POLITIKA, NÁVAZNOST NA STRUKTURÁLNÍ FONDY EU

Význam cestovního ruchu je v poslední době stále více spojován s přímým rozvojem regionů. Cestovní ruch v mnoha destinacích představuje nosný prvek rozvoje nebo jeden z jeho významných prvků. Žádná dosavadní praxe v plném rozsahu nepotvrdila, že by cestovní ruch mohl být výlučně jediným determinantem rozvoje ekonomiky určitého státu. Je však zřejmé, že cestovní ruch ve vzájemných vazbách multiplikačních efektů podmiňuje akceleraci rozvoje ekonomiky a může sehrávat výrazně stimulační úlohu. [5]

#### 3.1 Vymezení základních pojmů

##### **Region**

Jedním z nejsložitějších problémů je samotné definování regionu. Okolo koncepce regionu se vedou spory související s vymezením jeho podstaty a kritérií pro geografické ohraničení, typologii a s dalšími kvalitativními vlastnostmi. Geografie vychází z teze, že povrch země je možné rozdělit na území s osobitým charakterem. Region lze chápat jako geograficky ohraničené území, které se od ostatních odlišuje souborem přírodních daností, strukturou obyvatelstva, strukturou ekonomiky apod. Jestliže však vystupují sociální kritéria v prioritním postavení, můžeme pod regionem chápat územní jednotku, ve které se odehrávají základní životní funkce obyvatelstva: práce, bydlení, vzdělávání, zájmová aktivita, zdravotní a sociální zabezpečení aj. [22]

V oblasti cestovního ruchu region představuje vymezenou část území, která se vyznačuje relativně homogenními podmínkami pro rozvoj cestovního ruchu a možnostmi jejich využití, tzn. že jde o územní celek se souborem relativně rovnocenných přírodních předpokladů a podobností podmínek realizace turismu, především co se týče funkční a časové využitelnosti. [32]

##### **Regionální rozvoj**

Regionální rozvoj je představován komplexem procesů, které probíhají v rámci regionu a přispívají zejména k pozitivním změnám v sociálně-ekonomické situaci regionu. Pro ovlivňování a řízení těchto procesů je proto nezbytné používat systémový přístup. Systémový přístup je takový způsob myšlení, řešení problémů a jednání, při kterém jsou

jevy chápány komplexně ve svých vnitřních a vnějších souvislostech. Podporou regionálního rozvoje se zabývá regionální politika. [16], [17]

### **Regionální politika**

Regionální politika je chápána jako soubor opatření, nástrojů, pomocí kterých má dojít ke zmírnění nebo odstranění rozdílů v ekonomickém rozvoji dílčích regionů. Regionální politika se tedy pokouší napravit určité prostorové důsledky volné tržní ekonomiky ve smyslu dosažení dvou vzájemně závislých cílů – ekonomického růstu a zlepšení sociálního rozdělení. Má tedy za úkol korigovat ve sféře prostorové alokace ekonomických zdrojů některé důsledky působení tržního mechanismu, jež jsou pro danou společnost z různých důvodů nepřijatelné a jež mohou v dalším období vést k neúplnému využívání dostupných zdrojů. Představuje koncepční i výkonnou činnost státních i regionálních institucí zaměřenou na stanovení hlavních směrů a strategických cílů v regionálním rozvoji a vytváření metod, postupů a zdrojů pro jejich realizaci. Zpravidla spočívá především v podpoře hospodářského a sociálního rozvoje relativně zaostávajících regionů pomocí finančních podpor, vzdělání, rekvalifikace a dalších opatření a v usměrňování rozvoje bohatších oblastí. [22], [13], [17]

## **3.2 Teoretická východiska pro regionální rozvoj**

Při podpoře ekonomických aktivit v regionech sehrávají významnou roli lokalizační faktory. Za rozhodující přitom můžeme pokládat:

- *úroveň infrastruktury* (dopravní dostupnost a návaznost na hlavní mimoregionální dopravní cesty, úroveň služeb, podpory podnikání a inovací)
- *aglomerační efekty* (lokalizační výhody v rámci jednoho odvětví, urbanizační výhody v rámci různých odvětví)
- *dostupnost půdy* s připravenou technickou infrastrukturou

Moderní teorie regionálního rozvoje se orientují na rozvojovou polarizaci založenou na růstových pólech i mimo hlavní centra. Rozhodující úlohu zde sehrávají inovace a rozvojový proces sám je často interpretován jako posloupnost inovačních procesů. Převládajícím směrem v regionálním rozvoji se stává teorie endogenního rozvoje, která vychází z rozvoje vnitřního potenciálu regionu, tvořeného zejména technickým pokrokem

prostřednictvím inovací v regionu, lidským kapitálem v regionu a regionální infrastrukturou. Tento směr je podporován ekonomickou teorií endogenního ekonomického růstu se stejnými parametry (lidský kapitál, technický pokrok, aglomerační efekty a infrastruktura) zahrnutými do produkční funkce dané lokality. Rozhodujícím faktorem se stává technický pokrok, který je vyjádřen úrovní inovací a podmínkami pro jejich vznik a šíření. [17]

### 3.3 Strukturální politika EU

Evropská unie provádí regionální politiku na několika úrovních:

- *nadnárodní úroveň* (regionální politika prováděná relativně nezávisle přímo EU)
- *národní úroveň* (silně diferencovaná regionální politika uskutečňovaná jednotlivými členskými zeměmi, postupně však přejímající některá společná pravidla)
- *regionální úroveň* (ve většině zemí, dlouhodobě posilována)

Postupně všechny členské země EU přistoupily k realizaci vlastní regionální politiky, pomocí níž usilují o snížení rozdílů v životní úrovni mezi regiony a bojují s vysokou regionální nezaměstnaností. Podporují zpravidla socioekonomické struktury v zaostávajících regionech či v územích s nevyhovující strukturou průmyslu. [19]

#### 3.3.1 Strukturální fondy

Strukturální politika EU spočívá v poskytování finančních stimulů a pobídek a v koordinaci politiky členských států. Klíčovým prvkem strukturální politiky jsou *strukturální fondy*. Principy strukturální politiky jsou shodné s jejími prioritními *cíli*. [13]

EU má k dispozici čtyři strukturální fondy, jejichž prostřednictvím rozdělují finanční pomoc při řešení strukturálních, ekonomických a sociálních problémů:

1. *Evropský fond sociálního rozvoje (ERDF)* – jeho posláním je vyrovnat regionální disparity v EU a podporovat stabilní a udržitelný rozvoj
2. *Evropský sociální fond (ESF)* – podporuje aktivity v oblasti zaměstnanosti zaměřené na zlepšení kvalifikovanosti obyvatelstva a vzdělávacích systémů

3. *Evropský zemědělský podpůrný a záruční fond (EAGGF)* – zaměřen na podporu zemědělské infrastruktury a celkový rozvoj venkova
4. *Finanční nástroj na podporu rybolovu (FIFG)* – fond přispívá k vyváženému čerpání zdrojů v oblasti rybolovu nebo k revitalizaci oblastí závislých na rybolovu [18], [19], [1]

Od roku 1994 byly strukturální fondy rozšířeny o *Kohezní fond* (Fond soudržnosti). Formálně Kohezní fond nepatří mezi strukturální fondy, ale je rovněž významným nástrojem politiky EU. Fond poskytuje finanční pomoc v oblasti životního prostředí a dopravní infrastruktury hospodářsky slabším členským státům, jejichž hrubý domácí produkt v paritě kupní síly je nižší než 90 % průměru EU. [18]

### 3.3.2 Cíle regionální politiky EU

Společenství stanovilo pro období 2007 – 2013 následující tři cíle regionální politiky EU:

- *Cíl Konvergence* – bude financován z ERDF a ESF a soustředí se na regiony NUTS II, ve kterých HDP nedosahuje 75 % průměru EU (v případě Slovenska to znamená všechny regiony kromě Bratislavského kraje)
- *Cíl Regionální konkurenceschopnost a zaměstnanost* – je určen pro regiony, které nemohou čerpat podporu z cíle Konvergence (v případě Slovenska je určen pro Bratislavský kraj)
- *Cíl Evropská teritoriální spolupráce* – určen na podporu přeshraniční, nadnárodní a meziregionální spolupráce [1]

### 3.3.3 Politika cestovního ruchu jako strukturální politika

Opatření strukturální politiky ve prospěch cestovního ruchu mohou být také následující:

- finanční příspěvky na posílení důležitých struktur cestovního ruchu
- finanční podpora státu a profesních organizací mladým pracovníkům v pohostinství
- příspěvky na propagaci cestovního ruchu
- opatření na finanční zvýhodnění dovolených (sociální cestovní ruch podporovaný zaměstnavatelskými a zaměstnaneckými organizacemi)

- příspěvky místnímu a regionálnímu plánování a plánování rozvoje
- podpora podnikovému poradenství [20]

### 3.4 Definování regionů Slovenské republiky

Jedním z nejdůležitějších úkolů při zkoumání regionální struktury je určení řádu a hierarchie regionů. V praxi je běžně používáno jednoduché označení různých řádů regionů: mikroregiony, mezoregiony a makroregiony. Někdy je též použito názvu subregion k vyjádření hierarchické podřízenosti. [13]

V Evropské unii se používá dělení na územní statistické jednotky *Nomenclature des Unités Territoriales Statistiques* (NUTS). Tuto klasifikaci území zavedl v roce 1988 Evropský statistický úřad EUROSTAT. Klasifikace je určena především pro tyto účely:

- pro potřebu regionální politiky EU, na základě které je podle jednotlivých cílů poskytována pomoc ze strukturálních fondů
- pro potřebu regionálních statistik členských států EU (zejména z důvodu komparace srovnatelných území)
- pro provádění analytických rozborů ekonomických ukazatelů v jednotlivých regionech a možnosti vyhodnocování zásahů regionální politiky [19]

V Slovenské republice (SR) jsou určeny úrovně NUTS následovně:

- *NUTS I* – celá SR
- *NUTS II* – 4 statistické územní jednotky (Bratislavský kraj, Západné Slovensko, Stredné Slovensko, Východné Slovensko)
- *NUTS III* – 8 vyšších územních celků (samosprávních krajů)
- *NUTS IV* – 79 okresů
- *NUTS V* – 2883 měst a obcí [34]

Pro potřeby strukturální a regionální politiky jsou důležité především NUTS II a NUTS III.

### 3.4.1 Čerpání finančních prostředků na rozvoj cestovního ruchu v SR

V letech 2007 – 2013 probíhá čerpání z fondů EU na základě priorit stanovených v dokumentu *Národní strategický referenční rámec (NSRR)*, který nahradil dosavadní *Národní rozvojový plán*. Celkově v tomto období přispěje EU finančními prostředky v souhrnné výši přibližně 11,5 mld. EUR, které budou čerpány prostřednictvím strukturálních fondů a kohezního fondu. Ústředním orgánem státní správy SR pro sektor cestovního ruchu je Ministerstvo hospodářství SR.

Základní priority byly rozpracovány do jednotlivých *Operačních programů*. Oblasti cestovního ruchu se bezprostředně dotýkají 2 operační programy:

#### **Regionální operační program (ROP)**

V ROP se konkrétně oblasti cestovního ruchu dotýká *Prioritní os 3 ROP – posílení kulturního potenciálu regionů a rozvoje turismu*. ROP spadá do kompetence Ministerstva výstavby a regionálního rozvoje SR a je na něj vyčleněno 1,445 mld. EUR.

Intervence v rámci prioritní osy 3 ROP jsou zaměřeny na posílení kulturního potenciálu regionů a rozvoje cestovního ruchu prostřednictvím podpory paměťových a fondových institucí, fondu nevyužitých, resp. nevhodně využitých nemovitých kulturních památek, středisek cestovního ruchu s celoročním využitím, nekomerční veřejné infrastruktury přilehlé ke střediskům cestovního ruchu, prezentace cestovního ruchu, tvorby nabídky cestovního ruchu. Součástí podpory jsou i doplňkové neinvestiční aktivity zaměřené na propagaci regionů a posilování partnerství mezi aktéry rozvoje turismu. Oprávněnými příjemci jsou zřizovatelé paměťových a fondových institucí, vlastníci nevyužitých, resp. nevhodně využitých nemovitých kulturních památek a aktéři rozvoje cestovního ruchu z veřejného sektoru.

#### **Operační program Konkurenceschopnost a hospodářský růst (OP KaHZ)**

V OP KaHZ zabezpečuje propojení s oblastí cestovního ruchu *Opatření 3.1 Podpora podnikatelských aktivit v cestovním ruchu* a *Opatření 3.2 Rozvoj informačních služeb cestovního ruchu, prezentace regionů a Slovenska*. Řídícím orgánem OP KaHZ je Ministerstvo hospodářství SR a finanční příspěvek EU je 772 mil. EUR.

Účelem navrhovaného opatření 3.1 je růst konkurenceschopnosti cestovního ruchu v oblasti poskytovaných služeb podporou investičních a neinvestičních aktivit

v soukromém sektoru. Opatření sleduje podporu soukromého sektoru dosáhnout synergický efekt a to investicemi do infrastruktury cestovního ruchu s významnými dopady na růst výkonnosti sektoru cestovního ruchu v soukromé sféře a na růst zaměstnanosti. Příjemci pomoci jsou podnikatelé nebo sdružení právnických osob, které předloží společný projekt na vybudování, rekonstrukci nebo modernizaci komplexních center cestovního ruchu s jejich celoročním využitím.

Záměrem opatření 3.2 je podpora propagace slovenského cestovního ruchu doma i v zahraničí. Opatření přímo podporuje propagaci Slovenska prostřednictvím subjektů veřejného sektoru a je nepřímo zaměřené na podporu malých a středních podnikatelů při jejich prezentaci na domácím i zahraničním trhu, na tvorbu image při podnikání v cestovním ruchu. Příjemce pomoci je *Slovenská agentúra pre cestovný ruch* (SACR). SACR je specializovaná organizace, která zabezpečuje prezentaci a propagaci SR jako krajiny cestovního ruchu. [32]

#### **3.4.1.1 Přeshraniční spolupráce**

Vzhledem k poloze města v regionu je potřeba zmínit i operační program, který není primárně zaměřen na sektor cestovního ruchu, ale prostředky se dají využít i v této oblasti. *Operační program přeshraniční spolupráce SR-ČR* se zaměřuje na zlepšení dopravní dostupnosti přeshraničního regionu, ochranu životního prostředí, podporu rozvoje přeshraniční infrastruktury i služeb cestovního ruchu, podporu zlepšování vzdělávacích a sociálních služeb, podporu spolupráce hospodářských subjektů a transferu technologií, podporu přeshraniční spolupráce územních samospráv na obou stranách hranice. Výše alokovaných finančních prostředků z fondů EU je 92,74 mil. EUR, které mají být z českých a slovenských národních veřejných zdrojů doplněny o 16,37 mil. EUR. Řídícími orgány jsou Ministerstvo výstavby a regionálního rozvoje SR a Ministerstvo pro místní rozvoj ČR. V případě operačních programů přeshraniční spolupráce je důležitý přeshraniční dopad projektu, kdy přínos z realizace projektu musí mít prokazatelně obě strany hranice. Projekty musí dále zahrnovat příjemce z obou zemí, kteří spolupracují nejméně dvěma z těchto způsobů: společná příprava, společné provádění, společné využívání pracovníků a společné financování. [23]

Sousedící příhraniční území se zpravidla vyznačují odlišnými právními, správními, hospodářskými, sociálními a kulturními systémy, což velmi ztěžuje jejich spolupráci.



V zájmu překonání zaostávání příhraničních oblastí je z fondů EU podporována přeshraniční spolupráce. Za optimální řešení problémů se považuje společné plánování, realizace i financování programů a projektů regionálního rozvoje zainteresovanými regiony z obou stran hranic za podpory ze strukturálních fondů EU. [13]

Při přeshraniční spolupráci je obzvlášť důležitá spolupráce na komunální úrovni. Další rozvoj spolupráce je značně závislý na osobních zájmech a angažovanosti lokálních aktérů. Tato osobní angažovanost je podepřena trvalými přátelstvími, vzájemnou důvěrou a pozitivními zkušenostmi. Projekty a témata přeshraniční spolupráce se týkají především zvyšování atraktivity oblasti z hlediska cestovního ruchu, rozvoje přeshraničních kulturních projektů a zlepšování ochrany životního prostředí. [30]

## 4 SHRNU TÍ TEORETICKÉ ČÁSTI

V teoretické části jsem se snažil o zachycení a popsání nejpodstatnějších teoretických poznatků determinujících sektor cestovního ruchu, které budou dle potřeby využity v dalších částech diplomové práce.

Začal jsem vysvětlením základních pojmů v cestovním ruchu včetně jeho druhů a forem i faktorů rozvoje. Jako každé sofistikované odvětví i cestovní ruch má svá specifika, která jsem se rovněž snažil nastínit. Na tuto výchozí oblast jsem navázal uvedením marketingových nástrojů využitelných v oblasti cestovního ruchu, mezi které patří marketingový informační systém, marketingový výzkum, SWOT analýza, marketingová strategie a marketingový mix. Důraz jsem kladl i na aplikaci marketingového přístupu ve veřejné správě, jejíž činnost sehrává jednu z nejvýznamnějších úloh a často vymezuje pomyslnou čáru mezi úspěchem a neúspěchem destinace. Pokusil jsem se rovněž shrnout informace o managementu destinace, jeho specifika a nejčastější problémy. Ve třetí kapitole se věnuji regionálnímu rozvoji jako takovému, neboť úzce souvisí s rozvojem samotného cestovního ruchu. Důležitou pasáž této kapitoly tvoří strukturální politika EU včetně popsání jednotlivých strukturálních fondů a také možnost čerpání finančních prostředků z těchto fondů pomocí konkrétních operačních programů na podporu rozvoje odvětví cestovního ruchu, konkrétně pro Slovenskou republiku. Vzhledem k poloze popisovaného města se v závěru teoretické části zabývám i možnou přeshraniční spoluprací, která je nedílnou součástí spolupráce v našem regionu.

## **II. PRAKTICKÁ ČÁST**

## 5 ANALÝZA SOUČASNÉHO STAVU

### 5.1 Základní charakteristiky města Holíč

Holíč leží na Západním Slovensku v regionu Záhorie, na střetu výběžku Chvojnické pahorkatiny s Dolnomoravským úvalem, na jihozápadním svahu písečné duny a na přilehlé terase řeky Moravy. Město leží na severní hranici Slovenska s Českou republikou, je vstupní branou z České republiky na Slovensko (hraniční přechod Holíč – Hodonín) – spojuje Západní Slovensko s Brnem. Administrativně je začleněno v okrese Skalica, od okresního města je vzdáleno 7 km jihozápadním směrem. Nejbližším sousedním městem je Hodonín (5 km).

V rámci tzv. středoevropského regionu (hospodářský prostor s počtem obyvatel 5,5 mil., s hlavními póly rozvoje Vídeň, Bratislava a Brno) se město nachází na jeho severovýchodním okraji. Středoevropský region je charakteristický vysokým potenciálem rozvoje, přičemž se pozice regionu i města samotného v čase nadále zlepšuje.



Obrázek 1. Poloha města ve středoevropském regionu [36]

Z hlediska pólů rozvoje je poloha města velmi příznivá – zajišťuje dobrou dopravní dostupnost dopravními koridory jak ke krajským městům Trnava a Brno, tak i k hlavnímu městu Bratislava v časovém intervalu 1 – 1,5 h. Dostupnost nejbližšího mezinárodního letiště evropského významu ve Vídni je přibližně 2 h. Výhodou je, že je město přístupné prakticky všemi formami dopravy – dálnice D2 Bratislava – Brno je vzdálena 23 km, mezinárodní železniční uzel Kúty 20 km. Z hlediska cestovního ruchu je město dostupné v podstatě i prostřednictvím vodní rekreační osobní dopravy po řece Moravě, v omezené míře případně také letecky, jelikož se v katastru obce nachází místní vnitrostátní sportovní letiště.



Obrázek 2. Poloha města v regionu [36]

Výhodná geografická poloha města jej determinuje k příznivému vývoji v oblasti cestovního ruchu a taktéž poskytuje možnost intenzivního včlenění do mezinárodního obchodu a růstu konkurenceschopnosti jeho lokální ekonomiky.

## 5.2 Historie města

Holíč a jeho okolí poskytovalo vhodné podmínky pro život člověka již od pravěku, neboť bylo významným strategickým místem, ze kterého bylo možné kontrolovat brod přes řeku

Moravu. Nejstarší nálezy o osídlení pocházejí z mladší doby kamenné. Pozdější nálezy potvrzují, že už v 9. stol. n. l. se tu nacházely velkomoravské osady patřící k hlavnímu sídlu Velké Moravy – nedalekým Valům u Mikulčic. Samotný Holíč vznikl po rozpadu Velké Moravy jako pohraniční hrad. V 13. století byl významným hospodářským a správním střediskem přilehlého regionu.

Nejstarší písemná zmínka o Holíči jako obci je ze začátku 13. století (konkrétně z roku 1205). Tehdy se jmenoval *Wywar* (Nový Hrad). Začátkem 14. století se Holíče zmocnil Matuš Čák Trenčiansky. V roce 1386 se Holíč uvádí jako oppidum, měl tedy už v té době jako jedna z mála obcí na Záhorí charakter městečka. V roce 1393 osvobodil Zikmund obyvatele od placení daní a placení třicítka. Zprávy ze 16. a 17. století uvádějí několik živelných pohrom a nepříznivých vojenských událostí. V r. 1600 a 1605 většina města vyhořela. V roce 1609 postihla Holíč velká povodeň, o 14 let později ho vypálilo vojsko Gabriela Bethléna. 3. srpna 1663 proniklo turecké vojsko do velkého holíčského předhradí, vypálilo ho a zajalo 2000 obyvatel.

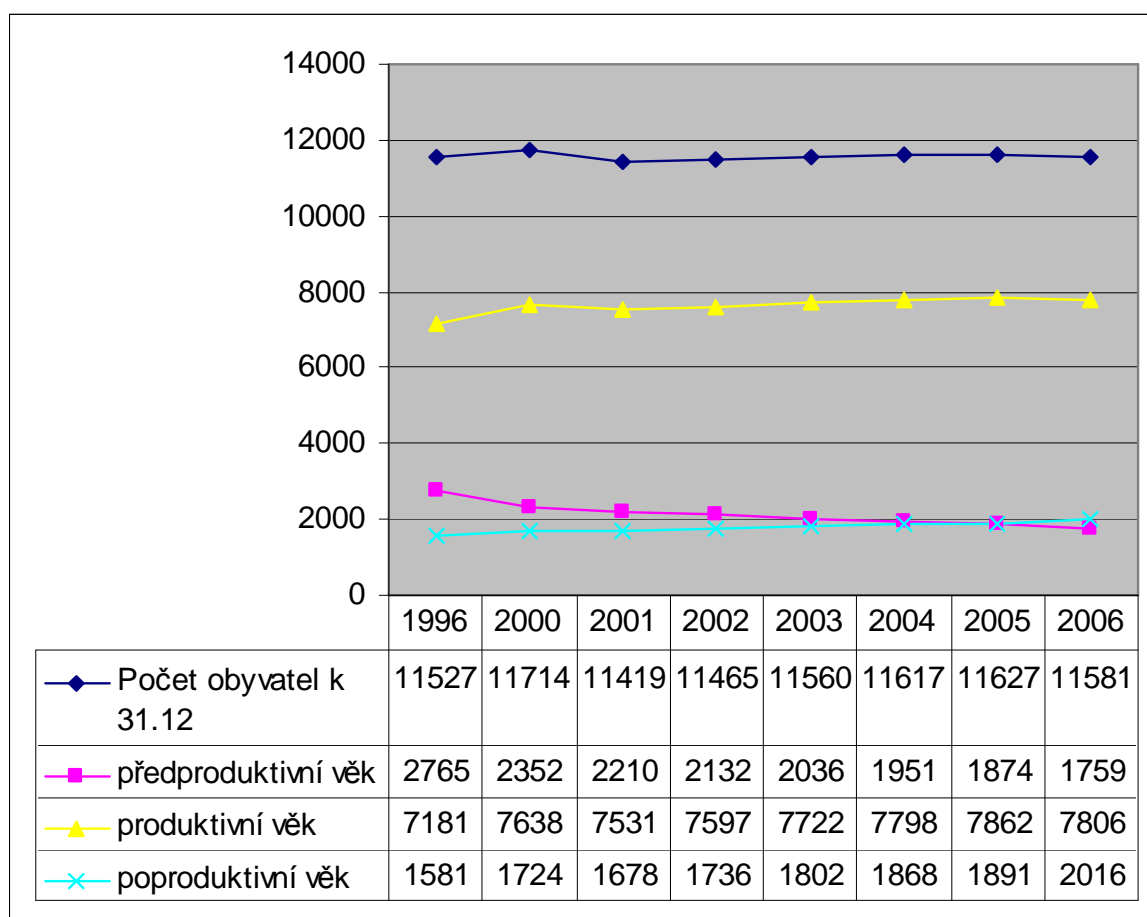
V roce 1736 získal Holíč František Lotrinský, manžel Marie Terezie, což se výrazně odrazilo také na životě obyvatel města. Rozsáhlý opevněný holíčský zámek se po přestavbě stal oblíbeným sídlem císařské rodiny. Nastal prudký růst počtu obyvatel města, které se od roku 1738 nazývalo císařsko-královským privilegovaným městečkem. Právě v tomto období je patrná mohutná stavební aktivita, což dalo vzniknout řadě významných děl, které jsou v současnosti kulturními památkami. František Lotrinský taktéž založil manufakturu na výrobu fajansy, kterou sem přinesli Habáni. V roce 1805 se Holíč stal přímým účastníkem napoleonských válek, když sem po bitvě u Slavkova ustoupila ruská armáda.

Po druhé světové válce nastoupila éra přebudovávání. Byla vybudována čtyři velká sídliště, síť sociálních, školských zařízení, což při neuvážlivém způsobu zástavby mělo bohužel za následek narušení kompaktnosti historické architektury. Ekonomická situace v 90. letech 20. století způsobila chátrání veřejného majetku a jeho obnova se uskutečňuje velmi pozvolna.

### 5.3 Sociálněekonomický charakter města

#### 5.3.1 Struktura obyvatelstva

Populační vývoj ve střední a západní Evropě je charakteristický stagnací porodnosti, a i když dochází ke snižování úmrtnosti, přirozený přírůstek obyvatelstva je nízký nebo dokonce negativní – populace stárne. V minulosti bylo město nejvýznamnějším střediskem osídlení v severovýchodní lokalitě záhorské nížiny, dominantní postavení mělo v 18. a 19. století jako intenzivně využívané císařské sídlo. V současnosti (k 31. 12. 2006) má Holíč 11581 obyvatel a i zde se projevuje stagnace demografického vývoje, což dokumentuje následující graf.



Graf 1. Věková struktura obyvatelstva [36], [37]

Degresivní vývoj struktury obyvatelstva je zřejmý z vývoje věkové struktury obyvatelstva. Zatímco v roce 1996 bylo pouze 14 % obyvatel města v poproduktivním

věku a 24 % ve věku předproduktivním, za deset let se situace úplně změnila. Procentuální podíl lidí v poproduktivním věku je o 2 % vyšší než je tomu u předproduktivní skupiny. Vzhledem k tomu, že skupina produktivních obyvatel je v podstatě stabilní, lze z tohoto závěru potvrdit názor, že ubývá počet narozených dětí, což ostatně dokazuje i následující tabulka.

*Tabulka 1. Porovnání věkové struktury obyvatelstva v letech 1996 a 2006 [vlastní zpracování]*

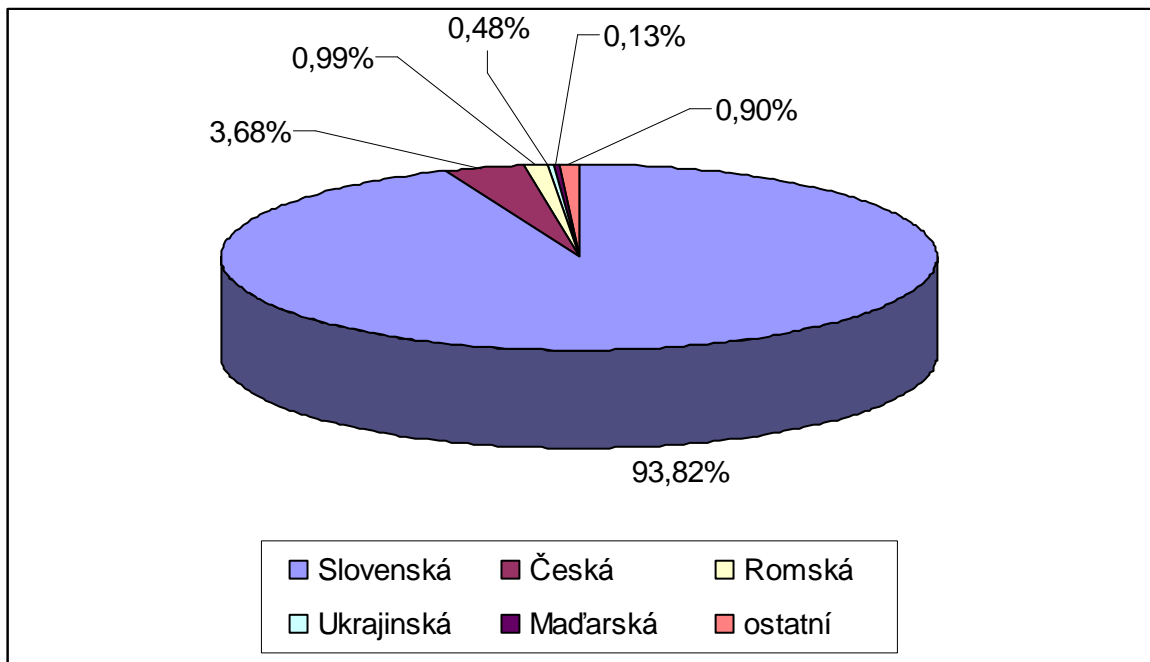
Počet obyvatel	věk			CELKEM
	předproduktivní	produktivní	poproduktivní	
<b>Rok 1996</b>	2765	7181	1581	<b>11527</b>
<b>Rok 2006</b>	1759	7806	2016	<b>11581</b>
<b>Rozdíl 2006-1996</b>	<b>-1006</b> <b>(-36,4 %)</b>	<b>625</b> <b>(+8,7 %)</b>	<b>435</b> <b>(+27,5 %)</b>	<b>54</b> <b>(+0,5 %)</b>

Z tabulky je zřejmé, že úbytek dětí je skutečně markantní – jejich podíl v populaci města se zmenšil o více než jednu třetinu. Mírný nárůst (8,7 %) počtu lidí v produktivním věku zajisté zapříčinilo i posunutí hranice odchodu do důchodu, jinak by byl podíl obyvatel v poproduktivním věku ještě větší. Tabulka nám taktéž ukazuje, že počet obyvatel je prakticky stabilní, pouze se mění věková struktura.

### **Národnostní struktura**

Z hlediska národnostní struktury je obyvatelstvo homogenní, kromě slovenské národnosti má nejvyšší zastoupení národnost česká a na třetí pozici jsou občané romské národnosti. Tato skupina se ovšem vyznačuje nejvyšší natalitou.

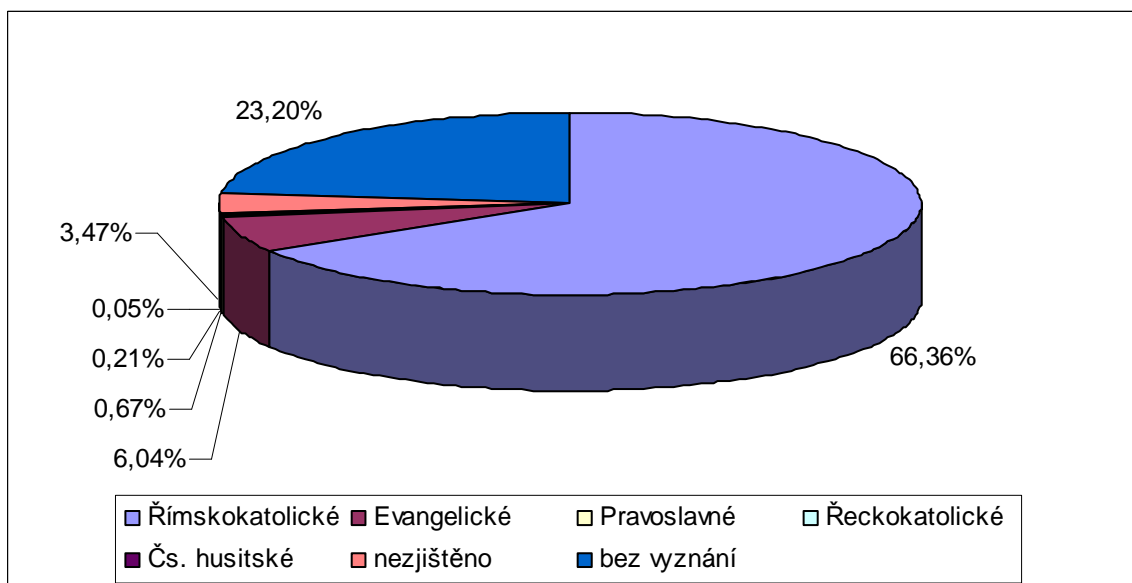




Graf 2. Národnostní struktura obyvatelstva města Holíč [37]

### Náboženské vyznání

Z hlediska náboženského vyznání se obyvatelstvo příliš neodlišuje od celostátního průměru. Dvě třetiny obyvatel se hlásí k římskokatolické církvi, téměř čtvrtina je bez vyznání.

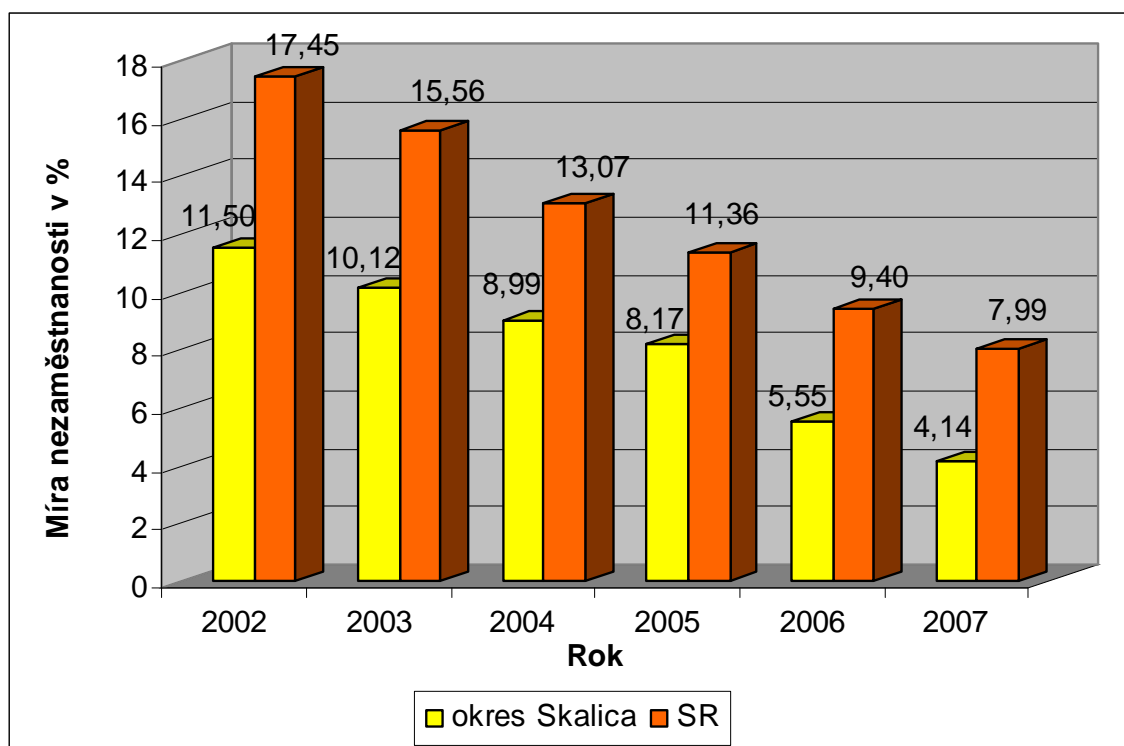


Graf 3. Náboženské vyznání obyvatelstva města Holíč [37]

Údaje z grafů č. Graf 2 a Graf 3 jsou získané ze sčítání lidu, domů a bytů v roce 2001.

### 5.3.2 Zaměstnanost

Pro okres Skalica, jehož součástí je i Holíč, je příznačná nízká míra nezaměstnanosti, která dosahovala v lednu 2008 4,31 %, přičemž celoslovenský průměr byl v této době 8,06 %. Velkou zásluhu na nízké míře nezaměstnanosti má především sousední Skalica s rozvinutějším průmyslem, kam každodenně proudí početná skupina obyvatel Holíče za prací. V samotném městě Holíč je pouze jediná velká firma (Eissmann zaměstnává 1000 pracovníků, z ostatních firem už žádná nezaměstnává více než 200 pracovníků). Díky dobré poloze města ve středu trojúhelníku Bratislava – Brno – Trnava netrpí město vyšší nezaměstnaností, neboť mnoho obyvatel nalezne dobrá pracovní místa v poměrně blízkém okolí.



Graf 4. Vývoj míry nezaměstnanosti v okrese Skalica v porovnání se SR v letech 2002 – 2007 [38]

### 5.4 Lokalizační faktory

Lokalizační faktory jsou nezbytné při umístění realizace cestovního ruchu. Jako zásadní lokalizační faktory vystupují přírodní podmínky a atraktivita a společenské podmínky a atraktivita.

### 5.4.1 Přírodní podmínky

#### Geologie

Město Holíč se nachází na rozhraní dvou geologických celků. Severozápadní část katastrálního území je nížinného charakteru, tvořena říčními úrodnými naplaveninami v nivě řeky Moravy, v jihovýchodní části zasahuje do katastru Chvojnická pahorkatina tvořená druhohorními horninami, na kterých jsou naváté úrodné spraše.

#### Klimatické podmínky

Z hlediska klimatických typů patří město k teplejším oblastem s nížinným typem klimatu. Mírně sušší podnebí s ročním úhrnem srážek 560 – 680 mm má průměrnou teplotu v lednu v rozmezí  $-1$  –  $-3$  °C a červnu 19,5 – 20,5 °C. Průměrná roční teplota dosahuje hodnot 8 až 10 °C, celoroční rozsah maximálních teplot se pohybuje v intervalu  $-16,5$  – 33 °C. Míra oblačnosti v prosinci je přibližně 80 – 85 %, v září pouze 40 – 45 %. Trvání slunečního svitu ve vegetačním období přesahuje hranici 1800 h. Vzhledem k typu klimatu doba trvání sněhové pokrývky nepřesahuje 90 dnů. Oblast je ze severu více exponována a podléhá větrným vlivům, především ze severního a severozápadního směru.

#### Hydrologické poměry a flóra

Území města se nachází v povodí řeky Morava, která je přítokem řeky Dunaj, patřící do úmoří Černého moře. Severozápadní oblast katastru se rozprostírá v levostranné nivě Moravy. Neustálé nebezpečí povodně bylo hlavní příčinou, proč se v 60. letech 20. století přistoupilo k regulaci řeky. Regulace znamenala v mnoha úsecích především napřímení toku prokopáním a ohrazením meandrů řek. Hlavní koryto řeky bylo vyrovnáno a byl vybudován ochranný hrázový systém. Některé meandry byly zasypány, některé však byly ponechány jako slepá ramena – na celém toku Moravy je více než 180 takových ramen. Záplavové území bylo postupně zmenšeno a došlo k rozsáhlému odvodňování. Louky v záplavovém území byly přeměněny na ornou půdu. To značně zmenšilo retenční kapacitu povodí. Napřímením koryta se výrazně snížila samočisticí schopnost řeky (asi trojnásobně oproti období před regulací). Z jihovýchodní části katastru jsou povrchové vody odváděny především potokem Chvojnica.

Rozhraní dvou geologických oblastí je patrné i na rozdílných typech lesních porostů v severozápadní a jihovýchodní části katastru. Zatímco v severozápadní části se nacházejí druhově rozmanité lužní lesy (dub, jasan, jilm, osika, buk, topol, vrba), v části

jihovýchodní je druhová skladba odlišná a méně pestrá (smrk, bříza). Lesy tvoří přibližně 19 % katastrálního území města.

### **Ovzduší**

Celý okres Skalica patří z hlediska čistoty ovzduší spíše k méně zatíženým oblastem, a proto není potřeba zabezpečovat zvláštní ochranu ovzduší. Největším producentem škodlivých látek jsou zařízení v jednotlivých rodinných domech, kde je často spalováno nekvalitní palivo, čímž dochází k úniku látek s vysokým obsahem síry a těžkých kovů do ovzduší. Hlavní úlohou v této oblasti bude eliminace spalování nekvalitního paliva.

### **5.4.2 Přírodní atraktivita**

Předpoklady pro konkrétní formy cestovního ruchu vytvářejí přírodní atraktivita. Pro okolí města Holíč jsou to zejména podmínky vhodné pro pěstování pěší turistiky, cykloturistiky a jízdy na koni. V relativně blízkém okolí díky výhodné poloze na střetu dvou geologických celků můžeme nalézt lehčí, nenáročné trasy vedoucí nížinatými oblastmi a zároveň trasy s větším převýšením. Mezi nejvýznamnější přírodní atraktivita a turistické cíle v okruhu 15 km patří:

#### **CHKO Biele Karpaty/Bílé Karpaty**

Slovenská strana Bílých Karpat se člení na dvě základní tektonická pásma – na jihovýchodním obvodu úzký pruh bradlového pásma a na severozápadním obvodu pruh flyšového pásma. K nejpozoruhodnějším fenoménům Bílých Karpat patří různorodost vegetace. Ačkoliv katastrem města přímo neprochází CHKO, vzdušnou čarou jsou její hranice vzdáleny méně než 10 km. I když Holíč nemá tak výhodnou polohu jako sousední okresní město Skalica, v jehož katastru se již CHKO přímo nachází (oblast Zlatnícka dolina je významným centrem příměstské rekreační turistiky), nesmíme tuto významnou přírodní atraktivitu opomenout.

#### **Mrtvé rameno Lipa (Štepnické rameno)**

Řeka Morava před regulací tvořila hustou síť meandrů a mrtvých ramen, pravidelně zaplavovala široké území. Toto území se rozkládalo až do vzdálenosti 3 km od hlavního koryta. Při regulaci se přistoupilo k vyrovnání koryta, což výrazně poškodilo místní ekosystém. V prostoru mezi hrázemi se udržely už pouze zbytky mrtvých ramen. Chráněný areál Mrtvé rameno Lipa vyhlášený v roce 1989 představuje jeden z posledních zbytků

ramen a jezer levobřežní nivy řeky Morava se zachovalou přirozenou vodní a bažinnou vegetací a živočištvem.

### **Mrtvé rameno Ivánek a Kátovské rameno**

Přírodní památky představující podobně jako mrtvé rameno Lipa území s výskytem chráněných a ohrožených druhů fauny a flóry vázaných na vodní a bažinné biotopy s tím rozdílem, že obě mrtvá ramena jsou propojena úzkým kanálem přímo s řekou Moravou. Výše vodní hladiny mrtvého ramena Ivánek se mění společně s říční hladinou, Kátovské rameno je opatřeno stavidly. Území jsou hodnotná z vědecko-výzkumného, naučného a kulturně-výchovného hlediska.

### **Zámčisko**

Zámčisko je jeden ze čtyř podcelků Chvojnické pahorkatiny. Nejvyšším bodem podcelku je stejnojmenný vrch Zámčisko (434 m n. m.) porostlý dubovými lesy, které tvoří souvislý porost. Zámčisko bylo opevněné hradiště ze starší a střední doby bronzové (2000 – 1250 př. Kr.). Připravuje se zařazení tohoto území do národního záznamu evropsky významných území.

### **Kátovské jezero**

Kátovské jezero se nachází západně od obce Kátov. V jižní části je propojeno kanálem, do kterého je odváděna přebytečná voda z Kátovského ramena. Množství vody v jezeře závisí od průsaku vody a od stavu hladiny podzemních vod. Chráněný areál představuje plytší vodní plochu s mírnými břehy porostlými z jedné strany ostřicemi, rákosím, z druhé strany porostem vrb, topolů a hustého křoví.

### **Veterník**

Území ležící mezi městy Skalica a Holíč, kde můžeme nalézt poslední zbytky typické vegetace skalní stepi v západní části Myjavské pahorkatiny s početným výskytem ojedinělých a chráněných druhů rostlin. Na místech bývalých vinogradů se vytvořily příznivé podmínky pro rozvoj stepní a lesostepní vegetace.

### **Chvojnica**

Potok Chvojnica protékající i katastrem města je nejzachovalejším tokem západní části CHKO Biele Karpaty a přilehlého území, bohužel je však poznamenán vydatným

odlesněním povodí. Je útočištěm hodnotné teplomilné hydrofauny a jeho břehové porosty jsou význačným ekostabilizačním prvkem.

### 5.4.3 Společenské podmínky a atraktivita

Řadíme sem především stálé objekty (hrady, zámky, kostely, kaple apod.) a jednorázové akce (veletrhy, jarmarky, koncerty, festivaly aj.). Jejich atraktivitu může zvyšovat také skutečnost, že se nacházejí v oblastech přitažlivých i z hlediska přírodních podmínek. Mezi nejvýznamnější atraktivita ve městě Holíč z tohoto hlediska patří:

#### Zámek Holíč

V roce 1736 získala Holíč císařsko-královská rodina Habsburků. Manžel Marie Terezie František Lotrinský se snažil vybudovat z Holíče hospodářské středisko panství. Holíčský zámek se v letních měsících stal sídlem císařského dvora. Středověký vodní hrad s hvězdicovým protitureckým opevněním byl v l. 1736 – 1755 přestavěn na reprezentační sídlo. Nejstarší nálezy z areálu zámku pocházejí z 12. století. Ve 14. století tu stál palác, který se dodnes zachoval v jižním křídle, v 16. století měl palác až čtyři křídla. V 16. století byla taktéž kolem paláce vybudována renesanční hvězdicová protiturecká pevnost a v roce 1678 byla obestavěna novou cihlovou zdí. Dnešní vzhled je výsledkem přestavby pod vedením architektů a umělců J. N. Jadota, F. A. Hildebrandta a J. B. Chamanta a zařazuje se k vrcholným barokním dílům na našem území. Z původní dekorace interiéru se zachovaly nástěnné malby v Čínském sále, které pocházejí ze začátku druhé poloviny 18. století. Současný pozdně barokní vzhled holíčského zámku je výsledkem přestavby renesanční protiturecké pevnosti na reprezentační sídlo císařské rodiny Habsburků. Obytná budova je třípodlažní, s půdorysem ve tvaru písmene U. Opevněná je mohutným zdvojnásobeným systémem hradební zdi a příkopy. Do roku 1918 opevněný areál obklopoval veliký park ohrazený kamennou zdí. Mohutnost celého objektu umocňují nízké přízemní hospodářské budovy situované po obvodu obranného systému. Základním kompozičním schématem architektury okolního areálu a přilehlého parku byl systém čestného dvora s mohutnou kaštanovou alejí, která vytvářela monumentální nástup k slavnostním prostorům vlastní architektury. Monumentalita objektu, jeho velkorysá architektonická koncepce a bohatá historie byly důvodem vyhlášení Zámku Holíč za národní kulturní památku (v roce 1970). Celý objekt je momentálně v rekonstrukci.

### **Kostel sv. Markéty Antiochijské**

I když gotizovaný, původně románský kostelík neleží přímo v katastru města (nachází se asi 4 km jihozápadně od centra města Holíč, v katastru obce Kopčany), vzhledem k významnosti objektu je potřeba jej zde uvést. Podle posledních výzkumů pochází kostelík z 9. století a vznikl v souvislosti s vybudováním velkomoravského hradiště *Valy u Mikulčic*. Je tak nejstarším v této podobě dochovaným kostelem nejen na území Česka a Slovenska, ale údajně i v celé střední Evropě. Je také jedinou stavbou z 24 známých zachovaných staveb z období Velkomoravské říše, která se dochovala ve větším rozsahu než jsou pouze základy – kostelík je z 80 % původní stavbou. Výsledky průzkumů v okolí kostela v letech 1994 – 2000 dokazují intenzivní osídlení okolí již od pozdní doby kamenné. Dosavadní výzkum historické topografie naznačuje, že poslední obyvatelé osady z okolí kostela sv. Markéty Antiochijské odešli pravděpodobně do dnešních Kopčan v 16. – 17. století. Momentálně se plánuje propojení areálu v Mikulčicích a prostoru kolem kostelíka pomocí mostu pro pěší a cyklisty přes řeku Moravu, což výrazně přispěje ke zvýšení turistické atraktivnosti celého regionu. Vzdušnou čarou jsou totiž tyto dvě významné atraktivity vzdáleny pouze 2 km.

### **Větrný mlýn**

Jediná budova svého druhu na Slovensku. Kamenný třípodlažní podsklepený objekt pochází z osmdesátých let 19. století a je jedním z tzv. holandských typů větrných mlýnů. Jeho základem byla zděná budova s kruhovým půdorysem. V minulosti měl mlýn pohyblivou kuželovitou střechu s větrným kolem, které se dle potřeby natáčelo ve směru větru. V roce 1926 byla otočná střecha nahrazena cihlovou kupolí, mlýn byl zrušen a v současnosti slouží mysliveckému spolku. Tato oblast má velký turistický potenciál, který ovšem dosud není dostatečně využíván.

### **Budovy Holíčské manufaktury**

Barokně-klasicistní budovy jsou symetricky řešeny a pocházejí z druhé poloviny 18. století. Nejstarší je východní komplex budov vybudován na místě starších habánských keramických dílen. V roce 1755 majitel manufaktury František Lotrinský začal se stavbou nových manufakturních budov. Výrobní objekty byly situovány do východní části komplexu budov do dvou dvoupodlažních křídel. Protilehlá symetrická část sloužila jako byty řemeslníků. V l. 1783 – 1791 byla ve fabrické části budovy přistavěna další dvě

jednopodlažní křídla, v současnosti už většinou asanovaná, která v sobě zahrnuje i části obvodových zdí starších staveb. V západní části se nacházejí některá oddělení Městského úřadu a Muzeum keramiky zaměřené především na produkci holičské manufaktury, které je vysunutou expozicí Záhorského muzea ve Skalici. Nádvoří západní manufakturní budovy je místem, které v létě slouží ke kulturním akcím. Nachází se zde i lapidárium, které je jediným svého druhu na Slovensku. V jeho středu je situován 4,2 m vysoký kámen, ostatní kameny jsou rozestaveny tak, aby jeho stín ukazoval celé hodiny, nejpřesněji právě v den letního slunovratu. Část kamenů ze záhadného prehistorického objektu je zdobena rytinami s magickou symbolikou. Největší kámen je dlouhý 6,8 m a dosud bylo při stavebních pracích objeveno více než 30 kamenů. Objekt má dostatečný potenciál na to, aby se po rekonstrukci východní části stal pravým historickým centrem města.

### **Podzemní systém hradních chodeb**

Podzemní chodby byly budovány jako součást pevnostního systému již od začátku 14. století, kdy v tomto místě stál středověký vodní hrad. Chodby se rozvětvují od zámku do okolí a dosud se jich podařilo objevit osm. Jedna chodba vede až ke kostelu sv. Markéty Antiochijské. Po rekonstrukci, která by ovšem byla finančně značně náročná, by mohl být systém chodeb velmi netradičním turistickým lákadlem.

### **Kostel Božského srdce a Loretánská kaple**

Uvedené objekty patří k dominantám Náměstí míru v centru města. Gotický kostel z roku 1387 je jednodílný, zaklenutý valenou klenbou s lunetami. V letech 1387 – 1780 sloužil jako farní kostel, zasvěcený byl střídavě Božímu tělu a sv. Martinovi. V průběhu sedmnáctého století byl barokně upraven a doplněn věží. Barokní hlavní oltář zasvěcený sv. Martinovi a boční oltáře zasvěcené sv. Sebastiónovi a sv. Rodině se dodnes zachovaly v jiných kostelech, resp. kaplích. Současné zvony byly instalovány 25. května 1924. Lavice v lodi jsou nové, lavice v sanktuáriu a lustry z broušeného skla pocházejí ze zámecké kaple. Levý boční oltář Panny Marie byl přenesen z Loretánské kaple, pravý a hlavní oltář jsou nové. Loretánská kaple je v jádru gotická budova, která byla postavena ve 14. století. Archeologickým průzkumem v roce 1978 se potvrdilo to, co má pro Holíč velký historický význam, a to že gotická stavba vznikla na základech staršího, románského objektu s nejvrchnější hranicí datování do 13. století. Kanonická vizitace z roku 1731 označila tuto kapli jako starý farní kostel. Archeologickým průzkumem byly odkryty základy staršího



dvoupodlažního jednoprostorového kostelíka obdélníkového půdorysu 6,5 x 9,1 x 8,3 metru s trojbokým uzávěrem. Pod vstupem do tohoto objektu ze 13. století se odkrylo 4,5 m dlouhé a 0,8 m široké kamenné zdivo, které potvrdilo existenci ještě staršího sakrálního objektu, postaveného před zachyceným jednoprostorovým románským kostelíkem. Jelikož se s archeologickým průzkumem dále nepokračovalo, jeho datování je otázkou.

### **Trojiční sloup**

Trojiční sloup se taktéž nachází na náměstí Míru a pochází z roku 1901. Na šestnáctibokém podstavci na čelní a dvou bočních stranách jsou umístěny tři pískovcové sochy svatých. Zpoza jejich zad vyrůstá válcový trojitý sloup zakončený hlavicemi s akanty a tvářemi andělů. Na vrcholu sloupu se nachází sv. Trojice. Na čelní straně podstavce je nápis EX PIIS OBULIS FIDELIUM HOLICS 1901.

### **Farní kostel sv. Martina z roku 1755 a klášter Kapucínů**

Původně kostel a klášter kapucínů tvoří jednodlní stavba se svatyní rovného uzávěru a s nižšími kaplemi v přízemí přilehlé budovy fary. Strop kostela má pruskou klenbu. Výzdoba interiéru je z roku 1927. Hlavní oltář je barokní, obnovený byl v roce 1927. Na levé straně svatyně je plastika sv. Michaela arch. z 18. století a mramorová křtitelnice, taktéž z 18. století. Z barokního interiéru se zachovaly dva boční sloupové oltáře, dřevěná, pozdně barokní kazatelna a kaple s mramorovým sloupovým oltářem se sochou Panny Marie z rakouského města Bruck. Klášter je přistavěn k východní straně kostela a má čtvercový půdorys s dvorem ve středě. Kostel i klášter spravuje řád Premonstrátů.

### **Toleranční evangelický kostel**

Klasicistní stavba z roku 1787. Jednodlní prostor je zaklenutý valenou klenbou s lunetami. Fasáda je členěna lizénami a okny s jednoduchou šambránou. Vnitřní zařízení je původní.

### **Měšťanský dům**

Původně barokní obecní dům z roku 1624 v roce 1910 přestavěný v secesním stylu, momentálně využíván jako sídlo městského úřadu. Dvoupodlažní stavba s mansardovou střechou má asymetricky řešený vstup uzavřený kovanou mřížovou bránou, nad vstupem na secesní fasádě ve štukové omítce je erb města s datováním 1624 – 1910.

### **Floriánská kaple**

Centrální polygonální barokně-klasicistní stavba byla postavena na místě staršího sakrálního objektu na hřbitově. Předpokládá se, že je to místo s nejstarším osídlením.

### **Vodní mlýn**

Dvoupodlažní, v hospodářské části třípodlažní budova zámeckého vodního mlýna je uváděna již v roce 1554. V pravé části v přízemí se nachází hospodářská část se sklepem zaklenutým valenou klenbou. Tak jako všechny hospodářské objekty v okolí zámku je i mlýn se zámkem spojen podzemní chodbou. V levé části je poměrně zachovalé mlýnské zařízení z konce 19. a začátku 20. století.

### **Barokní ústřední sýpka**

Barokní pětipodlažní dvoutraktová stavba byla budována jako ústřední sýpka C. K. majetků. Sýpka slouží svému původnímu účelu.

### **Lihovar**

Lihovar je technickou památkou z roku 1880. Byl součástí hospodářského areálu holíčského zámku.

### **Významné kulturní, společenské a sportovní akce**

Jak již bylo zmíněno, ke společenským podmínkám a atraktivitám se řadí také akce různého druhu. Mezi nejvýznamnější akce ve městě Holíč patří tyto:

- Letní jarmark (červen; v roce 2008 se koná XVII. ročník)
- Mezinárodní výtvarné sympozium (červenec)
- Amfifest – (červenec) festival hudby a zábavy, prezentace mládežnických hudebních skupin
- Tradice bez hranic (srpen) – přitažlivé oživení historie, sportovní den, Svátek cibule a rytířské hry
- Mezinárodní festival dechových hudeb (srpen; VI. ročník)
- Velká cena města Holíč (září; XVI. ročník) – běžecké závody
- Burza a výstava historických vozidel (duben a září)

- Pochod po stopách Marie Terezie (září; XII. ročník)
- Dny evropského kulturního dědictví (září) – dny otevřených dveří v památkových objektech
- Zámecké pivní slavnosti (září; II. ročník)
- Výstava a soutěž ve tvarování bonsají (říjen; V. ročník)
- Tradiční Martinský jarmark (listopad; XVIII. ročník)
- Mezinárodní silniční běh Hodonín – Holíč – Skalica (prosinec; XVIII. ročník)
- Holíčské adventní a vánoční dny (prosinec; V. ročník)

## 5.5 Realizační faktory

Tyto faktory významně ovlivňují rozvoj cestovního ruchu, neboť zahrnují sektory dopravy a turistické infrastruktury.

### 5.5.1 Doprava a dopravní dostupnost oblastí

#### Silniční doprava

Město Holíč tvoří křižovatku dvou významných silničních komunikací představujících spojnice výrazně nadregionálního charakteru. Komunikační trasy tvoří silnice I. třídy:

- *E 51 (Břeclav/Brno) – Hodonín – Holíč – Trnava,*
- *I/2 (Skalica) – Holíč – Kúty – (Malacky – Bratislava).*

Uvedené silniční tahy kapacitně dostačují pro rekreační dopravu a turismus, pro hospodářskou dopravu jsou ovšem dostačující pouze v omezené míře. Vzniklá situace bude řešena obchvatem města – větev jihozápad jako pokračování silnice I/2 v souběhu se železniční tratí po Kátovskou silnici a větev severovýchod jako pokračování cesty I/51 od kruhového objezdu nad obcí Trnovec po Kátovskou silnici, přičemž bude řešeno příčné přepojení Holíč – Hodonín z jihozápadní větve.

#### Železniční doprava

Přes město Holíč vede v současnosti pouze jedna železniční trasa pro osobní přepravu, a to jednokolejná trať *Skalica – Kúty*, která je v úseku Holíč – Kúty elektrifikovaná.

Elektrifikovaná je taktéž trať ve směru do Hodonína, osobní přeprava na úseku Holíč – Hodonín je ovšem momentálně zastavena, z čehož vyplývá, že město nevyužívá možnost napojení na mezinárodní železniční koridor Bratislava – Bohumín – Ostrava – Varšava.

### **Letecká doprava**

Nejbližší dostupné mezinárodní letiště je v Brně, vzdálené od města Holíč 60 km. Nejbližší mezinárodní letiště nacházející se v tuzemsku je v Bratislavě ve vzdálenosti 90 km. Ve Vídni je nejbližší letiště evropského významu, vzdálené přibližně 135 km. K dispozici pro sportovní účely je i místní letiště Aeroklubu Holíč, které je ve stádiu obnovování sezónní letecké dopravy pro turisty.

### **Cykloturistická doprava**

Jak již bylo zmiňováno, okolní ráz krajiny je velmi vhodný pro cykloturistiku, u níž neustále dochází k prudkému rozvoji. Na rozdíl od ČR jsou cyklostezky na Slovensku značeny podobně jako čtyřbarevné pásové turistické značení pro pěší. Barevný pás pouze nahrazuje písmeno „C“ v příslušné barvě. Katastrem města Holíč procházejí celkem čtyři cyklistické stezky, z toho dvě významnější, tzv. cyklomagistrály:

- *Záhorská cyklomagistrála* – červeně značená stezka vede od hradu Devín přes Zahor, Malacky, Saštín-Stráže, Holíč a Skalici do Senice. Jejím cílem je nabídnout návštěvníkům možnost poznat nejzajímavější města v regionu.
- *Cyklomagistrála kolem řeky Moravy* – taktéž červená cyklostezka umožňující poznávání údolní nivy řeky Moravy vedoucí většinou po hrázích Moravy. Začíná ve skalickém přístavišti a po hrázi vede kolem Holíče, Kopčan a Brodského do místa hraničního přechodu Kúty. Po hrázi pak dále pokračuje k řece Myjavě a přes nově vybudovanou cyklolávku k hraničnímu přechodu Moravský Sv. Ján.
- *Modrá trasa* vede z Holíče kolem letiště a podél potoka Výtržina, načež se napojuje na Cyklomagistrálu kolem řeky Moravy
- *Žlutá trasa* je pouze spojka Záhorské cyklomagistrály a Cyklomagistrály kolem řeky Moravy.

## 5.5.2 Turistická infrastruktura

### Ubytovací kapacity

Poskytování ubytovacích služeb je jedním ze základních předpokladů pro rozvoj pobytového cestovního ruchu. Kromě poskytnutí možnosti přenocování nebo přechodného ubytování účastníkům cestovního ruchu mimo místo jejich trvalého bydliště zahrnují také uspokojení dalších potřeb, které s přenocováním nebo přechodným ubytováním souvisejí.

Nabídka ubytovacích služeb ve městě je vzhledem k rozvíjejícímu se trhu cestovního ruchu nedostatečná. Při dobrých předpokladech pro turistiku a cykloturistiku chybí především kapacity střední a nižší kategorie s možností úschovy kol.

Tabulka 2. Ubytovací zařízení ve městě Holíč [36]

Název ubytovacího zařízení	Kapacita lůžek
Hotel SAN	34
Penzion VALO	18
Hotel AIR	13
Furmanský dvůr	37
Dům turistiky	24
<b>Celkem</b>	<b>126</b>

### Stravovací služby

Na rozdíl od ubytovacích služeb jsou stravovací služby vzhledem k počtu návštěvníků města na dostačující úrovni. Chybí zde ovšem propojení stravovacích a ubytovacích služeb – pouze 4 zařízení nabízejí obě služby. Pouze výjimečně jsou ubytovací a stravovací kapacity poskytovány v souvislosti s jinými službami cestovního ruchu.

Tabulka 3. Stravovací zařízení ve městě Holíč [36]

Název stravovacího zařízení	Kapacita míst
AIR kavárna	88
Furmanský dvůr	70
Chess club Café	100
Kavárna Reno	25
Pizzeria NICOL	30
Pizza e Ristorante	75
Restaurace na Kopčanskej	100
Restaurace Koral	120
Restaurace na Špici	80
Restaurace SAN	80
Restaurace Valo	140
<b>Celkem</b>	<b>908</b>

### Turisticko-informační centrum

Turisticko-informační centrum pod správou městského úřadu podporuje vytváření materiálních a organizačních předpokladů ve městě pro poskytování potřebných informací návštěvníkům a obyvatelům města. Mezi hlavní činnosti turisticko-informačního centra patří:

- spolupráce s dalšími turisticko-informačními centry
- zabezpečování průvodcovských služeb po historických památkách
- rozšiřování nabídky sekundárních služeb a informovanost o kulturních a sportovních akcích
- informuje o historii a kulturních památkách v Holíči a okolí
- distribuce informačních materiálů

- tvorba a údržba kalendáře akcí
- zprostředkování služeb

### **Internetové informační služby**

*www.holic.sk* – oficiální stránky města Holíč, na kterých nalezneme základní informace o městě, o činnosti městského úřadu a kontakty na jednotlivé odbory, o aktuálních kulturních a sportovních akcích. Pro turisty jsou taktéž dostupné informace o ubytování a poskytovaných službách. Nedostatkem těchto stránek je neexistence jazykových mutací. Z hlediska návštěvníků je velmi zajímavá i stránka celého regionu dostupná na *www.izahorie.sk*.

## 6 SWOT ANALÝZA

SWOT analýza je vyjádřením a posouzením silných stránek (daných kvalit) a slabých stránek (nevýhod) města v souvislosti s jeho budoucím rozvojem. Současně se zvažují příležitosti (možné budoucí aktivity nebo způsoby využití silných stránek) a hrozby (nebezpečí) pro rozvoj města. SWOT analýza je velmi významným podkladem pro další plánování rozvoje města, neboť podstata vytváření strategie rozvoje bude spočívat ve hledání:

- možností zachování, rozvíjení a využití silných stránek
- řešení stránek slabých
- způsobu realizace příležitostí pro další rozvoj
- opatření pro eliminaci hrozeb

### 6.1 Silné stránky (Strengths)

- ↗ velmi výhodná geografická poloha města
- ↗ dobrá dopravní dostupnost z velkých měst (Bratislava, Trnava, Brno, Vídeň, Praha)
- ↗ území vhodné pro pěší turistiku, cykloturistiku a jízdu na koni
- ↗ kvalitní a rozvinutá síť cyklostezek s napojením do České republiky
- ↗ relativně kvalitní životní prostředí
- ↗ příznivé klimatické podmínky
- ↗ historie města
- ↗ relativně dostačující kapacity restauračních služeb
- ↗ nepříliš obvyklý (neokoukaný) ráz přírody (lužní lesy, mrtvá ramena)
- ↗ dostatečný počet kulturních památek
- ↗ pestrá nabídka kulturních, společenských a sportovních akcí
- ↗ možnost trávení volného času v okolní přírodě
- ↗ možnost spojení poznávacího výletu s pobytem v přírodě
- ↗ blízkost Baťova kanálu



- ↪ řeka Morava vhodná pro rozvoj turistiky, rybaření, vodní sporty a letní pobytovou turistikou
- ↪ dobré možnosti venkovské a vinařské turistiky v okolí
- ↪ vnitrostátní letiště pro individuální osobní dopravu

## 6.2 Slabé stránky (Weaknesses)

- ↪ nedostatek doprovodné turistické a cykloturistické infrastruktury (přístřešky, lavice, informační tabule, stolky, odpočívadla, mobilní odpadkové koše apod.)
- ↪ omezená nabídka doprovodných turistických služeb (půjčovna kol, servis kol atd.)
- ↪ dysfunkční komplex Zámku Holíč
- ↪ slabé podnikatelské zázemí v oblasti cestovního ruchu
- ↪ nedostatečná spolupráce veřejného a podnikatelského sektoru
- ↪ nekomplexnost nabídky služeb cestovního ruchu
- ↪ nadměru špatný stav kulturně-historických památek
- ↪ krátkodobý pobyt návštěvníků kvůli omezené nabídce produktů cestovního ruchu
- ↪ neuspokojivé množství ubytovacích kapacit
- ↪ nízká koordinace činností v cestovním ruchu
- ↪ nedostatečné napojení města na železniční dopravní síť
- ↪ omezená nabídka obchodů v centru města
- ↪ špatná propojenost místních přírodních památek mezi jednotlivými městy a obcemi
- ↪ vzhledem k charakteru území malý počet lávek, kde by mohli turisté překročit vodní toky
- ↪ řídká síť značených stezek pro pěší turistikou
- ↪ nedostatek oddechových zón ve městě
- ↪ část přírodních památek neleží na vyznačených stezkách, a proto se nedostanou do povědomí turistů
- ↪ malá návaznost stezek pro pěší turistikou na okolní síť stezek

- ↪ vysoká sezónnost cestovního ruchu
- ↪ nedostatečná infrastruktura ke střediskům cestovního ruchu s celoročním využitím
- ↪ neexistence nabídky služeb v cestovním ruchu pro zimní období
- ↪ chybějící kempy a síť turistických ubytoven
- ↪ nevyužívání možnosti letecké a vodní dopravy pro zvýšení turistické atraktivnosti
- ↪ nedostatečná nabídka produktových balíčků pro návštěvníky
- ↪ nevyužitý potenciál přírodních zvláštností okolí
- ↪ havarijní stav některých sportovních areálů
- ↪ slabá propagace města
- ↪ výskyt černých skládek
- ↪ občasné záplavy v nivě Moravy
- ↪ nedostatečně rozvinuté služby podél turistických i cykloturistických stezek
- ↪ neexistence jazykových mutací na oficiálních internetových stránkách města
- ↪ nedostatek bezbariérových přístupů
- ↪ nízká kvalita poskytovaných služeb
- ↪ omezená nabídka služeb v cestovním ruchu v případě nepříznivého počasí
- ↪ zanedbaná infrastruktura pro návštěvníky města (veřejné WC apod.)

### 6.3 Příležitosti (Opportunities)

- ↪ zvyšující se zájem zahraničních turistů
- ↪ rozvoj přeshraniční turistiky
- ↪ nastupující trend aktivní dovolené
- ↪ zesílení spolupráce se sousedními městy Skalica a Hodonín a ostatními obcemi, vytváření regionálních klastrů za účelem rozvoje cestovního ruchu
- ↪ podpora rozvoje podnikatelských aktivit v cestovním ruchu

- ↪ vytvoření integrovaného dopravního systému zabezpečujícího železniční spojení ve směrech od Hodonína, Kútů a Skalice (Strážnice, Veselí nad Moravou) přizpůsobeného specifickým požadavkům turistů
- ↪ obnovení provozu na úseku železniční trati Holíč – Hodonín, provoz uskutečňován historickými vlaky
- ↪ využívání finančních zdrojů ze státního rozpočtu, fondů EU a mimorozpočtových zdrojů
- ↪ využití polohy města k čerpání prostředků z fondů na přeshraniční spolupráci
- ↪ snadná možnost realizace přeshraniční politiky s ČR a Rakouskem
- ↪ neustále rostoucí zájem o cykloturistiku
- ↪ zvýšení atraktivity a konkurenceschopnosti turisticky vyhledávaných lokalit
- ↪ využívání přírodních zvláštností pro rozvoj turistiky
- ↪ budování nových turistických a naučných stezek
- ↪ rozvoj nabídky v cestovním ruchu (např. zpřístupnění podzemních chodeb)
- ↪ propojení sítě památek
- ↪ pronájem některých památek soukromým osobám na činnosti související s cestovním ruchem
- ↪ cílevědomé zlepšování vzhledu města
- ↪ přesycení turistů tradičním typem dovolené (hory, moře)
- ↪ vzbuzení celoročního zájmu o kulturní, historické a přírodní atraktivity
- ↪ využívání potenciálu vodní turistiky
- ↪ blízkost dalších turistických atraktivit
- ↪ zlepšení propagace města i celého regionu (např. zlepšení prezentace turistických zajímavostí na internetu)
- ↪ vypracování balíčků služeb pro cestovní ruch využívajících blízkosti významných turistických cílů a jejich prosazení do katalogu cestovních kanceláří

- ↪ prodloužení průměrné délky pobytu návštěvníků rozšířením nabídky v oblasti cestovního ruchu
- ↪ rozvoj cestovního ruchu zaměřeného na relaxační aktivity
- ↪ využití potenciálu vodní dopravy pro přepravu návštěvníků
- ↪ zkvalitnění služeb podél turistických a cyklistických stezek

#### 6.4 Hrozby (Threats)

- ↪ malý zájem turistů o nabízené atraktivity
- ↪ nebezpečí znečištění a devastování přírodních a kulturních památek v souvislosti se zvýšeným přílivem turistů
- ↪ narušení ekologické rovnováhy území všeobecně
- ↪ nepřipravenost na tvorbu projektů splňujících požadavky EU pro čerpání finančních zdrojů z fondů EU
- ↪ nedostatek zdrojů na financování možných investičních i neinvestičních akcí
- ↪ chybějící propagace kvalit přírodního prostředí
- ↪ přehlédnutí ze strany návštěvníků z důvodu nedokonalé prezentace
- ↪ podcenění udržitelnosti trvalého rozvoje a přecenění krátkodobých efektů
- ↪ chátrání a znehodnocování přírodních a kulturních památek z důvodu nevhodných a necitlivých stavebních zásahů
- ↪ legislativa stěžující podmínky pro podnikatele
- ↪ nepřipravenost občanů pro rozvoj cestovního ruchu
- ↪ jazyková bariéra místních občanů
- ↪ nepřikládání důležitosti rozvoji doprovodných služeb pro návštěvníky

#### 6.5 Závěry z analytické části

Město Holíč může těžit ze své obzvláště výhodné polohy. Blízkost hlavních tahů, dobrá dopravní dostupnost, a přitom stále relativně čisté životní prostředí, poloha města na spojnici mezi Bratislavou, Trnavou, Brnem, by měla dávat základní předpoklady pro rozvoj

cestovního ruchu. Je rovněž významnou spojnicí pro turisty cestující do ostatních měst a obcí v okrese.

Díky svým geografickým danostem jsou v tomto regionu vhodné podmínky pro rozvoj pěší turistiky, cykloturistiky i jízdy na koni. Turisté si mohou vybírat z dostatečného množství značených a dobře propojených cykloturistických tras, některé jsou uzpůsobeny pro rekreační projížďky, jiné naopak pro jízdu fyzicky zdatnějších jedinců. Pouze počet tras pro pěší turistiku je momentálně nedostačující. Dalšímu rozvoji cykloturistiky a pěší turistiky by výrazně napomohlo vybudování doprovodné turistické infrastruktury – přístřešků, informačních tabulí, odpočívadel a zkvalitnění služeb podél stezek.

Síť stezek pro pěší turistiku je v současnosti řidší než síť cyklostezek. Po již dříve vybudované žluté okružní stezce byla přednedávnem vyznačena i zelená okružní stezka. Budování dalších turistických a naučných stezek přispěje k propojení přírodních a historických památek v okolí v návaznosti na vzdálenější cíle.

Mínusem pro rozvoj cestovního ruchu je zajisté neutěšený stav většiny kulturních památek, především komplexu Národní kulturní památky Zámek Holíč. Kromě snahy o jejich co nejdříve uvedení do uspokojivého stavu, což bude ovšem trvat delší časové období, by se měla pozornost zaměřit na nabídku přírodních zajímavostí – lužní lesy, mrtvá ramena, rozvoj vodních sportů apod.

Snahou města by ovšem také měl být trvale udržitelný rozvoj. Devastace přírodních výtvarů a následné narušení ekologické rovnováhy by sehrálo negativní roli nejen z hlediska ochrany území, ale i z hlediska návštěvnosti.

Výraznou slabinou je také slabá spolupráce veřejné správy s podnikatelskými subjekty i mezi jednotlivými podnikatelskými subjekty navzájem. Služby jsou pak v některých případech roztržité a chaotické, návštěvník ale požaduje komplexnost. Ze vzájemné spolupráce by mohly vzejít balíčky služeb, které by přispěly k nalákání dalších turistů.

Na rozdíl od stravovacích kapacit jsou ubytovací kapacity nedostatečné a návštěvníci proto většinou volí pouze krátkodobý pobyt. Turistická ubytovna je ve městě pouze jedna (v Klubu turistů), turisté by jistě přivítali větší počet lůžek. Rozšíření nabídky v tomto směru by mělo krátkodobé pobyty turistů prodloužit.

K rozvoji turistického ruchu by se dala vhodně využít stávající železniční síť především vytvořením integrovaného dopravního systému a zavedením historických vlaků alespoň o víkendech a prázdninách.

Poloha města na hranici s Českou republikou a nepatrná vzdálenost od hranic s Rakouskem přímo vybízí k rozvoji přeshraniční turistiky. V tomto směru bude důležitá koordinace společných záměrů především s městem Hodonín, z čehož by jistě měla užitek obě města. Navíc spojením a zastřešením aktivit měst Holíč – Hodonín – Skalica by mohla vzniknout turisticky velmi atraktivní oblast.

Čerpání finančních prostředků z fondů EU na základě precizně zpracovaných projektů by mělo být nedílnou součástí komplexního úsilí o rozvoj cestovního ruchu. Konkurence při čerpání finančních prostředků je velká, proto by se na kvalitu zpracování projektů mělo pohlížet s nejvyšší možnou mírou závažnosti.

## 7 NÁVRH PROJEKTU NA VYBUDOVÁNÍ NAUČNÉ STEZKY

### 7.1 Návaznost projektu na strategické cíle v dokumentech města Holíč

Od roku 2007 má město zpracovaný program hospodářského a sociálního rozvoje, ve kterém je navržena vize a rozpracovány jednotlivé cíle a priority dalšího rozvoje města. Speciální program rozvoje zaměřený výhradně na oblast cestovního ruchu zatím neexistuje, již uvedený program hospodářského a sociálního rozvoje však tuto problematiku alespoň zčásti zahrnuje. Za globální cíl si město určilo zabezpečení vyváženého, trvale udržitelného hospodářského a sociálního rozvoje, s cílem naplnění této vize do roku 2013. Spolupráci všech dotčených subjektů chce město urychlit rozvoj prostřednictvím snahy o obnovu kulturních památek při současné tvorbě místních pracovních příležitostí v malých a středních podnicích zvláště se zaměřením na cestovní ruch a zlepšování kvality života pro občany.

Pro uskutečnění strategických vizí byly definovány 6 strategických cílů, které jsou následně rozpracovány na jednotlivé cíle rozvoje zabezpečované příslušnými opatřeními. Město vymezilo těchto 6 strategických cílů:

- Cíl 1: Rozvoj hospodářství
- Cíl 2: Obnova a rozvoj infrastruktury
- Cíl 3: Životní prostředí
- Cíl 4: Společenský život, kultura a sport
- Cíl 5: Zdroje rozvoje města
- Cíl 6: Lidské zdroje

Oblasti cestovního ruchu se přímo dotýkají opatření, které jsou obsáhnuté v těchto cílech:

#### **Cíl 1: Rozvoj hospodářství**

Záměrem je zlepšit podmínky pro rozvoj podnikatelských aktivit s důrazem na tvorbu místních zdrojů zaměstnanosti, sortimentu, úrovně a kvality služeb pro obyvatele města a návštěvníky. Pro rozvoj cestovního ruchu jsou důležité především tyto aktivity:

- zabezpečení podmínek pro rozvoj výrobních aktivit ve městě s orientací na malé a střední podniky s předmětem podnikání v oblasti řemeslné výroby, služeb a cestovního ruchu
- rozšiřování struktury a růst konkurenceschopnosti služeb ve městě především na bázi řemeslných živností, služeb pro agroturistiku
- podpora výstavby a vzniku provozoven obchodu a služeb cestovního ruchu, sportu a turismu – především co se týče ubytování formou penzionů

Faktem je, že pokud chce město vystupovat jako plnohodnotné turistické centrum, chybí mu k tomu prozatím schopnost zajištění požadovaného standardu služeb pro návštěvníky. Schází zde především penzion střední kategorie vybavený všemi službami pro turisty. Za úvahu by rozhodně stálo i vybudování turistické ubytovny, případně menšího kempu. Jako důsledek se jeví to, že turisté zde setrvávají pouze omezenou dobu (několik hodin), cílem je udržet zde turisty na delší období.

## **Cíl 2: Obnova a rozvoj infrastruktury**

Úmyslem je zabezpečení dobudování základní technické infrastruktury a následný rozvoj komplexní infrastruktury a občanské vybavenosti v zájmu růstu kvality života a životního prostředí. V tomto cíli jsou na cestovní ruch zaměřeny hlavně následující aktivity:

- dobudování parkovišť, oddechových zón a sportovních areálů a jejich vybavení s cílem posílit rozvoj kultury, sportu, cestovního ruchu a obchodu
- *napojení na turistické stezky a budování vlastních naučných stezek*
- rekonstrukce objektu Sportovní areál, koupaliště, modernizace hygienických zařízení, vybudování tenisového kurtu, úprava veřejných prostranství

Město trpí nedostatkem doprovodné turistické infrastruktury (lavice, odpočívadla, informační tabule apod.) v okolí. Velký nedostatek spatřuji i v absenci služeb podél turistických a cykloturistických tras. Síť turistických stezek zatím tolik nenavazuje na okolní stezky, a i když se situace zlepšuje, stále jsou patrné rezervy. K alespoň částečnému vyplnění této mezery by měl přispět i projekt na vybudování naučné stezky.

Koupaliště i sportovní areály jsou v havarijním stavu, jejich rekonstrukce je nutností, už pouze kvůli dodržení základních norem bezpečnosti. Zamýšlet by se ovšem mělo také rozšíření služeb tohoto druhu, především co se týče vybudování tenisových kurtů.



#### **Cíl 4: Společenský život, kultura a sport**

Růst kvality života je spojen s rozvojem duchovního a společenského života ve městě a rozvojem informačních technologií. Tento cíl si v oblasti cestovního ruchu klade za úkol:

- posilování využití technické infrastruktury města, hlavně kulturního domu, sportovního areálu, koupaliště
- obnova a budování veřejných prostranství
- posílení informační kanceláře ve městě, internetového centra pro veřejnost
- revitalizace rekreační oblasti (rybník, chatová osada), vybudování vodního přístavu Chvojnica a napojení na město

Tato oblast byla ve městě dlouhodobě zanedbávána. Především do oblasti sportovních aktivit se v posledních letech prakticky neinvestovalo. Důsledkem je chátrání stadionu, koupaliště, v kulturní oblasti především letního kina.

Nedostatky spatřuji také v internetové prezentaci města prostřednictvím oficiálních stránek. Některé údaje jsou neaktualizované, jiné zase scházejí, především možnost on-line rezervací ubytovacích služeb nebo návštěv kulturních objektů.

#### **Cíl 6: Lidské zdroje**

Tento cíl si klade za úlohu především rozvoj bydlení a růst osídlování, růst místních pracovních příležitostí a místního využití lidského potenciálu pro rozvoj města. Cestovního ruchu se týkají tyto aktivity:

- motivovat občany k rozvoji podnikatelských aktivit s příznivým dopadem na zaměstnanost, rozvoj cestovního ruchu, kvalitu a sortiment služeb
- podporovat aktivity jazykového a doplňkového vzdělání všech vrstev obyvatelstva
- zviditelnění historie a současnosti města, budování image a vlastní identity města, propagace, informovanost, vydávání tiskovin a publikací

V případě že město hodlá vstoupit do boje o zahraniční klientelu, musí se podílet na rozvoji jazykové gramotnosti obyvatelstva. Nezbytné je i poskytování široké škály služeb pro návštěvníky, propagace města a také uvědomování si vlastní identity a schopnosti každého jednotlivce přilákat, ale v případě nepřiměřeného jednání i nenávratně ztratit návštěvníka.

## 7.2 Soupis vybraných projektů na podporu rozvoje cestovního ruchu

V této kapitole zmiňuji vybrané projekty, které podstatnou měrou ovlivní rozvoj cestovního ruchu ve městě a zároveň naplní formulované strategické cíle. Podrobný popis jednotlivých projektů by výrazně přesáhl rámec této diplomové práce, proto uvedu pouze základní informace, které postačí pro nastínění situace.

### 7.2.1 Revitalizace NKP Zámek Holíč

Nerekonstruovaný, částečně zchátralý a nevyužívaný komplex budov Zámku Holíč je nejpodstatnějším faktorem determinujícím směřování dalšího rozvoje cestovního ruchu ve městě. Vzhledem k významnosti tohoto problému je v rozvojových záměrech města navrženo několik projektů, které mají zlepšit stávající situaci. Jedná se o tyto projekty týkající se přímo uvedeného objektu:

- Revitalizace hlavního objektu
- Dobudování a rekonstrukce inženýrských sítí
- Využití části objektu na vzdělávání a sociální práci
- Obstarání informačního a komunikačního systému
- Zpřístupnění podzemních chodeb
- Komplexní obnova veřejných prostranství, chodníků, parkovišť a zeleně v areálu
- Ochrana biotopů v areálu
- Obnovení kovářské dílny a výroby keramiky
- Zřízení environmentálního centra

#### **Odhad nákladů na realizaci projektů:**

Souhrnné náklady na všechny uvedené projekty.....24,60 mil. EUR

#### **Zdroje financování:**

Fondy EU (ROP, OP KaHR).....20,91 mil. EUR

Dotace ze státního rozpočtu.....1,23 mil. EUR

Místní zdroje (rozpočet města).....2,46 mil. EUR

### 7.2.2 Obnova budov Holíčské manufaktury

Jelikož se budovy nacházejí v centru města, je důležité dbát na jejich vzhled a technický stav, což je také cílem tohoto projektu. Finanční zdroje budou použity na obnovu fasády, sedlové střechy, sanaci zavlhnutých omítek, výměnu klempířských výrobků a adaptaci interiéru.

#### **Odhad nákladů na realizaci projektu:**

Souhrnné náklady.....0,30 mil. EUR

#### **Zdroje financování:**

Fondy EU (ROP – Prioritní os 3)..... 0,25 mil. EUR

Dotace ze státního rozpočtu.....0,02 mil. EUR

Místní zdroje (rozpočet města).....0,03 mil. EUR

### 7.2.3 Revitalizace kulturní památky Vodní mlýn včetně okolních veřejných prostranstev

Cílem projektu je obnovení vodního režimu a rekonstrukce přívodu vody, úprava rybníka a úprava valu, aby objekt mohl sloužit jako turistická atrakce.

#### **Odhad nákladů na realizaci projektu:**

Souhrnné náklady.....1,17 mil. EUR

#### **Zdroje financování:**

Fondy EU (ROP – Prioritní os 3)..... 0,99 mil. EUR

Dotace ze státního rozpočtu.....0,06 mil. EUR

Místní zdroje (rozpočet města).....0,12 mil. EUR

Na úpravu rybníka je současně zadán samostatný projekt – Odstranění environmentální zátěže; revitalizace rybníka Pila na rekreačně-oddechový areál, financovaný z Operačního programu Životní prostředí (OP ŽP) (celkové náklady se budou pohybovat ve výši cca. 0,30 mil. EUR).

#### 7.2.4 Vybudování kulturně-naučných a turistických stezek ve městě a jejich propojení na region

##### Odhad nákladů na realizaci projektu:

Souhrnné náklady.....0,23 mil. EUR

##### Zdroje financování:

Fondy EU (ROP – Prioritní os 3)..... 0,20 mil. EUR

Dotace ze státního rozpočtu.....0,01 mil. EUR

Místní zdroje (rozpočet města).....0,02 mil. EUR

Tímto projektem se zabývám v další kapitole, protože přímo souvisí s projektem „Naučná stezka lužní les a ramena Moravy“.

#### 7.2.5 Rekonstrukce koupaliště, budov a veřejných prostranstev rekreačně-sportovního areálu Stadion

Záměrem projektu je rekonstrukce uvedených objektů, které jsou momentálně v havarijním stavu. Rekonstrukce uvedených objektů by zajisté přispěla k rozšíření služeb, které by město mohlo nabídnout svým návštěvníkům.

##### Odhad nákladů na realizaci projektu:

Souhrnné náklady.....1,67 mil. EUR

##### Zdroje financování:

Fondy EU (ROP – Prioritní os 4)..... 1,42 mil. EUR

Dotace ze státního rozpočtu.....0,08 mil. EUR

Místní zdroje (rozpočet města).....0,17 mil. EUR

#### 7.2.6 Revitalizace areálu Větrný mlýn

Cílem projektu je vytvoření oddechově-rekreačního a sportovního areálu, kde budou poskytovány komplexní služby cestovního ruchu.

##### Odhad nákladů na realizaci projektu:

Souhrnné náklady.....0,67 mil. EUR

**Zdroje financování:**

Fondy EU (ROP – Prioritní os 4).....	0,57 mil. EUR
Dotace ze státního rozpočtu.....	0,03 mil. EUR
Místní zdroje (rozpočet města).....	0,07 mil. EUR

**7.3 Projekt Naučná stezka lužní les a ramena Moravy**

Vzhledem k tomu, že podrobné popsání všech uvedených projektů by výrazně přesáhlo rámec diplomové práce, vybral jsem si projekt vybudování naučné stezky, který zároveň splňuje i požadavek propojení projektované stezky s okolní sítí stezek pro pěší turistiku i cykloturistiku. Taktéž stezka samotná je vhodná jak pro pěší turisty, tak pro cykloturisty. Stezka je totiž bezproblémově sjízdná i na jízdním kole, od cyklistů se pouze vyžaduje větší míra ohleduplnosti k chodcům. Projekt zatím nebyl vůbec zpracováván, možnost jeho realizace jsem nicméně konzultoval se zainteresovanými osobami, které mi potvrdily jeho reálnost a realizovatelnost.

**7.3.1 Současný stav turistických stezek v Holíči a okolí**

Jak jsem již v této práci zmiňoval, na rozdíl od cyklostezek je síť turistických značených stezek pro pěší řidší. V současné době jsou vyznačeny v katastru města dvě stezky, žlutá a zelená, obě okružní, začínající a končící u Domu turistiky. Starší žlutá stezka směřuje od Domu turistiky k zámku, který obchází, dále míří k Větrnému mlýnu a následně zahýbá do přílehlé chatové oblasti a vinogradů. Dále se přes obec Trnovec dostaneme k jedinému místu napojení na další stezky, konkrétně na zelenou vedoucí severovýchodně pod vinnými sklepy do Skalice. Žlutá stezka dále pokračuje po břehu potoka Chvojnica až k vrchu Šibenica, odkud se stáčí zpět k Domu turistiky.

Zelená stezka vede od Domu turistiky k chatové oblasti v severozápadní části města, kde od bezodtokového jezírka Valša protíná Holíčský les až k potoku Chvojnica. Dále pak vede po proudu potoka až k mostu přes Moravu u města Hodonín. Zde se plánuje vyznačení spojení s turistickými stezkami v centru Hodonína. Stezka pak vede souběžně s Cyklomagistrálou kolem řeky Moravy, od které se odkloňuje v místě soutoku potoku Výtržina s Moravou. Potom míří přes Holíčské louky k asfaltové cestě, kde se nachází odbočka ke Kostelu sv. Marie Antiochijské. Ve výhledových plánech se počítá

s protažením stezky až k baroknímu hřebčínu v obci Kopčany. Momentálně stezka vede po asfaltové cestě až k objektu zámku, u něhož se střetává se žlutou značkou a končí opět u Domu turistiky.

Z uvedených skutečností vyplývá, že intenzivnější propojení turistických stezek s okolím je pro další rozvoj cestovního ruchu nevyhnutelné.

### **7.3.2 Všeobecné cíle a odůvodnění projektu**

Cílem projektu je obeznámení návštěvníků i místních občanů s navštíveným územím prostřednictvím vybudování naučné stezky a ozřejmení přírodní hodnoty území. Prostřednictvím informačních tabulí umístěných na trase naučné stezky bude veřejnost seznamována s konkrétními botanickými a zoologickými hodnotami území, a rovněž informacemi o historických faktech týkajících se procházeného území. Významným cílem je taktéž severozápadní propojení nejen s městem Skalica, ale také s přístavištěm Bařův kanál (naučná stezka bude napojena na žlutou turistickou stezku, která vede k přístavišti Bařův kanál, vzdálenému asi 3 km, město Skalica je vzdáleno cca. 5 km), navíc přímo na stezce v lokalitě Perúnská louka se taktéž nachází přístav. Stezka rovněž křížuje Cyklomagistrálu kolem řeky Moravy, což může do značné míry ovlivnit její návštěvnost. Sloučení naučné a spojovací funkce této naučné stezky je přesvědčivým důvodem k realizaci tohoto projektu.

### **7.3.3 Základní údaje o naučné stezce**

**Okres:**

Skalica

**Začátek stezky:**

Holíč, za chatovou oblastí v místě zvaném Valša, návaznost na zelenou turistickou stezku

**Konec stezky:**

Katastr města Skalica, mrtvé rameno Lipa, rozcestník žluté turistické stezky a Cyklomagistrály kolem řeky Moravy

**Délka:**

8,5 km

**Značení trasy:**

Zelenobílá značka naučných stezek

**Náročnost trasy:**

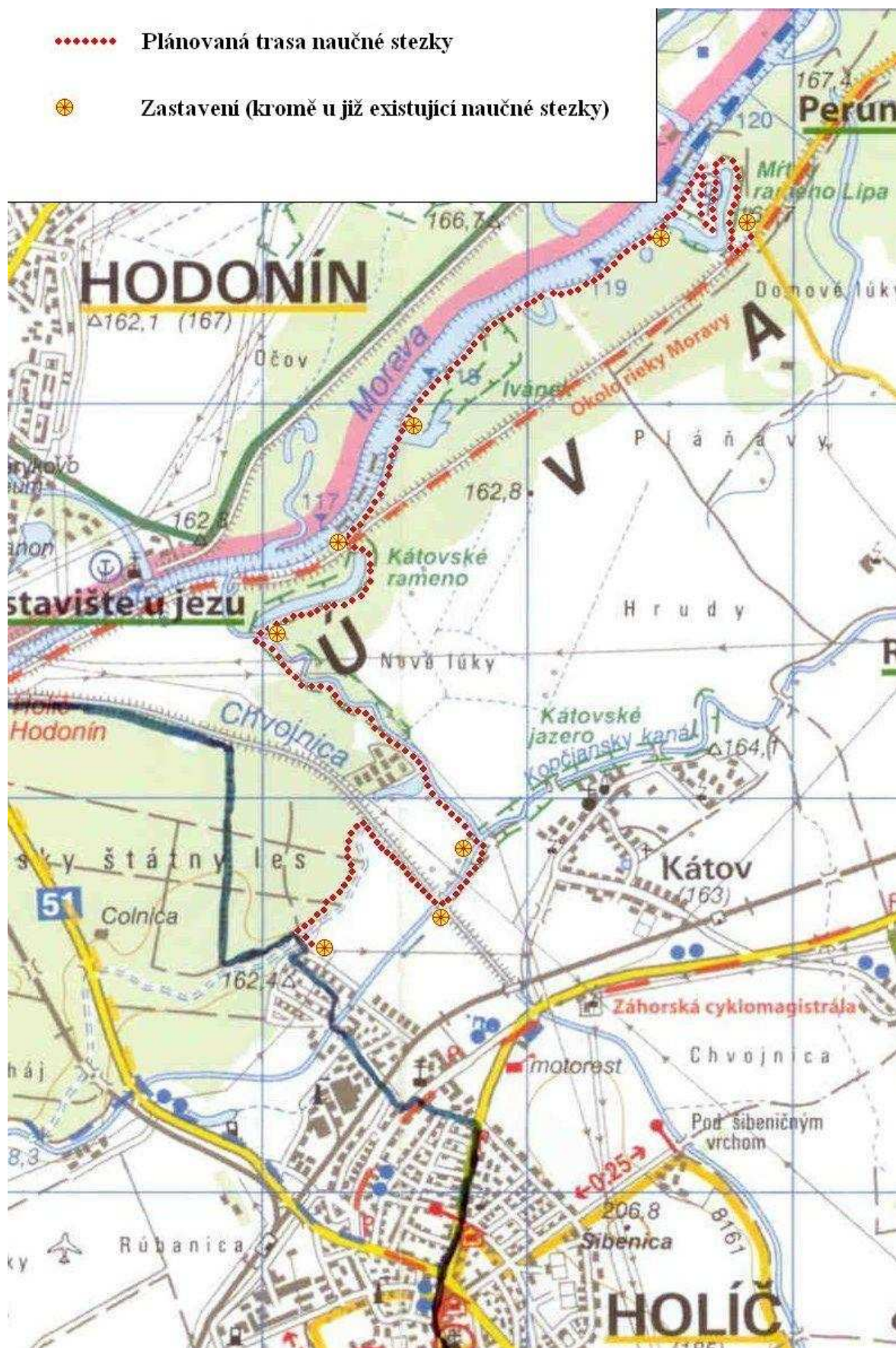
Nenáročná, bez převýšení

**Počet zastavení:**

13

**Seznam zastavení:**

1. Na Valši; úvod a pravidla pohybu po naučné stezce
2. Chvojnica
3. Kátovské jezero
4. Kátovské rameno
5. Regulace řeky Moravy
6. Mrtvé rameno Ivánek
7. Mrtvé rameno Lipa
8. Geologické, geomorfologické a půdní poměry
9. Ptactvo
10. Lužní lesy, flora
11. Obratlovci
12. Brouci, motýli, měkkýši
13. Informace pro návštěvníky přicházející z opačného směru



Obrázek 3. Grafické znázornění trasy naučné stezky [vlastní zpracování]



### 7.3.4 Místo realizace

Trasa naučné stezky bude procházet katastry měst Holíč a Skalica a katastrem obce Kátov, v podstatě žádný úsek stezky nebude veden přes zástavbu (pouze v krátkém úseku okrajem chatové oblasti).

Naučná stezka bude začínat za chatovou oblastí na místě zvaném Valša, kudy prochází již popisovaná zelená stezka. Zde bude kromě turistického rozcestníku informujícího o cílech na trase naučné stezky i zelené turistické stezky také instalována první informační tabule. Turistický přístřešek a lavice není nutné v tomto místě instalovat, neboť toto místo již slouží pro pořádání společenských akcí, a proto je zde potřebné vybavení.

Po pár metrech souběžného vedení naučné a zelené stezky trasa naučné stezky zahne doprava a vede kolem jezírka Valša dále přes suchý lužní les po chodníku v blízkosti vyschlého kanálu až ke hrázi potoka Chvojnica. Dále bude stezka pokračovat proti proudu potoka až k místu, kde se střetávají potoky Chvojnica a Výtržina. Na místě, kde kdysi byla lávka, která byla zničena, bude vybudován mostek a informační tabule.

Stezka pokračuje po polní cestě proti proudu Výtržiny až k místu, kde se nachází mostek se stavidlem, procházející jihozápadní částí Kátovského jezera. Zde bude umístěna další informační tabule a lavice.

Po překročení mostku vede stezka podél Kátovského ramena kolem rybníka a chatové oblasti Baráky, za kterou vstupuje přímo na území přírodní památky. Stezka vede lesním chodníkem a kopíruje břehy Kátovského ramena, až vyúsťuje na pole, kde se stáčí doprava. Pokračuje asi 200 m v tenkém pruhu mezi polem a Kátovským ramenem až k místu, kde v minulosti stával mostek. V tomto místě bude mostek také obnoven. Za mostkem bude instalována informační tabule i další lavice.

Dále bude stezka pokračovat po druhém břehu Kátovského ramena až k hrázi řeky Moravy, kde se bude křížovat s Cyklomagistrálou kolem řeky Moravy. Zde bude vybudován turistický přístřešek, lavice, skluzavka a vahadlová houpačka pro děti a instalován turistický rozcestník.

Od tohoto místa povede stezka při břehu Moravy k Mrtvému ramenu Ivánek, přes které bude v nejužším bodě vybudován mostek a umístěna informační tabule. Pak již stezka kopíruje po lesním chodníku břehy Moravy až k Mrtvému ramenu Lipa, kde naváže na existující krátkou naučnou stezku „Perúnská louka a Mrtvé rameno Lipa“, která je již

osazena pěti informačními tabulemi, navíc zde bude ještě jedna tabule přidána. Jelikož chybí přímé (značené) napojení na žlutou turistickou stezku, bude naučná stezka v tomto úseku ještě doznačena. Od již existujících tabulí povede stezka podmáčeným terénem. V tomto problémovém místě bude vybudován podvalový chodník, aby mohli toto území návštěvníci překročit suchou nohou. Pak již stezka povede pouze podél Mrtvého ramena Lipa z druhé strany ke hrázi řeky Moravy, kde bude končit u rozcestníku žluté stezky a cyklostezky. Zde bude osazena informační tabule pro návštěvníky přicházející z opačného směru.

U všech míst, kde se nacházejí informační tabule, budou umístěny i odpadkové koše, kromě informačních tabulí u Kátovského ramena a Mrtvého ramena Ivánek, z důvodu špatné přístupnosti pro techniku.

*Tabulka 4. Popis trasy stezky [vlastní zpracování]*

<b>km</b>	<b>Popis místa</b>
0,0	Holíč – Na Valši
1,4	Chvojnica (mostek)
1,9	Kátovské jezero
3,5	Kátovské rameno (mostek)
4,4	Morava (turistický přístřešek)
5,0	Mrtvé rameno Ivánek
6,6	Mrtvé rameno Lipa
6,9 – 7,5	Perúnská louka (již existující krátká naučná stezka)
8,5	Perúnská louka (rozcestník žluté turistické stezky)

### 7.3.5 Cílové skupiny

Volba správných cílových skupin významným způsobem usnadňuje směřování celého projektu. Musíme vycházet z motivace návštěvníků, to znamená, co je bude vést k tomu, aby danou oblast navštívili.

K hlavním cílovým skupinám se tedy řadí:

- návštěvníci pěstující pěší turistiku
- návštěvníci pěstující cykloturistiku
- rodiny s dětmi
- individuální návštěvníci
- školní exkurze
- mladé páry
- senioři
- obyvatelé okolních měst a vesnic

Vzhledem k tomu, že naučná stezka vede poklidnými místy určenými k oddechu, dá se poměrně spolehlivě vyselektovat typický návštěvník. Zajisté do této skupiny můžeme řadit aktivní pěší turisty a cykloturisty, kteří stezku nepochybně využijí při delších túrách, neboť stezka ulehčuje propojení mezi městy Skalica a Holíč, eventuelně i Hodonín. Rodiny s dětmi také rády využijí klidného prostředí a děti zaručeně i skluzavku a houpačku. Nenáročnost terénu bude vyhovovat také starším návštěvníkům, pro které již může být těžký terén překážkou. Klid a romantická zákoutí budou vyhovovat mladým párům hledajícím tento způsob trávení volného času. Lokalita je taktéž vhodná pro organizování školních exkurzí, neboť oblast oplývá specifickými přírodními podmínkami. Navíc bude stezka sloužit místním obyvatelům k procházkám, na relaxování v přírodě. Místní obyvatelé nebudou tuto stezku pouze využívat, ale budou o této stezce ústně dál šířit informace, a tak přispějí k její další propagaci.

### **7.3.6 Jednotlivé činnosti a časový harmonogram projektu**

Časový harmonogram realizace projektu se skládá z těchto činností:

#### **Sestavení realizačního týmu projektu**

Realizační tým projektu budou tvořit vedoucí odboru regionálního rozvoje a dotační politiky MsÚ Holíč, administrativní pracovník se zkušenostmi s problematikou čerpání dotací, zástupce z Klubu slovenských turistů a expert z Obvodního úřadu životního

prostředí. Organizace setkání, příprava jeho náplně a samotná realizace setkání zabere jeden týden.

### **Sběr údajů pro vypracování projektové dokumentace**

V této fázi se budou shromažďovat data potřebná k vypracování projektové dokumentace.

### **Vypracování projektové dokumentace**

Sesbíraná data se následně využijí při vypracování projektové dokumentace, která stanoví cíle, prokáže relevantnost projektu, identifikuje potřeby a omezení, stanoví podrobný popis činností, postupů, dobu trvání jednotlivých činností a v neposlední řadě na základě zjištěných skutečností zformuluje žádost o dotaci z fondů EU.

### **Realizace a vyhodnocení výběrového řízení na dodavatele**

Ve výběrovém řízení budou osloveni dodavatelé dřevěných prvků naučné stezky (informační tabule, mostky, lavičky, odpadkové koše, turistický přístřešek atd.), plastových tabulí s texty a tiskárny. Osloveni budou minimálně tři dodavatelé, čas na podání nabídek bude stanoven na tři týdny. Nabídky následně vyhodnotí hodnotící komise, jejímž členem bude i odborník v této oblasti. V dalším týdnu bude s vítězem (vítězi) výběrového řízení uzavřena smlouva.

### **Zpracování textů a obrázků pro informační tabule a propagační materiály**

Tato činnost zahrnuje kromě sestavení textů a obrázků, které budou umístěny na informační tabule a propagační materiály, také následný překlad do anglického a německého jazyka.

### **Výroba dřevěných prvků naučné stezky**

Odhadovaná doba na výrobu všech dřevěných prvků je momentálně cca. 6 týdnů, situace se ovšem může v době realizace změnit z nepředvídatelných důvodů (nedostatek dřeva, přetlak objednávek), proto by se mělo dbát na řádné sepsání smlouvy s dodavatelem s penalizací za nedodržení termínů.

### **Výroba plastových tabulí s textem a obrázky**

V tomto případě není u výroby plastových tabulí taková míra rizika jako při výrobě dřevěných prvků. Navíc existuje časová rezerva 6 týdnů pro výrobu plastových tabulí vzhledem k době trvání ostatních činností.

**Osazení jednotlivých dřevěných prvků v terénu**

Zahrnuje instalaci vyrobených mostků, informačních tabulí, přístřešku, minihřiště, podvalových chodníků, umístění laviček a odpadkových košů na předem určených místech.

**Instalace plastových tabulí**

Po instalaci informačních tabulí budou na tyto tabule umístěny plastové tabule s texty a obrázky.

**Vyznačení naučné stezky, instalace rozcestníků, kontrola průchodnosti stezky**

Po instalaci uvedených prvků se může přistoupit k vyznačení trasy naučné stezky a instalaci rozcestníků. Při této činnosti se může zkontrolovat průchodnost stezky. Terénní úpravy nejsou zapotřebí, neboť stezka povede po existujících chodnících a polních cestách. Účelem kontroly bude pouze odstranění, příp. nahlášení vzniklých překážek na stezce (např. spadlý strom).

**Tisk propagačního materiálu**

Po vytvoření propagačního materiálu, který vzešel z textů a obrázků určených pro umístění na informační tabule se přistoupí k vytištění.

**Tvorba inzerátů, bannerů, spotů do rádia a místní televize**

Tato činnost zahrnuje zkoncipování inzerátů do místního tisku, vytvoření a umístění banneru na webové stránky města (zdarma) a další weby zabývající se cestovním ruchem, a taktéž vytvoření spotů do místních rádií a televizí.

**Propagace**

Po vytvoření inzerátů, bannerů a spotů začne propagace naučné stezky odkazující na slavnostní otevření a informování o průběhu trasy a výčtu přírodních zajímavostí.

**Slavnostní otevření naučné stezky**

Propagace by měla směřovat právě ke slavnostnímu otevření naučné stezky, kterého by se kromě realizátorů projektu a zástupců města měla také zúčastnit významná osobnost. Nabízí se zde slibná možnost přilákání většího počtu návštěvníků a rychlejší zpopularizování stezky.

**Zpracování závěrečné zprávy**

Po ukončení všech činností by ještě mělo dojít ke zhodnocení celého projektu a zpracování závěrečné finanční zprávy.

*Tabulka 5. Harmonogram jednotlivých činností [vlastní zpracování]*

Název činnosti	Označení činnosti	Předchozí činnost	Doba trvání v týdnech
Sestavení realizačního týmu projektu	A	-	1
Sběr údajů pro vypracování projektové dokumentace	B	A	3
Vypracování projektové dokumentace	C	B	6
Realizace a vyhodnocení výběrového řízení na dodavatele	D	C	5
Zpracování textů a obrázků pro informační tabule a propagační materiály	E	C	7
Výroba dřevěných prvků naučné stezky	F	D	6
Výroba plastových tabulí s textem a obrázky	G	D, E	2
Osazení dřevěných prvků v terénu	H	F	1
Instalace plastových tabulí	I	G, H	1
Vyznačení naučné stezky, instalace rozcestníků, kontrola průchodnosti stezky	J	H	1
Tisk propagačního materiálu	K	E	2
Tvorba inzerátů, bannerů, spotů do rádia a místní televize	L	E	1
Propagace	M	L	4
Slavnostní otevření naučné stezky	N	J, K, L, M	1
Zpracování závěrečné zprávy	O	N	2

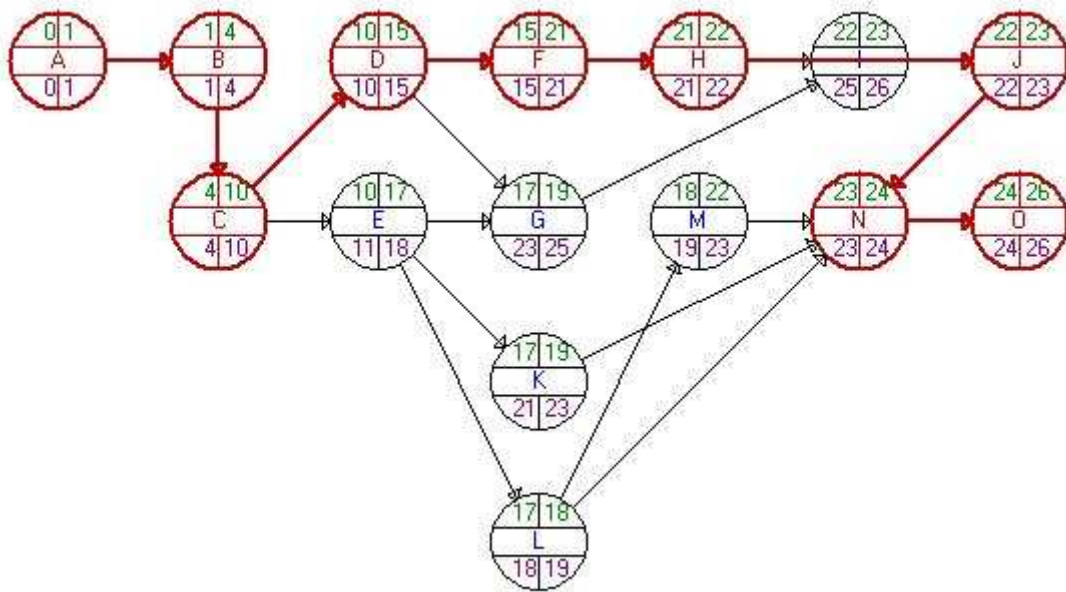
Tabulka 6. Výpočet doby realizace projektu pomocí programu WinQSB [vlastní zpracování]

04-18-2008 20:44:02	Activity Name	On Critical Path	Activity Time	Earliest Start	Earliest Finish	Latest Start	Latest Finish	Slack (LS-ES)
1	A	Yes	1	0	1	0	1	0
2	B	Yes	3	1	4	1	4	0
3	C	Yes	6	4	10	4	10	0
4	D	Yes	5	10	15	10	15	0
5	E	no	7	10	17	11	18	1
6	F	Yes	6	15	21	15	21	0
7	G	no	2	17	19	23	25	6
8	H	Yes	1	21	22	21	22	0
9	I	no	1	22	23	25	26	3
10	J	Yes	1	22	23	22	23	0
11	K	no	2	17	19	21	23	4
12	L	no	1	17	18	18	19	1
13	M	no	4	18	22	19	23	1
14	N	Yes	1	23	24	23	24	0
15	O	Yes	2	24	26	24	26	0
	Project Completion Time	=	26	weeks				
	Number of Critical Path(s)	=	1					

Vysvětlení k tabulkovému výstupu z programu WinQSB:

- *Activity Name* – název činnosti
- *On Critical Path* – zda-li leží na kritické cestě
- *Activity time* – čas nutný k vykonání činnosti
- *Earliest Start* – nejdříve možný začátek ( $ZM_{ij}$ )
- *Earliest Finish* – nejdříve možný konec ( $KM_{ij}$ )
- *Latest Start* – nejpozději přípustný začátek ( $ZP_{ij}$ )
- *Latest Finish* – nejpozději přípustný konec ( $KP_{ij}$ )
- *Slack (SL-ES)* – časová rezerva
- *Project Completion Time* – čas nutný k vykonání všech činností (v týdnech)
- *Number of Critical Path(s)* – počet kritických cest

Z tohoto zpracování nám rezultuje nalezení kritické cesty, to znamená, že je zde naznačen sled kritických činností mezi začátkem a koncem projektu, tedy nejdelší možná cesta mezi vstupem a výstupem daného projektu. Kritickou cestu musí realizační tým pečlivě sledovat, protože každá prodleva v činnostech na ní ležících bude znamenat celkové zpoždění projektu. Pokud by chtěl realizační tým zkrátit čas realizace projektu, musí svou pozornost zaměřit právě na činnosti ležící na kritické cestě. Z výpočtu vyplývá, že doba potřebná k realizaci všech plánovaných činností činí 26 týdnů, tzn. přibližně půl roku.



Graf 5. Grafické znázornění sledu realizovaných činností [vlastní zpracování]

Vysvětlení ke grafu:



- ZM<sub>ij</sub>    nejdříve možný začátek činnosti
- KM<sub>ij</sub>    nejdříve možný konec činnosti
- ZP<sub>ij</sub>    nejpozději přípustný začátek
- KP<sub>ij</sub>    nejpozději přípustný začátek



### 7.3.7 Doporučené částky nákladů v rozpočtu projektu

#### Lidské zdroje (EUR 1940,-)

Do této skupiny spadají především mzdy pro realizační tým, který bude celý projekt zastřešovat po celou dobu trvání projektu, to znamená přibližně 6 měsíců. Celková částka na mzdy je odhadnuta na EUR 1940,-.

#### Informační tabule (EUR 2880,-)

Z celkového počtu 13 ks informačních tabulí se bude vyrábět pouze 8 ks, protože tabule u zastavení č. 8 – 12 byly instalovány již při budování krátké naučné stezky na Perúnské louce. Nové informační tabule pro zastavení č. 1 – 7 a 13 budou vyhotoveny ve stejném provedení jako stávající, tedy z dřevěného masivu. Všechny uváděné ceny budou orientační, přesné ceny za informační tabule i další instalované prvky naučné stezky budou známy až po uzavření výběrového řízení. Odhadovaná cena za 1 ks informační tabule včetně její instalace je EUR 360,-, 8 ks informačních tabulí se tedy obstará v hodnotě EUR 2880,-.

#### Mostky (EUR 5390,-)

Vzhledem k charakteru území je nevyhnutelné vybudovat na trase naučné stezky 3 mostky. Zde uvádím přesnější specifikace nákladů podle délky mostku:

Dřevěný mostek (Chvojnice), délka 4 m, šíře 120 cm.....EUR 820,-

Dřevěný mostek (Kátovské rameno), délka 11 m, šíře 150 cm.....EUR 2790,-

Dřevěný mostek (Mrtvé rameno Ivánek), délka 7 m, šíře 150 cm.....EUR 1780,-

Celková částka na vybudování mostků tedy činí EUR 5390,-.

#### Dřevěné lavice, stolky a odpadkové koše (EUR 1170,-)

Samostatné dřevěné lavice budou instalovány u zastavení č. 4, 6 a 7, neboť u zastavení č. 1 a 8 – 12 jsou již umístěny. U zastavení č. 5 bude vybudován kompletní turistický přístřešek a u zastavení č. 3 bude umístěna souprava lavic se stolem. Odpadkové koše se umístí u všech zastavení kromě zastavení č. 4 a 6. Zastavení č. 2 je pro umístění odpočívadla nevhodné (hráz), navíc zastavení č. 3 je vzdáleno pouze 500 m. Náklady na pořízení 5 ks dřevěných laviček bez opěradla činí EUR 530,-, dřevěný stůl se dá pořídit v hodnotě

EUR 170,-, 11 ks dřevěných odpadkových košů má pořizovací cenu EUR 470,-. Souhrnně se tedy budou náklady pohybovat kolem EUR 1170,-.

#### **Turistický přístřešek (EUR 3830,-)**

U zastavení č. 5 bude vybudován turistický přístřešek. Toto místo je na to vhodné zejména proto, neboť se zde naučná stezka křížuje s cyklostezkou. Je zde z toho důvodu očekávána větší koncentrace návštěvníků a cykloturisté budou tento přístřešek určitě taktéž s oblibou využívat. Dřevěný přístřešek s půdorysem 4 x 3 m včetně 4 ks masivního dřevěného sezení spojeného se stolem (4 lavičky, 2 stoly) se dá obstarat v hodnotě EUR 3830,-.

#### **Minihřiště (EUR 700,-)**

Frekventované zastavení č. 5 je vhodné pro umístění malého hřiště pro děti zahrnujícího skluzavku a vahadlovou houpačku v hodnotě EUR 700,-, kterého dozajista rády využijí děti, které přijely po cyklostezce se svými rodiči.

#### **Podvalový (hat'ový) chodník (EUR 2100,-)**

Krátký úsek u Mrtvého ramena Lipa bývá často podmáčen, proto se zde vybuduje podvalový chodník pro komfortnější přechod tímto územím. Smrkový chodník bude mít délku 35 m a jeho vybudování zatíží rozpočet o EUR 2100,-.

#### **Plastové tabule (EUR 820,-)**

Po osazení informačních tabulí se může přistoupit k namontování plastových tabulí s texty a obrázky, pořízených v hodnotě EUR 820,-, včetně nákladů na grafické zpracování. Nainstalované plastové tabule budou mít jednotnou grafickou úpravu, na každé bude malá orientační mapka se znázorněním, kde se návštěvník nachází, a také budou doplněny texty v anglickém a německém jazyce.

#### **Vyznačení naučné stezky (EUR 180,-)**

Vyznačení trasy, instalaci rozcestníků a kontrolu terénu provede osoba pověřená Klubem slovenských turistů, vyčíslení nákladů bude provedeno na základě normy spotřeby a značkářských výkonů vydaných Klubem slovenských turistů. Do nákladů se zahrnuje spotřeba barvy a ředidel při vyznačování trasy, instalace rozcestníků a směrovek, hodnota rozcestníků, směrovek, držáků směrovek, dřevěného směrovníku a odměna pověřené osoby. Celkové náklady na vyznačení trasy a vybavení trasy informačními objekty by se měly pohybovat přibližně ve výši EUR 180,-.

**Sestavení a tisk publikace (EUR 5100,-)**

Do těchto nákladů spadá sestavení textů a obrázků pro publikaci včetně gramatické korektury a překladu do anglického a německého jazyka. Uvedené údaje budou využity také při tvorbě textů na informační tabule. Souhrnná odhadovaná částka na tyto výdaje by se měla pohybovat kolem EUR 1500,-. Náklady na tisk oboustranné barevné informační skládanky na křídovém papíře s pěti zlomy a s vysoce lesklým UV lakem včetně grafického návrhu v nákladu 4500 kusů představují sumu EUR 3600,-.

**Propagace (EUR 1840,-)***Inzerce ve čtrnáctidenníku Holíččan:*

Město jako vydavatel čtrnáctidenníku nemusí za inzerci platit, proto by se v periodiku měl objevit inzerát na slavnostní otevření naučné stezky. Náklady budou nulové.

*Inzerce v regionálním týdeníku Záhorák:*

Inzerát o velikosti ¼ stránky bude stát EUR 260,-, uveřejněn bude tři týdny před konáním slavnostního otevření. Celkem se budou náklady na inzerci rovnat sumě EUR 520,- z důvodu opakování inzerátu v týdnu před konáním akce.

*Internetový banner:*

Umístění na oficiálních stránkách města bude opět bezplatné, kromě toho se počítá s umístěním banneru na [www.izahorie.sk](http://www.izahorie.sk), na stránky měst a obcí okresu Skalica, na web města Hodonín a na další vytipované webové stránky, převážně regionálního charakteru (např. stránka o Bílých Karpatech) na období jednoho měsíce před slavnostním otevřením. Náklady by se měly zhruba pohybovat ve výši EUR 350,-.

*Spoty v rádiu:*

Cena výroby spotu do rádia je přibližně EUR 170,-, včetně autorských práv. Spoty budou odvysílány v regionálních rádiích G3 (Skalica), Jih a Dyje (obě vysílají z Hodonína). Cena za odvysílání třicetisekundového spotu se pohybuje řádově kolem EUR 15,- v závislosti od vysílacího času. Jednalo by se o dvě týdenní kampaně, které by měly formu pozvánky na slavnostní otevření naučné stezky, vždy v pondělí, středu a pátek s frekvencí 2 spoty denně – jeden v dopoledních a druhý v odpoledních hodinách. Kampaň tedy celkem bude obsahovat 36 odvysílaných spotů (šest dnů po dvou spotech ve třech rádiích) a náklady se budou pohybovat kolem EUR 710,-, včetně ceny výroby spotu.

*Inzerce v místních televizích:*

Města Holíč a Skalica, a také blízká města Senica, Brezová a Myjava mají své místní televize. Do videotextů těchto televizí bude na dobu jednoho měsíce před konáním akce zadána informace o slavnostním otevření naučné stezky. Celková suma nákladů nepřesáhne částku EUR 110,-.

Nesmíme ještě opomenout náklady na výrobu inzerátů a bannerů, které by měly činit přibližně EUR 150,-. Celkem tedy bude na propagaci vydáno EUR 1840,-.

**Režijní náklady (EUR 450,-)**

Zahrnují další náklady spojené s vybudováním naučné stezky, jako například nákup kancelářských potřeb nebo cestovní náklady, celkově v hodnotě přibližně EUR 450,-.

*Tabulka 7. Nákladová analýza projektu [vlastní zpracování]*

<b>Typ výdajů</b>	<b>Náklady (v EUR)</b>
Lidské zdroje	1940
Informační tabule	2880
Mostky	5390
Dřevěné lavice, stolky a odpadkové koše	1170
Turistický přístřešek	3830
Minihřiště	700
Podvalový (haťový) chodník	2100
Plastové tabule	820
Vyznačení naučné stezky	180
Sestavení a tisk publikace	5100
Propagace	1840
Režijní náklady	450
<b>Celkem náklady</b>	<b>26400</b>

### 7.3.8 Financování projektu

Projekt bude financován ze tří zdrojů – fondů EU (konkrétně z ROP), rozpočtu města a dotace ze státního rozpočtu. Rozdělení financování bude následující:

Příspěvek ze strukturálních fondů (ROP) (85 %)	EUR 22440,-
Rozpočet města Holíč (10 %)	EUR 2640,-
Dotace ze státního rozpočtu (5 %)	EUR 1320,-

### 7.3.9 Riziková analýza

Na tomto místě uvádím tabulku největších rizik spojených s projektem naučné stezky.

*Tabulka 8. Rizikové faktory projektu [vlastní zpracování]*

Riziko	Výše rizika	Pravděpodobnost vzniku
Nezajištění finančních prostředků	vysoká	vysoká
Vandalismus	vysoká	vysoká
Masový rozvoj turistiky	vysoká	nízká
Povodně	nízká	vysoká
Nízký zájem cílových skupin	vysoká	nízká
Změny v samosprávě	nízká	vysoká
Ekologická katastrofa	vysoká	nízká

#### Nezajištění finančních prostředků

Toto riziko bych charakterizoval jako nejvyšší ze všech, neboť to, jestli se na projekt podaří získat finanční prostředky, přímo rozhoduje o tom, jestli se daný projekt vůbec bude realizovat. Ostatní rizika jsou již spojena se zrealizovaným projektem. Zásadním problémem je získání dotace ze strukturálních fondů. Objem finančních prostředků ve fondech nepostačuje na pokrytí požadavků všech žadatelů. Tomuto riziku se dá předejít

hlavně precizním zpracováním projektu a následné žádosti o dotaci, která musí být formálně i věcně zcela v pořádku.

### **Vandalismus**

S tímto problémem se určitě potýkají všechny naučné stezky. Dřevěné prvky, především informační tabule jen těžce odolávají vandalům. Problém prakticky nelze eliminovat, souvisí přímo se situací v celé společnosti. Strážení stezky rovněž vůbec nepřipadá v úvahu. Mírně zlepšit situaci by snad mohla větší všímavost návštěvníků pohybujících se po naučné stezce, kteří by mohli vandaly přistihnout a oznámit to příslušným úřadům. Navrhoval bych na první a poslední panel umístit telefonní číslo, kam návštěvníci mohou zavolat, pokud se na stezce s vandaly setkají.

### **Masový rozvoj turistiky**

Počet turistů se neustále zvyšuje, což v případě naučné stezky může způsobit nadměrné ekologické zatížení lokalit na trase stezky. Je však málo pravděpodobné, že by návštěvnost stezky byla tak extrémní, že by toto zatížení hrozilo. Pokud by návštěvnost přece jen překročila míru únosnosti, bylo by žádoucí zacílit pozornost návštěvníků na jiné atraktivity, aby se návštěvnost snížila na přijatelnou míru.

### **Povodně**

Pravidelné povodně většího či menšího rázu patří k typickým problémům této lokality. Asi polovina stezky (zastavení č. 5 – 12) leží přímo v lužním lese mezi hrází a korytem řeky v povodňovém pásmu. Na stezce ovšem nebudou vybudovány žádné objekty, které by mohly být povodní úplně zničeny. V tomto pásmu je postaveno několik srubů a malých rybářských přístřešků, které jsou zajisté staršího data než deset let, během kterých přišly dvě velké povodně, a stále se zde tyto objekty nacházejí. Důležité bude umístit u zastavení č. 5 přístřešek, který bude masivní a dobře ukotvený.

### **Nízký zájem cílových skupin**

Pokud by se naučná stezka minula se zájmem návštěvníků, neplnila by účel, pro který byla vybudována. Tomu se dá předejít dobrou propagací, kvalitními a poutavými texty na informačních tabulích a v brožurách a udržováním stezky v co nejlepším stavu.

**Změny v samosprávě**

Při změnách na pozicích v samosprávě může docházet ke změně priorit dalšího rozvoje města. Pouze dobře připravený projekt má v takovéto situaci šanci na úspěch. Realizace projektu ovšem spadá do poměrně krátkého období, a proto míra tohoto rizika není příliš vysoká.

**Ekologická katastrofa**

Ekologická katastrofa na řece Moravě většího rozsahu by mohla zcela zničit přírodní atraktivitu, kvůli které byla naučná stezka vybudována. Většina vzácných živočišných druhů je vázána na neznečištěné životní prostředí. Bohužel podobně jako u vandalismu se i toto riziko nedá eliminovat.

## ZÁVĚR

Město Holíč i celý mikroregion představuje z pohledu cestovního ruchu významnou lokalitu. Město samotné disponuje na svou velikost nadprůměrným počtem historických a kulturních památek i přírodních atraktivit. Na základě SWOT analýzy jsem navrhl několik příležitostí k dalšímu rozvoji cestovního ruchu. Především posílení spolupráce mezi městy Holíč, Hodonín a Skalica a vytvoření ucelené nabídky jejich atraktivit, čerpání finančních zdrojů z fondů EU, propojení turistických a cykloturistických tras, zabezpečení komplexních služeb a rozšíření ubytovacích kapacit bude sehrávat důležitou roli v dalším rozvoji. Jízdu historickými vlaky včetně zařazení vlaků do integrovaného dopravního systému by kromě návštěvníků jistě přivítali i místní občané, podnikatelské subjekty by zase ocenily větší pomoc ze strany města. Výčet dalších možností by mohl pokračovat, proto věřím, že alespoň některé navrhované příležitosti nezůstanou bez povšimnutí.

Za cíl diplomové práce jsem si stanovil kromě analýzy současné situace ve městě Holíč s důrazem na cestovní ruch především vypracování projektu „Naučná stezka lužní les a ramena Moravy“. Nesnažil jsem se o přehodnocování, transformaci nebo doplňování již vyčleněných myšlenek na rekonstrukci zámku, koupaliště, stadionu nebo revitalizaci areálu Větrný mlýn. Pokusil jsem se vytvořit úplně nový, konkrétní návrh. Věřím, že tímto způsobem jsem více přispěl k rozšíření možné nabídky atraktivit ve městě Holíč a blízkém okolí. Jako aktivní provozovatel pěší turistiky i cykloturistiky jsem se při zpracovávání projektu snadněji dokázal zaměřit na potřeby této cílové skupiny. Doufám, že i z tohoto důvodu je zpracovaný projekt reálnější.

Naučná stezka plní kromě relaxační funkce také funkce informační a motivační. Informuje o přírodních jevech, vzdělává návštěvníka, pomáhá mu při získávání nových zkušeností a zároveň motivuje k ochraně toho, o čem byl informován. Představuje významný nástroj ekologické výchovy. Prakticky celá trasa naučné stezky vytváří přirozený tichý přírodní areál, který se dá využít jako turistická zajímavost i jako oddechová zóna pro místní obyvatele. Stezka bude zařazena do komplexní nabídky mikroregionu jako jedna z možností poznávání specifických přírodních atraktivit vyskytujících se v této oblasti. Projekt se navíc realizuje v příhraničním regionu s možností využívání naučné stezky obyvateli okresu Hodonín. Nesmíme ovšem zapomenout ani na multiplikační efekty projektu. Realizováním projektu naučné stezky se vytvoří další prostor pro rozvoj pěší turistiky, cykloturistiky i vodní turistiky v okolí.



Cestovní ruch není pouze nástrojem k přilákání domácích a zahraničních turistů, je také prostředkem k vytvoření nových možností trávení volného času pro místní obyvatelstvo. Při vytváření projektu vybudování naučné stezky jsem tuto možnost vzal na zřetel. Domnívám se, že se mi cíle stanoveného v úvodu této práce podařilo dosáhnout. Věřím, že naučná stezka přispěje k hlubšímu uvědomění si přirozeného potenciálu území pro rozvoj cestovního ruchu.

**SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY**

- [1] BABITZ, M., HAVRAN, R. *Štrukturálne fondy EÚ na Slovensku a možnosti ich transparentnejšieho využívania*. Bratislava: Adin, 2005. 80 s. ISBN 80-89244-00-9.
- [2] FORET, M., FORETOVÁ, V. *Jak rozvíjet místní cestovní ruch*. 1. vyd. Praha: Grada publishing, 2001. 180 s. ISBN 80-247-0207-X.
- [3] GULDAN, A. *O značkových turistických chodníkoch*. Bratislava: Klub slovenských turistov, 2006. 12 s. ISBN 80-969498-1-0.
- [4] GULDAN, A. *Učebné texty pre značkárov*. Bratislava: Klub slovenských turistov, 2006. 181 s. ISBN 80-969498-4-5.
- [5] HESKOVÁ, M. a kolektiv. *Cestovní ruch pro vyšší odborné školy a vysoké školy*. 1. vyd. Praha: Fortuna, 2006. 224 s. ISBN 80-7168-948-3.
- [6] HORNER, S., SWARBROOKE, J. *Cestovní ruch, ubytování a stravování, využití volného času*. Praha: Grada Publishing, 2003. 486 s. ISBN 80-247-0202-9.
- [7] HRALA, V. *Geografie cestovního ruchu*. 4. vyd. Praha: Idea Servis, 2002. 173 s. ISBN 80-85970-36-8.
- [8] JANEČKOVÁ, L., VAŠTÍKOVÁ, M. *Marketing měst a obcí*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 1999. 186 s. ISBN 80-7169-750-8.
- [9] KESNER, L. *Marketing a management muzeí a památek*. Praha: Grada Publishing, 2005. 304 s. ISBN 80-247-1104-4.
- [10] KIRÁLOVÁ, A. *Marketing destinace cestovního ruchu*. 1. vyd. Praha: Ekopress, 2003. 173 s. ISBN 80-86119-56-4.
- [11] KOLČAVOVÁ, A. *Kvantitativní metody v rozhodování*. 1. vyd. Zlín: Univerzita Tomáše Bati, 2004. 170 s. ISBN 80-7318-205-X.
- [12] KOTLER, P. *Marketing podle Kotlera. Jak vytvářet a ovládnout nové trhy*. 1. vyd. Praha: Management Press, 2000. 258 s. ISBN 80-7261-010-4.
- [13] MATES, P., WOKOUN R. a kolektiv. *Malá encyklopedie regionalistiky a veřejné správy*. 1. vyd. Praha: Prospektrum, 2001. 196 s. ISBN 80-7175-100-6.

- [14] ORIEŠKA, J. *Technika služeb cestovního ruchu*. 1. vyd. Praha: Idea Servis, 1999. 244 s. ISBN 80-85970-27-9.
- [15] PALATKOVÁ M. *Marketingová strategie destinace cestovního ruchu. Jak získat více příjmů z cestovního ruchu*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2006. 348 s. ISBN 80-247-1014-5.
- [16] SKOKAN, K. *Evropská regionální politika v kontextu vstupu České republiky do Evropské unie*. 1. vyd. Ostrava: Repronis Ostrava, 2003. 114 s. ISBN 80-7329-023-5.
- [17] SKOKAN, K. *Konkurenceschopnost, inovace a klastry v regionálním rozvoji*. 1. vyd. Ostrava: Repronis Ostrava, 2004. 160 s. ISBN 80-7329-059-6.
- [18] ŠELEŠOVSKÝ, J. *Veřejné finance v ČR a EU*. 1. vyd. Brno: Masarykova univerzita, 2005. 170 s. ISBN 80-210-3410-6.
- [19] VILAMOVIČ, Š. *Čerpáme finanční zdroje Evropské unie*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2005. 200 s. ISBN 80-247-1194-X.
- [20] VYSTOUPIL, J., ŠAUER, M. *Základy cestovního ruchu*. 1. vyd. Brno: Masarykova univerzita, 2006. 163 s. ISBN 80-210-4205-2.
- [21] ZELENKA, J., CHYLÍKOVÁ, I., NUNVÁŘ, L. *Informační a komunikační technologie v cestovním ruchu*. 1. vyd. Hradec Králové: Gaudeamus, 2002. 254 s. ISBN 80-7041-473-1.
- [22] ŽÍTEK, V. *Regionální ekonomie a politika*. 1. vyd. Brno: Masarykova univerzita, 2003. 170 s. ISBN 80-210-3478-5.

#### **Internetové zdroje:**

- [23] *Biele Karpaty* [online]. [cit. 27-03-2008]. Dostupný z WWW: <<http://www.bielekarpaty.sk/>>.
- [24] *Centrum šetrné turistiky* [online]. [cit. 16-04-2008]. Dostupný z WWW: <<http://www.taxus.eu/documents.php?mid=52af8819-3fe2-102a-8032-547e7f008390>>.

- [25] *Fondy Evropské Unie* [online]. [cit. 19-03-2008]. Dostupný z WWW: <<http://www.strukturalni-fondy.cz/>>.
- [26] *Holíč – oficiálne stránky mesta* [online]. [cit. 07-03-2008]. Dostupný z WWW: <<http://www.holic.sk/index.php>>.
- [27] *Informačný portál o obciach a mestách Slovenska* [online]. [cit. 28-03-2008]. Dostupný z WWW: <<http://www.obce.info/?pl=obcesk>>.
- [28] *Klub slovenských turistov* [online]. [cit. 11-04-2008]. Dostupný z WWW: <<http://www.kst.sk/>>.
- [29] *Kostel sv. Markéty Antiochijské* [online]. [cit. 28-03-2008]. Dostupný z WWW: <<http://www.hrady.cz/index.php?OID=3533>>.
- [30] MAIER, J. *Regionale Integration als Zielkategorie der grenzüberschreitenden Regionalpolitik* [online]. 2001 [cit. 05-03-2008]. Dostupný z WWW: <<http://www.kge.zcu.cz/veda/konference/prispevky/jedn/MAIERe.htm>>. ISBN 80-7082-8.
- [31] *Marketing cestovního ruchu* [online]. [cit. 05-03-2008]. Dostupný z WWW: <<http://markcr.uhk.cz/>>.
- [32] *Ministerstvo hospodárstva Slovenskej republiky* [online]. [cit. 05-03-2008]. Dostupný z WWW: <<http://www.economy.gov.sk/index/index.php>>.
- [33] *Národný strategický referenčný rámec 2007-2013* [online]. [cit. 19-03-2008]. Dostupný z WWW: <<http://www.nsrr.sk/>>.
- [34] *NUTS* [online]. [cit. 11-03-2008]. Dostupný z WWW: <<http://www.europskaunia.sk/nuts>>.
- [35] *Obvodný úrad životného prostredia v Senici – Stále pracovisko Skalica* [online]. [cit. 28-03-2008]. Dostupný z WWW: <[http://www.si.ouzp.sk/info\\_zp.html](http://www.si.ouzp.sk/info_zp.html)>
- [36] *Program hospodárskeho a sociálneho rozvoja mesta Holíč* [online]. [cit. 13-02-2008]. Dostupný z WWW: <[http://www.holic.sk/index.php?option=com\\_docman&task=doc\\_download&gid=111&&Itemid=225](http://www.holic.sk/index.php?option=com_docman&task=doc_download&gid=111&&Itemid=225)>.

- [37] *Štatistický úrad Slovenskej republiky* [online]. [cit. 14-03-2008]. Dostupný z WWW: <<http://portal.statistics.sk/showdoc.do?docid=4>>.
- [38] *Ústredie práce, sociálnych vecí a rodiny* [online]. [cit. 19-03-2008]. Dostupný z WWW: <<http://www.upsvar.sk/>>.
- [39] *Wikipédia* [online]. [cit. 27-03-2008]. Dostupný z WWW: <[http://sk.wikipedia.org/wiki/Hlavn%C3%A1\\_str%C3%A1nka](http://sk.wikipedia.org/wiki/Hlavn%C3%A1_str%C3%A1nka)>.
- [40] *Záhorácky internetový regionálny informačný servis* [online]. [cit. 28-03-2008]. Dostupný z WWW: <<http://www.izahorie.sk/>>.

**Ostatní zdroje:**

- [41] Propagační materiály a brožury měst Holíč a Skalica.
- [42] Turistická mapa VKÚ č. 149: Chvojnická pahorkatina – Skalica.

**SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK**

EAGGF	Evropský zemědělský podpůrný a záruční fond.
ERDF	Evropský fond sociálního rozvoje.
ESF	Evropský sociální fond.
FIFG	Finanční nástroj na podporu rybolovu.
CHKO	Chráněná krajinná oblast.
MIS	Marketingový informační systém.
NSRR	Národní strategický referenční rámec (ve Slovenské republice).
NUTS	Nomenclature des Unités Territoriales Statistiques (územní statistické jednotky).
OP KaHZ	Operační program Konkurenceschopnost a hospodářský růst.
ROP	Regionální operační program.
SACR	Slovenská agentúra pre cestovný ruch.
SR	Slovenská republika
WTO	World Tourism Organisation (Světová organizace cestovního ruchu).

**SEZNAM OBRÁZKŮ**

Obrázek 1. Poloha města ve středoevropském regionu .....	44
Obrázek 2. Poloha města v regionu .....	45
Obrázek 3. Grafické znázornění trasy naučné stezky .....	80

**SEZNAM TABULEK A GRAFŮ**

Tabulka 1. Porovnání věkové struktury obyvatelstva v letech 1996 a 2006.....	48
Tabulka 2. Ubytovací zařízení ve městě Holíč .....	61
Tabulka 3. Stravovací zařízení ve městě Holíč.....	62
Tabulka 4. Popis trasy stezky.....	82
Tabulka 5. Harmonogram jednotlivých činností.....	86
Tabulka 6. Výpočet doby realizace projektu pomocí programu WinQSB .....	87
Tabulka 7. Nákladová analýza projektu.....	92
Tabulka 8. Rizikové faktory projektu .....	93
Graf 1. Věková struktura obyvatelstva .....	47
Graf 2. Národnostní struktura obyvatelstva města Holíč .....	49
Graf 3. Náboženské vyznání obyvatelstva města Holíč.....	49
Graf 4. Vývoj míry nezaměstnanosti v okrese Skalica v porovnání se SR v letech 2002 – 2007 .....	50
Graf 5. Grafické znázornění sledu realizovaných činností .....	88



## SEZNAM PŘÍLOH

Příloha P I: Fotografie z trasy plánované naučné stezky

Příloha P II: Kulturní památky ve městě Holíč

## **PŘÍLOHA P I: FOTOGRAFIE Z TRASY PLÁNOVANÉ NAUČNÉ STEZKY**

**Na Valši**



**Kátovské jezero**



**Kátovské rameno**



**Mrtvé rameno Ivánek**



## Mrtvé rameno Lipa



*Zdroj: Vlastní archiv*

## **PŘÍLOHA P II: KULTURNÍ PAMÁTKY VE MĚSTĚ HOLÍČ**

### **Zámek Holíč**



### **Kostel sv. Markéty Antiochijské**



**Větrný mlýn**



**Vodní mlýn**



**Budovy Holíčské manufaktury a lapidárium**



**Loretánská kaple**



*Zdroj: [www.holic.sk](http://www.holic.sk), vlastní archiv*