

Projekt rozvoje cestovního ruchu na Uherskohradištsku

Bc.Eliška Juřenová

Diplomová práce
2010



Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta managementu a ekonomiky

Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta managementu a ekonomiky
Ústav regionálního rozvoje, veřejné správy a práva
akademický rok: 2009/2010

ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Bc. Eliška JUŘENOVÁ**
Studijní program: **N 6202 Hospodářská politika a správa**
Studijní obor: **Veřejná správa a regionální rozvoj**

Téma práce: **Projekt rozvoje cestovního ruchu
na Uherskohradištsku**

Zásady pro vypracování:

Úvod

I. Teoretická část

- Vypracujte literární rešerši pojednávající o problematice cestovního ruchu a stanovte cíl diplomové práce.

II. Praktická část

- Popište lokalitu Uherskohradištska včetně jejího historického vývoje.
- Analyzujte lokalitu Uherskohradištska z pohledu současného stavu cestovního ruchu.
- Zpracujte projekt na podporu rozvoje cestovního ruchu v lokalitě Uherskohradištska včetně očekávaných přínosů.

Závěr

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

Seznam odborné literatury:

- [1] BLAŽEK, J., UHLÍŘ, D. Teorie regionálního rozvoje. 1. vyd. Praha: Karolinum, 2002. 211 s. ISBN 80-246-0384-5.
- [2] FORET, M., FORETOVÁ, V. Jak rozvíjet místní cestovní ruch. 1. vyd. Praha: Grada, 2001. 178 s. ISBN 80-247-0270-X.
- [3] HORÁKOVÁ, H. Strategický marketing. 2. vyd. Praha: Grada Publishing, 2003. 200 s. ISBN 80-7169-996-9.
- [4] JIRÁSEK, J. Strategie -- umění podnikatelských vítězství. 1. vyd. Praha: Professional publishing, 2003. 186 s. ISBN 80-86419-22-3.
- [5] PALATKOVÁ, M. Marketingová strategie destinace cestovního ruchu. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2006. 341 s. ISBN 80-247-1014-5.

Vedoucí diplomové práce: doc. Ing. Josef Kubík, CSc.
Ústav managementu a marketingu
Datum zadání diplomové práce: 29. března 2010
Termín odevzdání diplomové práce: 3. května 2010

Ve Zlíně dne 29. března 2010

doc. Dr. Ing. Drahomíra Pavelková
děkanka



prof. RNDr. René Wokoun, CSc.
ředitel ústavu

PROHLÁŠENÍ AUTORA BAKALÁŘSKÉ/DIPLOMOVÉ PRÁCE

Beru na vědomí, že

- odevzdáním diplomové/bakalářské práce souhlasím se zveřejněním své práce podle zákona č. 111/1998 Sb. o vysokých školách a o změně a doplnění dalších zákonů (zákon o vysokých školách), ve znění pozdějších právních předpisů, bez ohledu na výsledek obhajoby ¹⁾;
- beru na vědomí, že diplomová/bakalářská práce bude uložena v elektronické podobě v univerzitním informačním systému dostupná k nahlédnutí;
- na moji diplomovou/bakalářskou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, zejm. § 35 odst. 3 ²⁾;
- podle § 60 ³⁾ odst. 1 autorského zákona má UTB ve Zlíně právo na uzavření licenční smlouvy o užití školního díla v rozsahu § 12 odst. 4 autorského zákona;
- podle § 60 ³⁾ odst. 2 a 3 mohu užít své dílo – diplomovou/bakalářskou práci - nebo poskytnout licenci k jejímu využití jen s předchozím písemným souhlasem Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně, která je oprávněna v takovém případě ode mne požadovat přiměřený příspěvek na úhradu nákladů, které byly Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně na vytvoření díla vynaloženy (až do jejich skutečné výše);
- pokud bylo k vypracování diplomové/bakalářské práce využito softwaru poskytnutého Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně nebo jinými subjekty pouze ke studijním a výzkumným účelům (tj. k nekomerčnímu využití), nelze výsledky diplomové/bakalářské práce využít ke komerčním účelům.

Ve Zlíně 26.4.2010


.....

1) zákon č. 111/1998 Sb. o vysokých školách a o změně a doplnění dalších zákonů (zákon o vysokých školách), ve znění pozdějších právních předpisů, § 47b Zveřejňování závěrečných prací:

(1) Vysoká škola nevýdělečně zveřejňuje disertační, diplomové, bakalářské a rigorózní práce, u kterých proběhla obhajoba, včetně posudků oponentů a výsledku obhajoby prostřednictvím databáze kvalifikačních prací, kterou spravuje. Způsob zveřejnění stanoví vnitřní předpis vysoké školy.

(2) Disertační, diplomové, bakalářské a rigorózní práce odevzdané uchazečem k obhajobě musí být též nejméně pět pracovních dnů před konáním obhajoby zveřejněny k nahlázení veřejnosti v místě určeném vnitřním předpisem vysoké školy nebo není-li tak určeno, v místě

pracoviště vysoké školy, kde se má konat obhajoba práce. Každý si může ze zveřejněné práce pořizovat na své náklady výpisy, opisy nebo rozmnoženiny.

(3) Platí, že odevzdáním práce autor souhlasí se zveřejněním své práce podle tohoto zákona, bez ohledu na výsledek obhajoby.

2) zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, § 35 odst. 3:

(3) Do práva autorského také nezasahuje škola nebo školské či vzdělávací zařízení, užije-li nikoli za účelem přímého nebo nepřímého hospodářského nebo obchodního prospěchu k výuce nebo k vlastní potřebě dílo vytvořené žákem nebo studentem ke splnění školních nebo studijních povinností vyplývajících z jeho právního vztahu ke škole nebo školskému či vzdělávacího zařízení (školní dílo).

3) zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, § 60 Školní dílo:

(1) Škola nebo školské či vzdělávací zařízení mají za obvyklých podmínek právo na uzavření licenční smlouvy o užití školního díla (§ 35 odst.

3). Odpírá-li autor takového díla udělit svolení bez vážného důvodu, mohou se tyto osoby domáhat nahrazení chybějícího projevu jeho vůle u soudu. Ustanovení § 35 odst. 3 zůstává nedotčeno.

(2) Není-li sjednáno jinak, může autor školního díla své dílo užít či poskytnout jinému licenci, není-li to v rozporu s oprávněnými zájmy školy nebo školského či vzdělávacího zařízení.

(3) Škola nebo školské či vzdělávací zařízení jsou oprávněny požadovat, aby jim autor školního díla z výdělku jím dosaženého v souvislosti s užitím díla či poskytnutím licence podle odstavce 2 přiměřeně přispěl na úhradu nákladů, které na vytvoření díla vynaložily, a to podle okolností až do jejich skutečné výše; přitom se přihlédá k výši výdělku dosaženého školou nebo školským či vzdělávacím zařízením z užití školního díla podle odstavce 1.

ABSTRAKT

Cílem zpracování diplomové práce je navrhnout projekt za účelem rozvoje cestovního ruchu na Uherskohradištsku. Po úvodu následuje obecný výklad a charakteristika cestovního ruchu z odborné literatury, která se vztahuje k danému tématu.

Následující část mé diplomové práce představuje město Uherské Hradiště a okolní obce a popisuje jeho současný stav v oblasti cestovního ruchu. V praktické části je provedena situační analýza popisující komplexní současný stav na Uherskohradištsku.

V poslední části diplomové práce je vytvořen projekt ke zlepšení situace v oblasti cestovního ruchu města Uherského Hradiště a okolí jako ucelený dokument.

Klíčová slova: Cestovní ruch, SWOT analýza, turismus, strategická vize, infrastruktura, konkurenceschopnost, marketing.

ABSTRACT

As a reason to make this dissertation's work is propose acquisition with the view of development tourist trade in region Uherské Hradiště. After introduction following general interpretation and characteristics tourist trade from technical literature, witch is refer this work.

Following part my dissertation's work introduce city Uherské Hradiště and describe its the present state of tourist trade area. In practical part is design situation analyse describe the present condition tourist trade in region Uherské Hradiště.

In last part dissertation's work is created proposal to improvement situation in turist trade area city Uherské Hradiště as a whole document.

Keywords: tourism, SWOT analysis, strategy vision, infrastructure, competitive strength, marketing.

PODĚKOVÁNÍ

Děkuji vedoucímu diplomové práce panu doc. Ing. Josefu Kubíkovi, CSc. za velmi užitečnou metodickou pomoc, spolupráci, odborné vedení a konzultace při vytváření diplomové práce.

Motto:

„Pokrok nespočívá v tom, že poběžíme donekonečna stále stejným směrem, ale že najdeme místo, na němž se budeme moci opět na čas zastavit.“

(Gilbert K. Chesterton)

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

OBSAH

ÚVOD	11
I TEORETICKÁ ČÁST	12
1 REŠERŠE POJEDNÁVAJÍCÍ O PROBLEMATICE CESTOVNÍHO RUCHU A STANOVENÍ CÍLE DIPLOMOVÉ PRÁCE	13
1.1 CHARAKTERISTIKA CESTOVNÍHO RUCHU	14
1.2 CHARAKTERISTIKA VENKOVSKÉHO CESTOVNÍHO RUCHU.....	14
1.3 PODMÍNKY CESTOVNÍHO RUCHU.....	14
1.4 HLEDISKA CESTOVNÍHO RUCHU	15
1.5 PRÁVNÍ REGULACE	17
1.6 VYMEZENÍ CESTOVNÍHO RUCHU	18
1.7 OBECNÉ TRENDY VÝVOJE CESTOVNÍHO RUCHU	18
1.8 VÝDAJE	20
1.9 DOPRAVA	20
1.10 RŮSTOVÉ SEGMENTY	20
1.11 SEZÓNNOST	21
1.12 TURISTICKÉ TOKY.....	22
1.13 UBYTOVÁNÍ, STRAVOVÁNÍ	22
1.14 ORGANIZACE A MARKETING	22
1.15 SHRNUÍ POZNATKŮ Z TEORETICKÉ ČÁSTI	23
II PRAKTICKÁ ČÁST	25
2 LOKALITA UHERSKOHRADIŠŤSKA A JEJÍ HISTORICKÝ VÝVOJ	26
2.1 ARCHITEKTURA UHERSKOHRADIŠŤSKA.....	26
2.2 PŘÍRODA V OKOLÍ UHERSKÉHO HRADIŠŤE.....	27
2.3 REKREACE A SPORT NA UHERSKOHRADIŠŤSKU	27
2.4 PŘEHLED DĚJIN UHERSKOHRADIŠŤSKA	28
2.4.1 Historie Uherskohradištska.....	28
2.4.2 Lidová tvorba	29
2.4.3 Lidové kroje	29
2.5 SHRNUÍ POZNATKŮ Z HISTORIE	29
3 ANALÝZA LOKALITY UHERSKOHRADIŠŤSKA Z POHLEDU SOUČASNÉHO STAVU CESTOVNÍHO RUCHU	31
3.1 ZÁKLADNÍ CHARAKTERISTIKA ÚZEMÍ	33
3.1.1 Kultura.....	33
3.1.2 Cestovní ruch	34

3.2	CELKOVÁ SWOT ANALÝZA MĚSTA UHERSKÉ HRADIŠTĚ	34
3.3	KULTURA, PAMÁTKY A CESTOVNÍ RUCH	38
3.3.1	Pojmové vymezení oblasti	38
3.3.2	SWOT analýza v oblasti kultury, památky a cestovní ruchu	39
3.4	SPORT A VOLNOČASOVÉ AKTIVITY	43
3.4.1	Pojmové vymezení oblasti	43
3.4.2	SWOT analýza oblasti sport a volnočasové aktivity.....	43
3.5	ŽIVOTNÍ PROSTŘEDÍ.....	45
3.5.1	Pojmové vymezení oblasti	45
3.5.2	SWOT analýza oblasti životní prostředí	45
3.6	DOPRAVA	48
3.6.1	Pojmové vymezení oblasti	48
3.6.2	SWOT analýza oblasti dopravy.....	49
3.7	BEZPEČNOST	50
3.7.1	Pojmové vymezení oblasti	50
3.7.2	SWOT analýza oblasti bezpečnost.....	50
3.8	INFORMAČNÍ A KOMUNIKAČNÍ TECHNOLOGIE (ICT)	52
3.8.1	Pojmové vymezení oblasti	52
3.8.2	SWOT analýza oblasti informační a komunikační technologie.....	52
4	PROJEKT NA PODPORU ROZVOJE CESTOVNÍHO RUCHU V LOKALITĚ UHERSKOHRADIŠŤSKA VČETNĚ OČEKÁVANÝCH PŘÍNOSŮ	54
4.1	NÁVRH PRODUKTOVÉHO PORTFOLIA	54
4.2	PARK ROCHUS – ZELENÝ OSTROV UHERSKÉHO HRADIŠTĚ.....	54
4.3	PŘÍPRAVA ZÁMĚRU VYBUDOVÁNÍ PŘÍRODNĚ-KULTURNÍHO REKREAČNÍHO AREÁLU.	55
4.4	OCHRANA PŘÍRODY A UDRŽITELNÉ HOSPODÁŘSTVÍ.....	56
4.5	MUZEUM V PŘÍRODĚ.....	56
4.6	ENVIRONMENTÁLNÍ CENTRUM S POBYTOVÝM ZÁZEMÍM.....	57
4.7	EKOSTATEK A PASTVA OVCÍ	58
4.8	STROMOVÉ ALEJE	58
4.9	VSTUPNÍ BRÁNA, STEZKA POKLADNIC SLOVÁCKA.....	58
4.10	EXPOZICE MÍSTNÍCH ROSTLIN	59
4.11	SPORTOVNÍ A RELAXAČNÍ PLOCHY	59
4.12	NAUČNÁ STEZKA	59
4.13	DALŠÍ PRODUKTY CESTOVNÍHO RUCHU	59
4.14	VEDLEJŠÍ PRODUKTY CESTOVNÍHO RUCHU	64
5	NÁKLADOVÁ ANALÝZA	68
6	RIZIKOVÁ ANALÝZA.....	69

7	SHRNUTÍ POZNATKŮ Z PRAKTICKÉ ČÁSTI.....	70
	ZÁVĚR	71
	SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY.....	72
	SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK	75
	SEZNAM OBRÁZKŮ	76
	SEZNAM TABULEK.....	77
	SEZNAM TABULEK..... CHYBA! ZÁLOŽKA NENÍ DEFINOVÁNA.	
	SEZNAM PŘÍLOH.....	78

ÚVOD

U lidí se projevuje jejich přirozená tendence obnovovat mezi sebou dřívější (rodinná) spojení a tendence poznávat dosud neznámé a nepoznané, což vedlo k nutnosti dočasně opouštět místo trvalého bydliště a cestovat. Vznik a rozvoj cestovního ruchu je tedy projevem dvou lidských potřeb, a to potřeby rekreace, tj. oddychu a odpočinku, a potřeby bezprostředního chování.

Ve své diplomové práci se budu zabývat problematikou rozvoje cestovního ruchu a možností rozvoje turismu na Uherskohradištsku.

Společenské a ekonomické změny ve 20. století, především pak v 90. letech, vedly ke zvýšení relevance sektoru služeb na místní ekonomice. Rozvoj cestovního ruchu v posledních letech vedl k posílení jeho vlivu na místní ekonomiku. Tato oblast se svými významnými historickými památkami a aktivitami tak má všechny předpoklady stát se metropolí cestovního ruchu v rámci regionu jihovýchodní Moravy.

Cílem mé práce je zvýšení atraktivnosti území prostřednictvím zkvalitněním infrastruktury pro rozvoj cestovního ruchu na Uherskohradištsku. Poskytnutí možnosti poznání historie města Uherského Hradiště a okolí města, zvýšení informovanosti veřejnosti o historických objektech, vytvořit produkty, které svou rozmanitostí a zvláštností zaujmou široký okruh turistů a tím z globálního hlediska především zvýšit návštěvnost destinace.

I. TEORETICKÁ ČÁST

1 REŠERŠE POJEDNÁVAJÍCÍ O PROBLEMATICE CESTOVNÍHO RUCHU A STANOVENÍ CÍLE DIPLOMOVÉ PRÁCE

Cestovní ruch je významný společensko-ekonomický fenomén jak z pohledu jednotlivce, tak společnosti. Každoročně představuje největší pohyb lidské populace za rekreací, poznáváním a naplněním vlastních snů z příjemné dovolené. Je součástí spotřeby a způsobu života obyvatel zejména ekonomicky vyspělých zemí. Ve světovém měřítku patří vedle obchodu s ropou a automobilovým průmyslem ke třem největším exportním odvětvím.

Začátek rozvoje moderního cestovního ruchu se obvykle datuje do období přelomu 19. a 20. století, kdy cestovní ruch začal formovat ve vyspělých krajinách jako odvětví společenské činnosti. Mnozí odborníci však jeho prvopočátky spojují s obdobím průmyslové revoluce jako důsledku tehdejších technických, ekonomických a sociálních podmínek. Kromě primární nabídky, tj. přírodních a kulturně-historických podmínek, cestovní ruch totiž vyžaduje i možnost svobodného pohybu obyvatelstva, přiměřený disponibilní fond volného času, volnou kupní sílu na uspokojování méně zbytných potřeb. Do této skupiny zahrnujeme i potřeby spojené s uspokojováním účasti na cestovním ruchu. Nezbytná je i výstavba a provoz dopravních, ubytovacích, stravovacích, sportovně-rekreačních, zábavních a dalších zařízení cestovního ruchu.

Cestovní ruch je v současnosti předmětem zkoumání několika vědních disciplín, např. ekonomie, geografie, sociologie, psychologie, pedagogiky, případně dalších. Všechny mají společný předmět zkoumání – cestovní ruch, ale každá disciplína ho zkoumá ze svého pohledu a s vlastním metodologickým aparátem. Předmětem ekonomie cestovního ruchu je zkoumání ekonomických aspektů cestovního ruchu spojených s produkcí a realizací služeb a zboží specifického charakteru, souvisejícího s účastí na cestovním ruchu. Geografie cestovního ruchu zkoumá teritoriální aspekty interakcí mezi cestovním ruchem a krajinou s cílem určit zákonitosti jejich vývoje. Předmětem sociologie cestovního ruchu je zkoumání společnosti s důrazem na sociální chování, konání a sociální interakci sociálních skupin jako návštěvníků cestovního ruchu. Psychologie cestovního ruchu se zabývá studiem psychiky návštěvníků v cestovním ruchu s důrazem na motivaci účasti na cestovním ruchu, spokojenosti s dovolenou, poradenstvím v cestovním ruchu apod. Cestovní ruch má tak interdisciplinární charakter, kde výsledky jedné vědní disciplíny využívají i jiné vědní disciplíny, čímž obohacuje poznání. V současnosti se často používá i účelově funkční vyme-

zení cestovního ruchu jako „soubor činností zaměřených na uspokojování potřeb souvisejících s cestováním a pobytem osob mimo místo trvalého bydliště a obvykle ve volném čase za účelem odpočinku, poznání, zdraví, rozptýlení a zábavy, kulturního a sportovního využití, služebních cest a získání komplexního zážitku. Jedná se o racionální vymezení cestovního ruchu, ze kterého vyplývá, že podmínkou cestovního ruchu je cestování a dočasný pobyt osob mimo místo jejich trvalého bydliště s cílem uspokojit specifické služby obvykle ve volném čase za účelem získání komplexního zážitku. [5]

1.1 Charakteristika cestovního ruchu

Cestovním ruchem rozumíme způsob uspokojování potřeb lidí v oblasti rekreace, turistiky, lázeňské léčby a kultury, pokud k němu dochází mimo běžné prostředí ve volném čase obyvatelstva. Je to přemístění osob z místa trvalého bydliště do určitého místa a čerpání služeb spojených s pobytem v tomto místě.

1.2 Charakteristika venkovského cestovního ruchu

Venkovská turistika je forma cestovního ruchu, jehož aktivity jsou bezprostředně spjaty s přírodou, krajinou a venkovským prostředím. Někdy je známá pod názvem "zelená turistika". Představuje soubor přírodních a kulturních atraktivit: sport, kulturu, řemesla, školy v přírodě, ubytovací zařízení převážně nižších kategorií a další speciální nabídku služeb. Její zvláštnost spočívá v decentralizaci ubytovacích zařízení, což umožňuje rozmělnit četnost turistů, a tak eliminovat negativní dopady, které sebou nese "organizovaná turistika" (tzv. masová turistika - ohromné soustředění lidí v turistických centrech, devastace krajiny po dobu turistické sezóny ap.). Ubytování je zpravidla poskytováno v rekreačních objektech (chalupy, chaty, sruby, rekreační domky), v rodinných domech (pronájem obytných místností), v hotelích a penzionech, v historických objektech (rekonstruovaných mlýnech, selenských staveních, zájezdních hostincích ap.). Za maximální ubytovací kapacitu na jeden objekt je považováno většinou 40-50 lůžek nebo 20-25 pokojů. [5]

1.3 Podmínky cestovního ruchu

1. Obecné:

a) Ekonomické - příjmy obyvatel

- b) Politické – vztahy mezi státy
- c) Sociální – dostatek volného času, délka pracovní doby
- d) Technické – dopravní podmínky, služby

2. Specifické:

- a) Přírodní:
- b) Klimatické poměry – vlhkost vzduchu, teplota, délka slunečního svitu
- c) Hydrologické – moře, vodní nádrž, řeka atd.
- d) Morfologické – reliéf krajiny
- e) Fauna (zvěř) a flóra (rostliny)

3. Společenské:

- a) Kulturně – historické
- b) Kulturní zařízení
- c) Sportovní zařízení a akce

1.4 Hlediska cestovního ruchu

Podle motivace účasti:

1. Cestovní druh rekreační (pasivní či aktivní odpočinek) – chataření a chalupaření
2. Kulturně poznávací – poznání kulturních památek (hrady, zámky, rozhledny), nebo návštěva kulturních zařízení (muzea, galerie), nebo zaměření na kulturní akce v kulturním prostředí (divadelní představení – Praha, Vídeň, Paříž)
3. Cestovní ruch s náboženskou tematikou (Vatikán, Zlaté hory, Velehrad)
4. Cestování se vzdělávacími motivy – s cílem dalšího vzdělávání (angličtina, kurzy, cizí jazyky)
5. Se společenskými motivy – setkání, komunikace
6. Zdravotně orientované motivy – léčebné, relaxační a rehabilitační pobyty (většinou

týdenní pobyty v nějakém lázeňském centru – v ceně ubytování, stravování, lékařská prohlídka)

7. Sportovní motivy – pěší turistika, cykloturistika, vodní turistika, lovecká turistika

8. Zaměřený na poznávání přírody – CHKO, NP, přírodní rezervace, safari, podvodní

9. S dobrodružnými motivy - kaňoning, paragliding

10. S profesními motivy – obchodní cestovní ruch, kongresový cestovní ruch

Podle platební bilance – pasivní (Češi vyjíždějí do ciziny) a aktivní (cizinci jezdí k nám)

Podle délky pobytu – krátkodobý (do tří dnů) – výletní turistiky (jednodenní výlet), dlouhodobý (na delší dobu, do 6 měsíců v ČR a do jednoho roku v cizině)

Podle způsobu zabezpečení – organizovaný (cestu zajišťuje cestovní kancelář, podnikatelský subjekt, organizace) a neorganizovaný

Podle počtu účastníků – individuální (jednotlivec, max. rodina), skupinový

Podle způsobu financování – komerční (volný, hradíme si náklady sami), sociální (vázaný, část nebo všechno hradí někdo jiný)

Podle věku účastníků – cestovní ruch dětí (skupiny do 15 let, tábory, školy v přírodě, pobyty, jednodenní), cestovní ruch mládeže (15-25), cestovní ruch rodin s dětmi, cestovní ruch lidí nad 45 let, cestovní ruch seniorů (nad 60)

Podle místa pobytu – městský cestovní ruch, venkovský ruch (pobyty na statcích, chatách), lázeňský cestovní ruch, cestovní ruch ve střediscích cestovního ruchu

Podle ročního období – letní, zimní, sezónní, mimo sezónní

Podle způsobu ubytování – veřejná (Apartmány – různě vybavené, mono – jedna místnost, bilo – kuchyň, obývací část a místnost, trilo – obývací kuchyň, dvě místnosti. Hotely, kempy, ubytovny). Mimoveřejná zařízení – chaty, chalupy, u příbuzných, kamarádů, vlastní pojezdne nebo přenosné ubytovací zařízení (karavany, stany)

1.5 Právní regulace

Účelem definice zájezdu v zákoně o podmínkách podnikání v cestovním ruchu je vyhradit prodávání zájezdů a zprostředkování jeho prodeje pouze subjektům se speciálním oprávněním. Tato oprávnění mají zajistit kvalifikovanost a spolehlivost poskytovaných služeb.

Prodávat zájezdy je oprávněna výlučně cestovní kancelář, tedy držitel koncese udělené živnostenským úřadem nebo držitel obdobného oprávnění se sídlem v jiném státě Evropské unie nebo Evropského hospodářského prostoru, a to formou uzavření cestovní smlouvy, na jejímž základě cestovní kancelář za uskutečnění, průběh a kvalitu zájezdu odpovídá. Koncese opravňuje cestovní kancelář i k dalším činnostem, z nichž některé nejsou vyhrazeny jen cestovním kancelářím, například k organizování (pořádání) zájezdu, k nabízení a prodávání jednotlivých služeb cestovního ruchu nebo zprostředkování jejich prodeje jiným cestovním kancelářím, cestovním agenturám, dopravcům, pořadatelům akcí, prodávat předměty související s cestovním ruchem atd.

Zprostředkovat prodej zájezdu může pouze jiná cestovní kancelář nebo cestovní agentura. Cestovní agentura nesmí uzavírat cestovní smlouvu (prodávat zájezd) koncovému zákazníkovi vlastním jménem, ale pouze jménem cestovní kanceláře, která zájezd pořádá – zpravidla tak činí na základě provizní smlouvy – a všechny nabídkové a propagační materiály musí obsahovat název cestovní kanceláře, která je prodejcem zájezdu. Každá cestovní kancelář má oprávnění jako cestovní agentura, tzn., že může kromě prodeje vlastních zájezdů i zprostředkovávat prodej zájezdů jiných cestovních kancelářích. Prodej zájezdu nesmí být zprostředkováván pro subjekt, který není cestovní kancelář. Zákon upravuje též povinnost a podmínky pojištění ve vztahu k zájezdům.

Destinace cestovního ruchu je představována svazkem různých služeb koncentrovaných v určitém městě nebo oblasti, které jsou poskytovány v návaznosti na potenciál cestovního ruchu (atraktivitu) místa nebo oblasti. Atraktivita destinace tak představují podstatu destinace a hlavní motivační stimul návštěvnosti destinace. Destinace nabízí služby jako ubytování, stravování, sportovní aktivity a zábavu.

Destinace cestovního ruchu jsou vzájemně si konkurující jednotky, jejichž společným cílem je prodej služeb v destinaci, který plní řadu funkcí. Zaprvé je to funkce marketingová, za druhé funkce nabídková, za třetí funkce zastoupení různých zájmových skupin a za čtvrté funkce plánovací. [21]

1.6 Vymezení cestovního ruchu

Za cestovní ruch se považuje činnost osoby, cestující na přechodnou dobu (u mezinárodního cestovního ruchu maximálně jeden rok, u domácího šest měsíců) do místa mimo své trvalé bydliště, přičemž hlavní účel její cesty je jiný než vykonávat výdělečnou činnost v navštíveném místě. Může se však jednat o služební, obchodní či jinak pracovně motivovanou cestu, jejíž zdroj úhrady vyplývá z pracovního poměru u zaměstnavatele v místě bydliště nebo v místě sídla firmy.

Poptávkově orientovaná definice, ze které vychází jednotlivé formy cestovního ruchu, cestovní ruch vymezuje jako dočasnou změnu místa pobytu, tj. cestování a přebývání mimo místo trvalého bydliště, zpravidla ve volném čase, a to za účelem rekreace, rozvoje poznání a spojení mezi lidmi. [7]

1.7 Obecné trendy vývoje cestovního ruchu

Při interpretaci analýzy a k pochopení rozvojové strategie cestovního ruchu je vhodné přihlídnout k tomu, jaké jsou nastoupené celosvětové trendy a jak se mohou promítnout do prognóz rozvoje cestovního ruchu v České republice a turistickém regionu Severní Moravy a Slezska.

Podle studie Světové organizace cestovního ruchu (WTO) „Vize cestovního ruchu pro rok 2020“ bude dlouhodobé cestování zabírat místo nynějších 24 % celých 32 % v zahraničním cestovním ruchu a každá třetí cesta bude dlouhodobým pobytem v jiném regionu světa. Podle informací WTO předpokládá Rada pro cestovní ruch, že turistický průmysl v roce 2020 dosáhne počtu 1,6 mld. příjezdů zahraničních turistů. To vyžaduje roční přírůstek ve výši 4 – 5 % mezinárodních příjezdů. V porovnání s roky 1996 a 1997 je to trojnásobek, přičemž odhady hovoří o dalším velkém rozvoji po roce 2010. Příjmy z mezinárodní turistiky vzrostou více než pětkrát, aby dosáhly 2 triliony USD. Do roku 2020 bude každý den utraceno za zahraniční turistiku více než 5 mil. USD, včetně nákladů na mezinárodní přepravu.

Podle populačních projekcí OSN pro WTO po vyřazení lidí, kteří nemohou být považováni za reálné potencionální cestovatele (osoby velmi staré a velmi mladé, osoby nemocné a osoby s neadekvátními finančními možnostmi) je zřejmé, že největší podíl na mezinárodním cestovním ruchu budou představovat Evropané, a to 14 % (tedy jeden ze sedmi), za-

tímco kupř. v jižní Asii to bude pouze jeden ze sta. Celosvětově se bude v roce 2020 účastnit mezinárodní turistiky 7 % lidí (tedy jeden ze čtrnácti).

Předpokládá se, že Evropa bude nadále nejnavštěvovanější destinací na světě. Pravděpodobný přírůstek turistů v roce 2020 se předpokládá 717 mil., což je o 381 mil. více než v roce 1995. V roce 2020 bude mít Evropa podíl na mezinárodních příjezdech 46 %. Největší přírůstek turistů bude především do oblastí střední a východní Evropy (223 mil.) a do jižního a východního Středomoří (212 mil.). Před rokem 2020 předstihnou země východní Asie a Pacifiku Ameriku a stanou se druhou nejnavštěvovanější destinací na světě. Do r. 2020 bude jejich podíl na mezinárodních příjezdech činit 25 %. Amerika se na celkovém počtu příjezdů bude podílet 18 %.

Podle WTO je současný stav dopravy pod úrovní tržní a průmyslové kapacity. Odhaduje se, že mezinárodního cestovního ruchu se účastní méně než 3,5 % světové populace, tento počet by mohl narůst v příští dekádě až na 7 %. Cestovní ruch se stává zranitelnějším a více podléhá reakcím na ekonomické problémy, na nedostatek bezpečnosti a jistoty, stejně jako na ohrožení životního prostředí a zdraví. Tyto potíže mají dopad na konkrétní destinace a regiony. Chování spotřebitelů bude ovlivněno narůstajícím znečištěním přírodního prostředí a náklady spojenými s neúměrnou frekvencí dopravy.

Pokud jde o mezinárodní trendy v marketingu cestovního ruchu, bude podle průzkumů NTA (Národních turistických centrál) jedním ze základních požadavků na budoucí marketing odklon od masového marketingu k strukturovanější zaměřenému přístupu. Řádné propojení mezi produktem a poptávkou bude determinovat stupeň konkurenceschopnosti destinace společně s vyvážeností vztahu mezi kvalitou a cenou.

Národní turistické centrály jednotlivých států neustále zvyšují své propagační aktivity a jejich kampaně jsou neustále agresivnější. Stále větší počet těchto centrál vstupuje do společných podniků se soukromým sektorem a snaží se obohatit svou nabídku o nové produkty cestovního ruchu, aby zasáhly nové trhy a poptávku přesunuly mimo tradiční centra a oblasti. Tato skutečnost představuje výzvu k založení regionálně marketingových iniciativ po celém světě.

Technologický pokrok, hlavně v informačních a rezervačních systémech, zrychluje změny a přispívá k větší flexibilitě. Cestovatelé jsou v narůstající míře schopni organizovat si své cesty sami a přáli by si cestovat více, pokud by byl nákup a výběr větší a jednodušší. Jeli-

kož jsou technologie stále přístupnější jak na pracovištích tak v domácnostech, vzroste počet přímých rezervací. S rozvojem cestovního ruchu ve vyspělých státech se předpokládá pokles potřeby státní kontroly a vzroste partnerství veřejného a soukromého sektoru, především v oblasti marketingu. Je kladen stále větší důraz na potřeby rozvoje cestovního ruchu, který by byl v rámci zachování přírodního prostředí společensky přijatelný a garantoval maximální spokojenost ze strany návštěvníků. To si vyžaduje dlouhodobý strategický přístup. [6]

1.8 Výdaje

Celkové výdaje na cestování (především na dopravu) rostou rychleji než ostatní rozpočtové položky, a to především díky kratším, ale častějším výjezdům. Denní výdaje se udržují na stejné úrovni díky očekávané kvalitě. Konkurence v oblasti služeb a trávení volného času (tematické parky, zábava, kulturní akce, sport) bude ovlivňovat růst výdajů na cestovní ruch a cestování hlavně v období recese.

Většina statistik předpovídá pro další desetiletí snižování tempa růstu a pokračující zmenšování podílu Evropy na světovém trhu. Vnější faktory, zejména nerovnoměrný ekonomický vývoj, sníží roční tempa růstu pod 3 %. Tato tempa se budou lišit podle segmentu, destinace a typu služby.

1.9 Doprava

Pro leteckou dopravu se počítá s větším než 5 % růstem. Osobní automobilová doprava bude omezena vzrůstajícími náklady a přetížeností na silnicích. Z této situace může profitovat veřejná doprava ve všech jejích formách, ovšem za podmínek dalších investic do její infrastruktury. Slevy na přepravném a pobídkové jízdné nebudou dosahovat tak lákavé úrovně jako v minulosti, což může snížit poptávku u cenově citlivých klientů, především v určitých regionech v období recese.

1.10 Růstové segmenty

Senioři budou tvořit výrazný potenciál trhu. U tohoto segmentu je předpokládán růst počtu účastníků, ale i vzrůst cestovních výdajů. Míra výdajů u tohoto segmentu není ovlivněna

poklesem čistých příjmů z důvodů recese, ale reaguje na pokles příjmů způsobený snížením úrokových sazeb.

V kontrastu se segmentem seniorů stojí segment mládeže, u kterého není růst v příštích letech příliš jistý. Je ohrožen zejména nedostatkem vhodných služeb od dopravy až po různé dodavatele a také snížením podpor v oblasti vzdělávání.

Roste zájem o venkovskou turistiku, návrat k přírodě a v menší míře také již rozšířené využívání kempů a karavanů.

Narůstání obchodního cestovního ruchu bude záviset na marketingovém úsilí, na nabídce specifických produktů: skupinové (podnikové) package pro různé události, incentivní turistika, kongresová turistika, obchodní prezentace a kombinace služebních cest a rekreace.

Návštěva městských center, hlavně kvůli sportovním a kulturním akcím, bude růst především ve formě kratších výletů.

U široké škály nových specializovaných produktů je třeba zjednodušit nákup, stejně jako u výletů kombinujících obchod a rekreaci, často spojených se sportem a zálibami. Dobrodružné cesty a prázdniny do vzdálených míst, nyní odhadované na 19 %, budou přitahovat stále více klientů, a to i mezi seniory.

Jednodenní výlety za různým účelem budou stále více populární.

Skupinové návštěvy organizované pro různé společnosti, profese, podniky či instituce potřebují specializované organizátory. Většina cest tohoto typu je v současnosti organizována samostatně nebo nepodnikatelskými subjekty. Jedná se o rozsáhlý potencionální trh, který by mohl prosperovat, pokud by se mu dodalo více profesionálního zájmu.

1.11 Sezónnost

Na sezónnost se bude pohlížet spíše jako na marketingovou příležitost než jako na problém. Bude nezbytná spolupráce soukromého a veřejného sektoru, aby bylo možné regulovat přílivy návštěvnosti a aby nedocházelo k neúnosné koncentraci návštěvníků v daném místě a čase.

1.12 Turistické toky

Předpokládá se, že cestování po Evropě poroste rychleji než domácí cestovní ruch, který už v některých evropských oblastech dosáhl svého vrcholu.

1.13 Ubytování, stravování

Ubytování a stravování představují oblasti vysokého růstu, který bude s určitými změnami pokračovat. Zatímco luxusní hotely se nacházejí v blízkosti svého vrcholu, roste zájem o tříhvězdičkové a ekonomické hotely. Hotelové ubytování bude ve větší míře zahrnováno do paketů, hlavně u kratších cest. Specializovaná střediska (prázdninové parky, dětské vesničky), sportovní a léčebná centra, Bed&Breakfast a další doplňkové služby se budou těšit růstu, stejně jako využívání různých institucí, např. univerzit v hlavní sezóně.

Nabídka pokojů a různých služeb bude přizpůsobována měnící se poptávce, např. při obsazování pokojů, při výběru jídel a dalších služeb z více možností. Ve větší míře se bude využívat hotelem vytvořených balíčků určených pro přímý prodej.

Stravování se bude rozvíjet prostřednictvím řetězců a tematických restaurací. Poptávka po kvalitních malých hostincích a restauracích bude pokračovat. Přetrvávajícím trendem je zájem o kvalitu a novinky ve stravování, výrazný vliv bude mít móda.

Předpokládá se rozvoj ubytování a stravování in-house u široké škály atraktivit, jako jsou tematické parky, sportovní, kulturní a regenerační střediska, prázdninové vesničky. Populární budou také tzv. druhé domovy, poroste nabídka objektů k prázdninovému pronájmu.

[21]

1.14 Organizace a marketing

Nejvýraznější změny nastanou v organizaci a marketingu. Pokračuje rychlý vývoj informačních a rezervačních technologií. Tyto nové technologie mohou ve velké míře ovlivnit i cesty, které nemají obchodní charakter. Efektivnější služby pro individuální cestující se stanou se zlepšením informací a rad před cestou důležitým požadavkem. Informační služby místního a veřejného sektoru hrají v této oblasti klíčovou roli v souvislosti s tím, jak se zmenšuje úloha obchodních zprostředkovatelů v zabezpečování potřeb jednotlivců a v prodeji místních služeb, jakými jsou nekomerční ubytování a speciální akce.

Novým trendem v marketingu jednotlivých zemí a regionů je spojení turistických centrál a agentur s velkými regionálními firmami. Tyto dva sektory se společně podílejí na propagaci regionu jako destinace cestovního ruchu (tvorba dokumentů, průvodců).

Package a zvláštní nabídky, stejně tak prodej jednotlivých míst prostřednictvím touroperátorů na úkor skupinových zájezdů, se stávají stále populárnější.

Nové produkty šité na míru různým požadavkům každého segmentu s ohledem na jeho zájmy a záliby nabízejí příležitost pro vytvoření nových turistických toků.

Narůstající povědomí a zájem o otázky životního prostředí ovlivní úspěch při vývoji nových produktů. Nezbytnou podmínkou při vytváření nových produktů je spolupráce komerčního sektoru s neziskovými organizacemi. [12]

1.15 Shrnutí poznatků z teoretické části

Návštěvníci mají zájem o kulturně historické atraktivity, architektonické památky, kulturní zařízení, významná kulturní a historická místa spojená s historií země, technické památky, lidové umění – uměleckou a řemeslnou výrobu, organizované atraktivity a sociální atraktivity.

Očekávají kvalitní dopravní, ubytovací, stravovací, volnočasové služby.

Osobní automobilová doprava je omezena vzrůstajícími náklady a přetížeností na silnicích. Z této situace může profitovat veřejná doprava ve všech jejích formách, ovšem za podmínky dalších investic do její infrastruktury.

Senioři budou tvořit výrazný potenciál trhu. U tohoto segmentu je předpokládán růst počtu účastníků, ale i vzrůst cestovních výdajů. Očekávají lepší bezpečnost, zdravotní služby, styk s místními komunitami, kulturní vyžití, aktivity v přírodě, strukturované společenské aktivity, adekvátní prostory k tělesnému cvičení a také pravdivé a jasné informace. Se stárnutím české populace budou senioři důležitým segmentem cestovního ruchu.

Roste zájem o venkovskou turistiku, návrat k přírodě a v menší míře také již rozšířené využívání kempů a karavanů.

Jednodenní výlety za různým účelem budou stále více populární.

Dobré podmínky pro rozvoj má i cykloturistika, agroturistika, ekoturistika apod. Přitahují turisty z jiných regionů a jsou součástí integrovaného plánu rozvoje cestovního ruchu v regionu.

II. PRAKTICKÁ ČÁST

2 LOKALITA UHERSKOHRADIŠŤSKA A JEJÍ HISTORICKÝ VÝVOJ

Uherskohradištsko charakterizuje bohatá kulturní tradice, vyrůstající z lidové kultury – folklóru. V oblasti lidové tvořivosti se tato oblast řadí mezi nejvýznamnější regiony v České republice. Působí zde mnoho vynikajících národopisných souborů – tanečníků, zpěváků a muzikantů. Jedinečnou kulturní tradici představují Vlčnovské slavnosti s Jízdou králů, Dolňácké slavnosti v Hluku, přehlídky národopisných souborů, festivaly dechových hudeb či festival lidových nástrojů s mezinárodní účastí. V regionu působí řada profesionálních kulturních zařízení – Slovácké muzeum zaměřené na archeologii a národopis jihovýchodní Moravy, Muzeum Jana Ámose Komenského v Uherském Brodě, které patří ke známým komeniologickým ústavům v Evropě, Slovácké divadlo, Klub kultury, Knihovna Bedřicha Beneše Buchlovana, městská kina, Dům kultury v Uherském Brodě, Klub sportu a kultury ve Vlčnově a řada výstavních galerií. K tradiční kultuře Uherskohradištska patří i rukodělná výroba. Nejrozšířenější a nejznámější je výroba keramiky v Tupesích. Kulturní význam regionu umocňuje i blízkost památného Velehradu, historického místa, kde se střetávaly západní a východní evropské tradice. Velehrad je známým poutním místem, které symbolizuje duchovní blízkost středoevropských kultur. [28]

2.1 Architektura Uherskohradištska

V regionu patří k nejstarším stavebním památkám raně gotický hrad Buchlov, založený kolem poloviny 13. století králem Přemyslem II. Otakarem. Dále je to tvrz v Hluku a kaple sv. Alžběty v Uherském Hradišti. V důsledku velkých požárů, při nichž byla téměř zničena gotická jádra měst, se zachovaly pouze zbytky této architektury. Renesance je v Uherském Hradišti zastoupena domem U Slunce na Masarykově náměstí, v Uherském Brodě nádvořím Panského domu a v Uherském Ostrohu zámek, největší renesanční stavbou v oblasti. Nejvíce je zde zachováno barokních památek, z nichž nejvýznamnější je jedinečně řešený areál zámku v Buchlovicích, jenž bývá někdy prisuzován italskému architektu D. Martinellimu. Rovněž výjimečnou barokní stavbou je bazilika Nanebevzetí P. Marie a Cyrila a Metoděje na Velehradě. Jedná se však pouze o přestavbu původně románského kostela. Baroko dále reprezentuje farní kostel sv. Františka Xaverského, morový sloup, lékárna U Zlaté

koruny v Uherském Hradišti, sloupová síň muzea J. A. Komenského, farní kostel Neposkvrněného početí P. Marie, Panský dům v Uherském Brodě a řada dalších. Z pozdější doby patří k architektonickým zajímavostem novogoticky přestavený zámek Nový Světlov u Bojkovic, novorenesanční budova gymnázia, komplex budov někdejšího krajského soudu z počátku 20. století, nebo vzácná funkcionalistická stavba spořitelny v Uherském Hradišti. Z lidové architektury jsou zachovány jen ojedinělé objekty, a to jedinečný komplex vinných búd a selský dům ve Vlčnově, selský dům v Topolné a hrnčířská dílna v Tupesích, z níž pochází známá tupeská keramika. [28]

2.2 Příroda v okolí Uherského Hradiště

Přírodní podmínky regionu jsou dány především bohatostí terénního profilu, tvořeného na východě horským pásmem Bílých Karpat s nejvyšším vrcholem Velkou Javořinou (970 m). Tato oblast patří k jednému z mála míst v České republice s nejméně znečištěným ovzduším. Ve středu oblasti se rozkládá široká niva řeky Moravy se zbytky vzácných lužních lesů, kterou lemují na západě pohoří Chřiby, s nejvyšším vrcholem Brdem (587 m). Členitý terén a bohaté lesní komplexy vytvářejí zajímavé scenérie oplývající vzácnou flórou a faunou. Příznivé jsou zde i podnební poměry (průměrná roční teplota činí 8 st. C), vytvářející příhodné podmínky pro zemědělství.

2.3 Rekreace a sport na Uherskohradištsku

Členitý terén s bohatými lesními porosty skýtá široké možnosti pro rekreaci, turistiku, zimní a letní sporty. Pro zimní sporty jsou vhodné podmínky v lyžařském areálu Mikulčín vrch v Bílých Karpatech, s upravovanými sjezdovkami a ubytováním. Navštěvovaná sjezdovky však najdete i v oblasti Chřibů, a to za Břestkem a před Stupavou. Jedinečné prostředí pro letní sporty, včetně možnosti kempování, se nachází na jezerech v Ostrožské Nové Vsi a v plaveckém areálu s krytým bazénem v Uherském Hradišti. Další možnosti poskytují tenisové areály a umělý lyžařský svah v Uherském Hradišti, kryté zimní stadiony a řada dobře vybavených fitcenter a autokempů v celé oblasti.

2.4 PŘEHLED DĚJIN UHERSKOHRADIŠŤSKA

2.4.1 Historie Uherskohradišťska

Území, ve kterém město vzniklo, patřilo v 9. a na počátku 10. století k jádru Velké Moravy, prvního státu západních Slovanů. Centrem osídlení bylo hradisko Na Valach a sídliště Na Špitálkách na území dnešního Starého Města. Protipólem hradiska bylo velmožské a strážní sídlo na ostrově mezi rameny řeky Moravy, v místech dnešního centra města. Tato významná sídla doplňovalo duchovní centrum v Sadech. Na velkomoravské osídlení navázala 11. až 13. století trhovářská ves Veligrad, nyní Staré Město.

V místech starobylé tradice bylo před rokem 1257 založeno českým králem Přemyslem Otakarem II. město Hradiště jako pohraniční pevnost. Město se již v době předhusitské právně vykrystalizovalo, když získalo četná privilegia, zejména trhovářské a mílové právo.

Městskou správu reprezentovali purkmistr a městská rada, kteří od poslední třetiny 14. století sídlili v městské radnici, město se také stalo sídlem hradišťského kraje. V 2. polovině 14. století čítalo město 1 200 obyvatel, z nichž bylo 83 řemeslníků, kteří náleželi k 37 různým druhům řemesel.

Hradiště využilo husitských válek, aby setřásl poslední zbytky své závislosti na blízkém velehradském klášteře, na jehož pozemcích původně vzniklo. Své politické postavení si upevnilo věrností a oddaností králi Jiřímu z Poděbrad. Také po hospodářské stránce moc města stoupala. Na počátku 16. století získalo několik sousedních vesnic, ze kterých se vytvořil městský velkostatek. Jednotliví měšťané si zakupovali pozemky v blízkém Starém Městě a vinice v Mařaticích.

S blížícím se nebezpečím tureckých vpádů v 16. století se zvyšoval význam města jako pevnosti, střežící přístup na Moravu. Důležitost funkce vynikla zejména po vpádech Bočkajovců v období třicetileté války a v době uherských vpádů na přelomu 17. a 18. století.

Sřetenutí měšťansko-stavovského tábora s táborem katolicko-absolutistickým vyústilo v českém protihabsburském povstání v letech 1618 - 1620, kterého se město aktivně zúčastnilo. Důsledky bělohorské porážky proto město silně ovlivnily a staly se důležitým předělem v dějinách města. S ustupující protireformací vznikala ve městě vrstva Němců a Italů, která se podílela na celkové germanizaci města. Ničivý požár v roce 1681, který zničil většinu budov, urychlil přestavbu gotického města na barokní.

Stavební vývoj Uherského Hradiště se však až do 19. století udržoval uvnitř hradeb, neboť bažinaté okolí, protkané meandrovým tokem Moravy a jejími rameny, nedovolovalo výstavbu za hradbami. [28]

2.4.2 Lidová tvorba

Zemědělské hospodaření vedle potravin dávalo také suroviny k výrobě předmětů, nezbytných pro život rodiny a práci na zemědělské usedlosti. Ve starších pracích se pod pojmem „lidová tvorba“, „lidová umělecká tvorba“ nebo „podomácká práce“ kladla do stejné roviny výroba zemědělského nářadí i kovářství, šití a výzdoba krojů i soukenictví, výroba košíků i hrnčířství. [28]

2.4.3 Lidové kroje

Lidové kroje patří k nejobdivovanějším projevům lidové kultury a pro své výrazné znaky patřily donedávna i k hlavním kritériím pro určování národopisných oblastí. Na přelomu 19. a 20. století byly na Slovácku zjištěno 28 krojových okrsků, z nichž polovina je na dnešním území okresu Uherské Hradiště. [28]

2.5 Shrnutí poznatků z historie

Návštěvníci mají zájem o kulturně historické atraktivity, architektonické památky, kulturní zařízení, významná kulturní a historická místa spojená s historií země, technické památky, lidové umění – uměleckou a řemeslnou výrobu, organizované atraktivity a sociální atraktivity.

Očekávají kvalitní dopravní, ubytovací, stravovací, volnočasové služby.

Osobní automobilová doprava je omezena vzrůstajícími náklady a přetíženoostí na silnicích. Z této situace může profitovat veřejná doprava ve všech jejích formách, ovšem za podmínek dalších investic do její infrastruktury.

Senioři budou tvořit výrazný potenciál trhu. U tohoto segmentu je předpokládán růst počtu účastníků, ale i vzrůst cestovních výdajů. Očekávají lepší bezpečnost, zdravotní služby, styk s místními komunitami, kulturní vyžití, aktivity v přírodě, strukturované společenské aktivity, adekvátní prostory k tělesnému cvičení a také pravdivé a jasné informace. Se stárnutím české populace budou senioři důležitým segmentem cestovního ruchu.

Roste zájem o venkovskou turistiku, návrat k přírodě a v menší míře také již rozšířené využívání kempů a karavanů.

Jednodenní výlety za různým účelem budou stále více populární.

Dobré podmínky pro rozvoj má i cykloturistika. Přitahují turisty z jiných regionů a jsou součástí integrovaného plánu rozvoje cestovního ruchu v regionu.

3 ANALÝZA LOKALITY UHERSKOHRADIŠŤSKA Z POHLEDU SOUČASNÉHO STAVU CESTOVNÍHO RUCHU

Uherské Hradiště se rozprostírá v průsečíku někdejších pravěkých cest vedoucích od Baltického moře na jih k Dunaji a od Černého moře a Dněpru na východě do západních zemí.

V úrodném Poolšaví a středním Pomoraví, obklopeném na východě Bílými Karpatami, na severu Vizovickými vrchy a na západě malebnými vrcholky Chřibů, byly příznivé podmínky k trvalému osídlení.

Území, ve kterém město vzniklo, patřilo v 9. a na počátku 10. století k jádru Velké Moravy, prvního státu západních Slovanů. Centrem osídlení bylo hradisko Na Valách a sídliště Na Špitálkách na území dnešního Starého Města. Protipólem hradiska bylo velmožské a strážní sídlo na ostrově mezi rameny řeky Moravy, v místech dnešního centra města. Tato významná sídla doplňovalo duchovní centrum v Sadech. Na velkomoravské osídlení navázala 11. až 13. století trhov故事 ves Veligrad, nyní Staré Město.

V místech starobylé tradice bylo před rokem 1257 založeno českým králem Přemyslem Otakarem II. město Hradiště jako pohraniční pevnost. Město se již v době předhusitské právně vykrytalizovalo, když získalo četná privilegia, zejména trhov故事 a mílové právo.

Městskou správu reprezentovali purkmistr a městská rada, kteří od poslední třetiny 14. století sídlili v městské radnici, město se také stalo sídlem hradišŤského kraje. V 2. polovině 14. století čítalo město 1 200 obyvatel, z nichž bylo 83 řemeslníků, kteří náleželi k 37 různým druhům řemesel.

Hradiště využilo husitských válek, aby setřásl poslední zbytky své závislosti na blízkém velehradském klášteře, na jehož pozemcích původně vzniklo. Své politické postavení si upevnilo věrností a oddaností králi Jiřímu z Poděbrad. Také po hospodářské stránce moc města stoupala. Na počátku 16. století získalo několik sousedních vesnic, ze kterých se vytvořil městský velkostatek. Jednotliví měšťané si zakupovali pozemky v blízkém Starém Městě a vinice v Mařaticích.

S blížícím se nebezpečím tureckých vpádů v 16. století se zvyšoval význam města jako pevnosti, střežící přístup na Moravu. Důležitost funkce vynikla zejména při vpádech Bočkajovců v období třicetileté války a v době uherských vpádů na přelomu 17. a 18. století.

Střetnutí měšťansko-stavovského tábora s táborem katolicko-absolutistickým vyústilo v českém protihabsburském povstání v letech 1618 - 1620, kterého se město aktivně zúčastnilo. Důsledky bělohorské porážky proto město silně ovlivnily a staly se důležitým předělem v dějinách města. S odstupující protireformací vznikala ve městě vrstva Němců a Italů, která se podílela na celkové germanizaci města. Ničivý požár v roce 1681, který zničil většinu budov, urychlil přestavbu gotického města na barokní.

Stavební vývoj Uherského Hradiště se však až do 19. století udržoval uvnitř hradeb, neboť bažinaté okolí, protkané meandrovým tokem Moravy a jejími rameny, nedovolovalo výstavbu za hradbami.

Vliv na další vývoj města měl revoluční rok 1848. Příčiněním dr. Aloise Pražáka byl ve městě založen odbor Slovanské lípy, přispívající k rozvoji národního uvědomění. Národnostní vření a boj za český charakter města doprovázelo také založení českého gymnázia v roce 1884, které bylo první českou střední školou na Slovácku. V této době se stalo Uherské Hradiště místem tvůrčích národopisných snah, střediskem výtvarného umění a lidové kultury.

Přestože Uherské Hradiště zůstalo po roce 1850 významným politicko-správním centrem, začalo v době průmyslové revoluce hospodářsky zaostávat. Jeho charakter úřednicko-řemeslnického města se nezměnil a první průmyslové podniky vznikly mimo něj, ať to byl cukrovar založený ve Starém Městě v roce 1868, nebo rozšiřující se závody, jako pivovar v Jarošově, Standova cihelna v Mařaticích a Abraháмова cihelna v Kunovicích. Město se průmyslově neprosadilo ani v době 1. republiky. Postupný stavební rozvoj a příliv obyvatelstva, zejména po roce 1945, však vytvářel ekonomické podmínky pro hospodářské, dopravní a další propojení Uherského Hradiště s okolím, zejména s obcemi Jarošov, Mařatice, Sady, Kunovice a Staré Město. Výstavba probíhala především v okrajových částech města, přičemž docházelo k výraznému zanedbání stavebního fondu v historickém jádru města.

Rozsáhlý proces regenerace byl nastartován prohlášením Městské památkové zóny a schválením Programu regenerace v roce 1992. [9]

3.1 Základní charakteristika území

Uherské Hradiště je významným historickým městem jihovýchodní Moravy a centrem sídelní aglomerace Staré Město – Uherské Hradiště – Kunovice. Podle nového uspořádání územní veřejné správy je nyní Uherské Hradiště obcí s rozšířenou pravomocí (tzv. obec III. stupně), v jejímž správním obvodu (Uherskohradištsko) žije přes 90 tisíc obyvatel. Město je součástí Zlínského kraje (NUTS 3), který společně s Olomouckým krajem vytváří tzv. region soudržnosti NUTS 2 Střední Morava.

Poloha města umožňuje relativně jednoduchou dopravní dostupnost i k některým sousedním zemím.

Tab. 1. Příjezdové vzdálenosti.

ČR	Vzdálenost (km)	Evropa	Vzdálenost (km)
Praha	280	Vídeň	140
Brno	75	Bratislava	140
Ostrava	140	Budapešť	320
Olomouc	75	Varšava	536
Přerov	49	Berlín	618
Zlín	27	Mnichov	982
Břeclav	65	Milano	982

3.1.1 Kultura

Uherské Hradiště a jeho okolí je regionem s velmi bohatým kulturním životem, založeným na silném kulturním povědomí obyvatel a na bohatých tradicích Slovácka. Pestrost kulturního života a četnost pořádaných kulturních akcí výrazně převyšují průměr ve srovnání s městy a regiony obdobné velikosti. Kalendář akcí obsahuje na každý měsíc rozmanitou nabídku několika desítek akcí - koncerty, výstavy, divadelní představení, plesy, karnevaly, folklorní akce a pořady, taneční programy, módní přehlídky, přednášky, konference, soutěže a různé sportovní akce.

K nejvýznamnějším kulturním institucím patří Městská kina, Klub kultury, Slovácké divadlo, Knihovna Bedřicha Beneše Buchlovana. Mezinárodní věhlas si během několika let svého trvání získala Letní filmová škola, s mezinárodní účastí probíhá rovněž přehlídka

filmů s ekologickou tematikou „Týká se to také Tebe“ a festival hudebních nástrojů lidových muzik. Výjimečná je rovněž existence řady uměleckých souborů známých v celé republice (Hradišťan, Kunovjan, Svatopluk, Včelaran aj.). Cenná je i skutečnost, že na kulturním dění ve městě se aktivně podílí velký počet obyvatel. Kvalitní kulturní výchova mládeže dává dobré vyhlídky do budoucnosti.

3.1.2 Cestovní ruch

Uherské Hradiště je jedním z významných center Slovácka - výrazné etnografické oblasti jihovýchodní Moravy. Velmi vysoký potenciál Uherského Hradiště a jeho regionu pro rozvoj cestovního ruchu je založen především na kulturním dědictví v nejširším smyslu tohoto pojmu. Centrum města bylo prohlášeno památkovou zónou s řadou historicky cenných objektů a blízké okolí města nabízí několik objektů historického odkazu nadregionálního významu (např. hrad Buchlov, zámek Buchlovice, světoznámé poutní místo Velehrad, památník Velké Moravy, zřícenina hradu Cimburk), což vytváří vhodné prostředí pro cestovní ruch zaměřený na kulturní památky. K atraktivnímu kulturnímu dědictví patří i tradiční řemesla, výrobky a lidové zvyky. I v této oblasti poskytuje město a jeho okolí rozsáhlou nabídku od vinařství (Měšťanské vinné sklepy), lázeňství (Ostrožská Nová Ves, Leopoldov – Smrad'avka) až po unikátní slovácký folklór.

3.2 Celková SWOT analýza města Uherské Hradiště

Pro celkovou SWOT analýzu města Uherské Hradiště byly použity výsledky Dotazníkového šetření ke spokojenosti občanů se životem ve městě realizovaného v období duben až květen 2010

Dále uvedený přehled silných a slabých stránek, příležitostí a ohrožení je řazen dle priorit (sestupně).

Silné stránky města

- Kultura (image města jako kulturního centra Slovácka, kde je pěstována umělecky hodnotná kultura)
- Tradice, folklór - jedinečný, identifikující folkloristický ráz místní kultury (Moravského Slovácka) – řemesla, výrobky, zvyky, taneční a hudební skupiny apod.

- Přirozené spádové centrum oblasti
- Historie (historické zázemí, památková zóna, zachovaný urbanismus historického jádra)
- Existence tradičních, regionálně, národně i mezinárodně významných kulturních a společenských akcí
- Existence významných kulturních institucí s nadregionálním významem, muzea, výstavní síně, knihovna
- Dynamický rozvoj města v posledních letech
- Předpoklady pro růst cestovního ruchu
- Střední školství, vysoké školství, rozvoj školství
- Základní a mateřské školy
- Pracovní příležitosti, nižší nezaměstnanost než je celostátní průměr
- Pracovitost obyvatelstva, vysoká míra ekonomicky aktivního obyvatelstva
- Vzdělanost obyvatelstva
- Zdravý patriotismus, pocit sounáležitosti s rodným krajem
- Stabilita obyvatelstva a jeho sociální struktury, homogennost z hlediska národnosti
- Podmínky pro podnikatelskou činnost
- Komunikace mezi veřejným a soukromým sektorem
- Aktivní účast obyvatel včetně mladší generace na velkém množství kulturních, společenských a sportovních akcí
- Velká tradice aktivní činnosti spolků a sdružení, velký počet spolků a sdružení
- Rozvinutá infrastruktura (s výjimkou dopravy)
- Vysokoškolský areál
- Ratingy města + ankety
- Sportovní areál – Nám. Míru, široká nabídka sportovních aktivit

- Exponovaná poloha souměstí na frekventovaných dopravních (silničních i železničních) tazích - umožňuje vyjížděku za prací na Zlínsko a Brněnsko
- Rezidenční, výrobní a rekreační funkce města jsou již rovnoměrněji rozloženy
- Prostranství v centru města, veřejná prostranství
- Atraktivita bydlení ve městě, hezké prostředí města
- Hustá síť železničních tratí
- Dopravní dostupnost
- MHD
- Nadregionální dálková cyklistická trasa č. 47 "Moravská"
- Průplav Otrokovice – Rohatec, turistická vodní cesta Baťův kanál
- Lázně nadregionálního významu v Ostrožské Nové Vsi
- Bezpečnostní situace poměrně stabilizována
- Relaxace, trávení volného času
- Dostupnost zdravotní péče – nemocnice, praktičtí lékaři
- Parky, zahrady, zeleň
- Propagace města, regionu, služeb

Slabé stránky města

- Nedostatečná protipovodňová ochrana
- Nedostatek ubytovacích kapacit
- Dopravní infrastruktura vnitřní i vnější vč. příměstských částí města a vazby na nadregionální síť, parkování, vodní cesty, cyklistických stezek a cyklotras
- Nedostatek tělocvičen
- Nedostatek prostorů pro rozvoj sociálních služeb
- Nedořešeno protierozní opatření v povodí Vinohradského potoka

- Dopravní zatížení v ulicích Sokolovská (II/497) a Svatoplukova (III/050 13)+ centrum města
- Úbytek obyvatelstva
- Úbytek dětí v MŠ, pokles žáků v ZŠ, předpoklad je další pokles (mírný)
- Početní růst domácností
- Vybavenost obyvatelstva bytovým fondem
- Nedostatek volných bytů a ubytovacích zařízení pro chráněné a sociální bydlení
- Nedostatek „startovacích bytů“ pro první období samostatného života mladých lidí a jejich rodin
- Zlínský trh práce absorbuje významný podíl pracovních sil Uherskohradištska
- Nedostatečná tvorba nových pracovních míst ve městě, málo pracovních příležitostí
- Nižší průměrná mzda oproti celostátnímu průměru
- Poruchy starších vodovodních řádů – špatná infrastruktura
- Ovzduší - překračován imisní limit
- Hluk z dopravy
- Značně narušený krajinný ekosystém v okolí města
- Poškozené životní prostředí
- Čistota města
- Byrokratické překážky na úřadech

Příležitosti pro město

- Externí zdroje financování (fondy EU a dotace obecně)
- Rozvoj dopravní infrastruktury (R 55, letiště Kunovice, propojení průmyslové zóny)
- Další rozvoj vysokého školství, celoživotního vzdělávání
- Značka „Velká Morava“, muzeum Velké Moravy, Sadská výšina

- Velikost aglomerace = 2. místo v kraji
- Rozvoj cykloturistiky (vinařské)

Ohrožení pro město

- Povodně
- Nedostatečné dopravní propojení sever – jih, nedostatečná dopravní infrastruktura
- Pokles počtu obyvatel
- Stárnutí obyvatelstva a nedostatek služeb s tím spojených
- Nízké mzdy v regionu (může být současně příležitostí)
- Nesoulad mezi nabídkou a poptávkou po pracovní síle na trhu práce
- Nezájem o učňovské školství
- Absence ekonomicky silného sponzora ve fotbale
- Zahraniční obchodní řetězce, které rozšiřují na území aglomerace svoji síť supermarketů, diskontů či hypermarketů, především výstavbou na „zelené louce“
- Kolize rekreační a vodohospodářské funkce přírodních jezer u Ostrožské Nové Vsi
- Změna kulturního klimatu ve městě z důvodu přílivu vysokoškoláků (multikulturalnost, komerční kultura...)

3.3 Kultura, památky a cestovní ruch

3.3.1 Pojmové vymezení oblasti

Aktivní účast obyvatel, činnosti spolků, pestrá kulturnost města, žánrová pestrost, image kulturního města, kulturní nabídka, zapojení kulturních subjektů nezřízených městem a jejich podpora, spolupráce škol a kulturních institucí. Existence tradičních významných akcí, centrum „Slovácka“, identifikující folkloristický ráz místní kultury, potenciál uměleckých a lidových řemesel, atraktivita nadregionálního formátu, koordinace se ZK a Moravou.

Prostory, infrastruktura pro kulturní instituce, divadlo, Klub kultury, kino, knihovna, městská kulturní zařízení (MKZ), financování kultury, kulturní fond, získávání dotací.

Nemovité památky, hmotné a kulturní dědictví, život a památky, provázání na cestovní ruch, nositelé cestovního ruchu, postavení cestovního ruchu v celkové ekonomice stá-tu, příjezdová a výjezdová turistika, cestovní kanceláře, nepoměr státních příjmů a výdajů v CR, neexistence systémové podpory, pohostinnost, cyklodoprava, Bařův kanál, atraktivita, centrum města, parkoviště, vinařská turistika, letiště, areál Rochus, bezpečné město.

3.3.2 SWOT analýza v oblasti kultury, památky a cestovního ruchu

Silné stránky oblasti

- Existence tradičních, regionálně, národně i mezinárodně významných akcí, schopnost je rozvíjet a schopnost připravovat zcela nové akce (Slovácké slavnosti vína, LFŠ, filmový festival TSTTT, Slavnosti bratrství Čechů a Slováků na Javořině, Kopaničářské slavnosti ve Starém Hrozenkově, Festival hudebních nástrojů a lidových muzik)
- Výrazné centrum turistické oblasti, ekonomicky silné město, Image města jako kulturního centra Slovácka, kde je pěstována umělecky hodnotná kultura
- Mimořádná kulturnost města (mnohotvárnost a bohatost kulturního života, živé umění provozované v ojedinělém rozsahu, kulturně hodnotné akce a produkce)
- Jedinečný, identifikující folkloristický ráz místní kultury (vliv na minulou i současnou živou kulturu, taneční a hudební skupiny, výtvarné umění, lidová a umělecká řemesla)
- Urbanistická identita města (existující městská památková zóna, zachovaný urbanismus historického jádra)
- Trvalý zájem představitelů města o kulturu
- Intenzivní marketing v CR
- Blízkost turistických atraktivit
- Vinařská turistika

- Vysoká úroveň kulturní a sportovní nabídky
- Průplav Otrokovice – Rohatec, turistická vodní cesta Baťův kanál
- Nadregionální dálková cyklistická trasa č. 47 „Moravská“
- Činnost informačních center
- Bezpečnost města
- Čistota města a okolí
- Existence významných kulturních institucí s nadregionálním významem (Slovácké muzeum, Slovácké divadlo)
- Dobré výsledky kulturních organizací zřizovaných městem při prosazování umělecky hodnotné kultury a vytváření podmínek pro provozování kultury širokou veřejností, mj. i s důrazem na folkloristické tradice (Klub kultury, Knihovna B. B. Buchlovana, Městská kina), aktivní účast obyvatel včetně mladší generace na velkém množství kulturních, společenských a sportovních akcí
- Velká tradice aktivní činnosti spolků a sdružení, velký počet spolků a sdružení
- Dobré vztahy města a zřizovaných kulturních institucí (fungující vhodným směrem ovlivňovaný systém ve prospěch kultury)
- Partnerství subjektů z oblasti ČR
- Pohostinnost
- Existence projektového a motivujícího financování (neinvestiční dotace neziskových a podnikatelských organizací přímo z rozpočtu města), investice do atraktivit

Slabé stránky oblasti

- Objekty budov kulturních institucí zřizovaných městem jsou na horní hranici možných kapacit a vykazují stavebně-technické potíže nejrůznějšího charakteru (samostatný rozbor)

- Technická správa nemovitostí města užívaných pro kulturní účely je ve správě jednotlivých kulturních zařízení a odboru kultury (odborné věci by měli řešit technici na odboru správy majetku, facility management)
- Chybí ubytovací kapacity vyšších kategorií
- Veřejnost nevnímá dostatečně hodnotu památek
- Parkoviště
- Systém propojení cyklodoprava – především uvnitř města
- Dopravní dostupnost okolí hromadnou dopravou
- Veřejné sociální zařízení
- Rezervy ve využití činnosti a aktivit kulturních institucí, kulturně podnikajících subjektů a spolků, jejichž zřizovatelem není město (není systém odvíjející se z koncepce, možnost projektového financování, fond kultury...)
- Absence campu v okolí města
- Kvalita služeb
- Orientační, navigační systém ve městě
- Nevyužitý potenciál uměleckých a lidových řemesel pro rozvoj cestovního ruchu (spolupráce se Slováckým muzeem, možnost dotací MK)
- Neprovádí se dostatečná dokumentace kulturní činnosti spolků a organizací

Příležitost pro oblast

- Letiště
- Bařův kanál
- EU fondy, vnější zdroje a jejich zaměření
- Fenomén Velké Moravy
- Areál Rochus (skanzen)

- Rozvoj zájmu turistů o propojení živé kultury s památkami, renesance zájmu o památky, existence lidí, kteří mají zájem o péči o památky
- Existence vysoké školy a přítomnost studentů
- Budova č. 21 a věznice
- Štěrková jezera
- Sadská výšina
- Napojení na dálniční systém
- Zkušenosti s kulturním fondem z jiných měst
- Evropský kontext, prostor
- Dominanty města
- Archeologická lokalita Sady
- Velkomoravská cesta
- Spolupráce mezi vlastníky památek

Ohrožení oblasti

- Odklad realizace silnice R 55
- Utlumení, zánik tradic, folklóru
- Neodborné zásahy do památek
- Kriminální činnost na památkách + vandalismus
- Upřednostňování tradiční kultury nad novými žánry
- Příliv vysokoškoláků může změnit kulturní klima ve městě (multikulturnost, komerční kultura...)
- Vylidňování centra a odliv služeb mimo centrum
- Špatná legislativa v oblasti PP
- Omezení vlastnických práv bez kompenzace

- Nevyjasněné vlastnictví
- Otázka restitučních nároků církví
- Veřejné vnímání památek

3.4 Sport a volnočasové aktivity

3.4.1 Pojmové vymezení oblasti

Aquapark, analýza volnočasových aktivit, koncepce rozvoje sportu, struktura sportovišť, lokalizace sportovišť, optimalizace využití sportovišť, modernizace hřišť, tělocvična (TJ Sokol), sportovní centrum olympijských nadějí, krytá hala, venkovní sportoviště pro neorganizovaný sport, provoz a údržba sportovišť, cyklodoprava (centrum), trasy pro běh a inline bruslaře.

Podpora sportu, sponzoring, tradice sportu, tělovýchovné lékařství, databáze trenérů a cvičitelů, motivace trenérů a cvičitelů

Školní tělovýchova, sportovní škola, neorganizovaný sport na sídlištích, matky s dětmi (park a dětská hřiště), propagace.

3.4.2 SWOT analýza oblastí sport a volnočasové aktivity

Silné stránky oblasti

- Dostatečný počet a soustředěnost moderních sportovišť centru města
- Podpora města a kraje
- Tradice
- Sportovní škola
- Propagace sportu, vyhlásování ankety sportovec města, výsledky uhersko-hradištských sportovců
- Silné TJ
- Dobrovolní pracovníci a trenéři

- Aktivita a zájem obyvatel
- Systém výuky plavání
- Sportovní kroužky v DDM
- Značené cyklotrasy
- Existence organizace Sportoviště města, p.o.

Slabé stránky oblasti

- Absence aquaparku, plaveckého areálu
- Absence tělovýchovného lékařství
- Nedostatek tělocvičen
- Financování provozu a údržby sportovišť
- Travnaté tréninkové plochy
- Sportoviště pro neorganizované (sídliště a místní čtvrtě)
- Propagace sportu
- Chybí koncepce rozvoje sportu
- Pasportizace sportovišť
- Anketa Fair play

Příležitosti pro oblast

- Nové „moderní“ sporty (florbal, petanque)
- Finance – strukturální fondy
- Zapojení rodičů do činnosti oddílů
- „Sportovní“ turistika (soustředění)
- Využití koncepce

Ohrožení oblasti

- Úbytek trenérů a cvičitelů
- Nezájem dětí
- Odklon od organizovaného sportu
- Absence sponzorů
- Legislativa
- Zvyšování nákladů
- Pokles financí (Sazka)

3.5 Životní prostředí

3.5.1 Pojmové vymezení oblasti

Ovzduší, hluk (z dopravy pozemní i letecké), negativní vliv dopravy, zdroje znečištění, prašnost, zplodiny, odpady, zápach, pachové látky, čistota města, veřejná zeleň, vodní hospodářství, odpadní vody, zásobování vodou, ČOV, řeka, drobné vodní toky, potoky, meliorační příkopy, kvalita povrchové vody, protierozní opatření, povodně.

Městské lesy, příměstský les, zeleň, dětská hřiště, veřejná prostranství, širší prostředí, hřbitov, holubi, psi, bezdomovci, deratizace, infrastruktura.

Energetické zdroje, Environmentální vzdělávání, výchova a osvěta.

3.5.2 SWOT analýza oblasti životní prostředí

Silné stránky oblasti

- ČOV
- Relativně malé množství velkých stacionárních zdrojů znečišťování ŽP
- Městská zeleň
- Poloha města na řece

- Atraktivní historické centrum
- Možnost volby energetického zdroje
- Urbanistická kompaktnost, dostupnost jednotlivých částí města
- Údržba domů
- Prostranství v centru města, veřejná prostranství

Slabé stránky oblasti

- V navrhovaných plochách pro zástavbu je malý podíl zeleně
- Chybí ochrana před povodněmi
- Vysoká koncentrace motorových vozidel v centru města a její dopad na kvalitu ovzduší (překračován imisní limit Nox + PM10), hluk
- Malá čistota a poškozená veřejná prostranství
- Erozní ohrožení v některých částech města
- Neprospojené cyklostezky - souměstí, městských částí, propojení okolních obcí
- Převod lesoparku nedokončen, nevyužito
- Environmentální vzdělávání, výchova a osvěta
- Kvalita povrchové vody
- Problematika holubů a toulavých psů
- Malé katastrální území města
- Technický stav kanalizací
- Stárnutí městské zeleně
- Poruchy starších vodovodních řádů

Příležitosti pro oblast

- Vybudování R 55''
- Finanční zdroje
- Řeka
- Pozitivní změny legislativy v oblastech: ochrana před zápachem, eroze, přehnojování zemědělských pozemků
- Krajina v okolí – zasazení města
- Výchova – přístup školství k environmentální výchově
- Alternativní zdroje energie
- Dobrá volba zástupců do parlamentu ČR a Senátu

Ohrožení oblasti

- Povodně
- Zábory ploch veřejné zeleně pro výstavbu
- Ohrožení zdrojů pitné vody
- Dopravní kolaps
- Nadměrná prašnost
- Malá stabilita území (sesuvy, eroze)
- Klimatické změny – povodně i sucha
- Nadměrná hlučnost z dopravy
- Ekologické havárie
- Eutrofizace vod
- Zmenšování ploch rozlivů velkých toků
- Nedostatečná legislativa pro ochranu krajiny

3.6 Doprava

Uherským Hradištěm prochází významné silniční a železniční trasy a koridory. Město leží na křižovatce silnic I. třídy:

- I/55 spojující Olomouc – Přerov – Otrokovice - Uherské Hradiště - Hodonín a Břeclav, kde se napojuje na dálnici D2 Bratislava – Brno,
- I/50, která je pokračováním dálnice D1 z Prahy a Brna přes Uherské Hradiště a Uherský Brod do Trenčína, kde se napojuje na slovenskou dálnici Bratislava – Žilina. Komunikace je zařazena do sítě evropských silnic s mezinárodních provozem kategorie E.

Uherskohradišřskou aglomeraci rovněž křižují mezinárodní železniční tratě:

- č. 330 Přerov – Otrokovice – Staré Město/Uherské Hradiště – Hodonín – Břeclav. Tato trať je součástí tzv. II. železničního koridoru Českých drah, který umožňuje jízdu vy-sokorychlostních vlakových souprav,
- č. 340 Brno – Veselí nad Moravou – Kunovice – Uherský Brod – Brumov – Bylnice, odkud pokračuje do Slovenské republiky (Trenčianská Teplá).

V těsné blízkosti města se nachází veřejné mezinárodní letiště v Kunovicích – hlavní letiště Zlínského kraje. Dvoukilometrová betonová vzletová a přistávací dráha, radionavigační systém a další infrastruktura a vybavení umožňuje provoz všech typů dopravních letadel.

3.6.1 Pojmové vymezení oblasti

Dopravní obslužnost, dostupnost, intenzita, bezpečnost, R 55, obchvat, objízdne trasy, cylodoprava, veřejná hromadná doprava, trolejbus, chodci, ekologizace dopravy, emise, hluk, kapacita komunikací, pěší zóna, zklidnění, kruhové objezdy, doprava v klidu, zpoplatnění, dojíždka za prací, rekreační doprava, integrovaná doprava, dopravní služ-by, taxi.

Dopravní infrastruktura, bezbariérovost, lodní doprava, letiště, světelná signalizace, kvalita povrchů veřejných prostranství, dopravní toky, průplav D-O-L.

Osvětové kampaně, alternativní pohony.

3.6.2 SWOT analýza oblastí dopravy

Silné stránky oblasti

- Jižní obchvat (část V-Z)
- Cyklodoprava – tradice, podmínky
- Dostupnost města (auto, vlak, letecká a lodní doprava)
- Pěší zóny
- Systém světelné signalizace

Slabé stránky oblasti

- Absence severního obchvatu
- Intenzita dopravy (průtah, Sokolovská, Svatoplukova, centrum) – hluk, emise
- Síť cyklostezek (chybí návaznost a propojení městských částí)
- Dopravní propojení částí města – „jedna komunikace“
- Parkovací místa (centrum, sídliště)
- Objízdne trasy (Průmyslová)
- MHD – dostupnost okrajových částí (So+Ne), četnost zastávek, spojů
- ·Bezbariérovost
- Nedostatečná bezpečnost a zklidnění dopravy
- Absence přístaviště

Příležitosti pro oblast

- Výstavba hlavních dopravních tahů včetně napojení města na tyto silnice (R/55, severní obchvat, komunikace spojující sídliště Štěpnice s ul. Průmyslová a napojení na obchvat)
- Rozvoj regionálních a nadregionálních cyklostezek a cyklotras

- Ekologizace dopravy
- Financování z operačních programů
- Rozvoj letiště

Ohrožení oblasti

- Dopravní kolaps v případě nerealizace hlavních dopravních tahů (obchvatů) a napojení na ně
- Zhoršení ŽP rostoucím automobilismem
- Realizace vodní cesty Dunaj-Odra-Labe

3.7 Bezpečnost

3.7.1 Pojmové vymezení oblasti

Bezpečné lokality, městský kamerový systém, technika a technologie, metropolitní počítačová síť, integrovaný záchranný systém

Povodně, průmyslové havárie, doprava, parkování, průjezdnost, nákupní centra, majetková trestná činnost, zabezpečení objektů,

Bezdomovci, dobrovolníci, kriminalita, drogy, prezentace policie, prevence, práce s obyvateli, informování občanů.

3.7.2 SWOT analýza oblasti bezpečnost

Silné stránky oblasti

- Kamerový systém
- Preventivní činnost
- Činnost policie

- Složení obyvatel (menšiny)
- Systém krizového řízení

Slabé stránky oblasti

- Činnost dobrovolníků (zákony a předpisy)
- Průjezdnost města
- Ochrana proti povodním
- Osvětlení města (kamery)
- Parkovací plochy
- Dopravní dostupnost nemocnice a sídliště Štěpnice
- Záchytka (protialkoholní)
- Útulek pro bezdomovce
- Cyklodoprava (cyklostezky)

Příležitosti pro oblast

- Komunikace s občany, Metropolitní síť, (sms, atd.)
- Technické možnosti, modernizace zabezpečovacích zařízení, rozšíření kamerového systému
- Dobudování cyklostezek, parkovací domy, silnice do Štěpnice (I/50)
- Aktivity v protidrogové prevenci

Ohrožení oblasti

- Drogová problematika (veřejná prostranství, „najíždějící trestná činnost“)
- Drobná majetková trestná činnost
- Přírodní katastrofy

- Hrací automaty
- Divácké násilí (fotbal)
- Průmyslové havárie
- Rostoucí agresivita dětí

3.8 Informační a komunikační technologie (ICT)

3.8.1 Pojmové vymezení oblasti

Informace, komunikace, řízení, integrace, kooperace, sdílení zdrojů.

Program, aplikace, zábava, vzdělávání.

Optimalizace kapacit, síť, technologie, koncová zařízení, dokumenty.

3.8.2 SWOT analýza oblasti informační a komunikační technologie

Silné stránky oblasti

- Příznivá konstelace pro rozvoj ICT
- Příznivý trend rozpočtu na ICT
- Poptávka po službách
- Existence poskytovatelů služeb
- Odbor informatiky – znalosti

Slabé stránky oblasti

- Plné nevyužívání možností ICT
- Neexistence metropolitní sítě
- Nedostatečné povědomí o možnostech ICT
- Absence projektového řízení
- Nedostatečné personální kapacity ICT na MěÚ

Příležitosti pro oblast

- Snadné sdílení dat a zdrojů
- Rozvoj mobilních služeb – mobilita uživatelů
- Financování projektů z fondů EU
- ICT jako nástroj pro snížení nákladů a řízení příspěvkových organizací
- Existence university
- Integrovatelnost technologií
- Vyhledávání v dokumentech
- Možnost oddělit uživatele od technologií

Ohrožení oblasti

- Nepřipravenost a neochota přijímat změny
- Nedostatečné vzdělávání v oblasti ICT
- Nedostatečný vliv ICT na strategické rozhodování
- Nedostatečné sdílení zdrojů a relevance
- Nedostatečné sdílení know how a zastupitelnost + odchody klíčových pracovníků + motivace
- Snížení prostředků na ICT

4 PROJEKT NA PODPORU ROZVOJE CESTOVNÍHO RUCHU V LOKALITĚ UHERSKOHRADIŠŤSKA VČETNĚ OČEKÁVANÝCH PŘÍNOSŮ

4.1 Návrh produktového portfolia

Turisté jezdí do destinace za zážitky, které mohou mít různé formy. Vznikají spotřebou služeb cestovního ruchu v destinaci, návštěvou turistických aktivit, vzájemnou interakcí návštěvníků a místních obyvatel, ale také charakterem celkové atmosféry místa návštěvy. Výše zmíněné je základním stavebním kamenem produktu cestovního ruchu. Při rozhodování o koupi klade potenciální návštěvník obvykle výběr destinace na první místo a aktivity, atraktivitu, ubytovací a stravovací zařízení na další místa v různém pořadí podle hierarchie potřeb. Přesto se jedná o stále stejný produkt. Destinaci je totiž možné prodat vícekrát a to současně různým segmentům trhu. V rámci destinace jako zastřešující a jednotící jednotky je nabízen určitý soubor tematických produktů, které lze členit na produkty destinační (regionální) a produkty tematické. [15]

4.2 PARK ROCHUS – zelený ostrov Uherského Hradiště

Lokalita Rochus je situována ve členitém terénu na svazích Černé hory pod kaplí sv. Rocha. Jedná se o prostor bývalého vojenského cvičiště na stráních s křovinnou vegetací v nadmořské výšce od 222 m n. m. do 302 m n. m.

Při rozsáhlém přírodovědném průzkumu, který byl na lokalitě proveden v roce 2006, zde byl zdokumentován výskyt řady dalších vzácných a chráněných druhů rostlin a živočichů, které v rozmanité krajině Rochusu našly příhodné životní podmínky. Téměř třicet z nalezených druhů rostlin náleží do Červeného seznamu cévnatých rostlin ČR. Lokalita poskytuje útočiště rovněž mnoha běžným, ale i vzácným a chráněným živočichům. Jen z ptáků zde bylo zaznamenáno přes sto druhů, další nálezy průběžně přibývají. Hnízdí zde minimálně pět druhů ptáků chráněných zákonem v kategorii ohrožený nebo silně ohrožený, více než 10 druhů chráněných ptáků lokalitou pravidelně táhne.

I přes suchomilný charakter lokality se zde můžeme setkat se čtyřmi chráněnými druhy žab a dvěma chráněnými plazy – ještěrkou obecnou a užovkou hladkou.

Kaple sv. Rocha

Kaple sv. Rocha na vrcholu Černé hory je dnes připomínkou zhoubné morové epidemie, která v roce 1680 postihla královské město Uherské Hradiště.

Přední hradišťští měšťané věnovali část svého majetku na výstavbu kapličky, zasvěcené patronům morové rány (sv. Rocha, sv. Šebestiána a sv. Rozálie). Pro stavbu kaple byl vybrán kopec nad „viničnou horou mařatickou“ a základní kámen byl položen 12. 11. 1680.

Na den svátku sv. Roch (16. srpna) se zde pravidelně konávaly poutě, které však počátkem sedmdesátých let 20. století byly ukončeny. K jejich obnovení došlo po roce 1989.

4.3 Příprava záměru vybudování přírodně-kulturního rekreačního areálu.

Většinu pozemků v této lokalitě získalo v roce 2001 město Uherské Hradiště, v roce 2005 byla celá lokalita Rochus nařízením vlády ČR zařazena mezi tzv. evropsky významné lokality ochrany přírody – soustava Natura 2000. Město Uherské Hradiště od roku 2006 jako strategický rozvojový záměr systematicky připravuje regeneraci tohoto příměstského rekreačního území v souladu s ochrannými podmínkami a s respektem k dochovanému přírodnímu a kulturnímu bohatství. Mezi hlavní partnery přípravy patří Krajský úřad Zlínského kraje a Holding SYNOT, ale i řada dalších organizací a odborníků.

Cílem je vytvořit zajímavé území s naučnými a oddechovými plochami a aktivitami, které vhodně dotvoří přírodní, duchovní a kulturní hodnoty této unikátní krajiny.

Vývoj přípravy části areálu směřuje k vytvoření integrovaného plánu rozvoje území, navazujících ekonomických studií, zohlednění navržené podoby areálu v územním plánu města, řešení majetkových vztahů pozemkovými úpravami a k přípravě realizačních projektů. Navazovat bude úsilí o získání finanční podpory z dotačních programů ČR a zejména z fondů Evropské unie, s jejichž pomocí a za podpory partnerů by mohla být realizace jednotlivých částí areálu zahájena v roce 2012. Prvním realizovaným tématem budou na základě schválení Zastupitelstva města Uherské Hradiště nejspíše vegetační úpravy.

4.4 Ochrana přírody a udržitelné hospodářství

Příspěvek k údržbě a zachování charakteru lokality připravuje také město UH v rámci záměru na regeneraci tohoto příměstského rekreačního území. Údržba větší části území by v budoucnu mohla být zajišťována pastvou ovcí.

V přípravných pracovních skupinách musí pohlížet na celé území jako na přirozený krajinný celek. Budou řešeny všechny základní funkce tohoto území (ekologické, rekreační, kulturní) ve vzájemném souladu a propojenosti, včetně návazností na okolní části města.

Jedná se o projekt areálu propojující moderní ochranu přírody, tradiční hospodaření a potřeby citlivého rozvoje na hranici urbanizovaného území města.

4.5 Muzeum v přírodě

Zřízení muzea v přírodě v Uherském Hradišti je velmi důležité a smysluplné, neboť pomůže zachovat a prezentovat významnou část kulturního dědictví Uherskohradištska. Tento region se vyznačuje rozmanitostí, bohatstvím typů a forem původního vesnického stavitelství, které je více než jiné oblasti tradičního kulturního dědictví ohroženo zánikem a doslova mizí z našich vesnic ze dne na den.

Muzeum v přírodě budou tvořit tři vzájemně provázané části. První z nich Mařatický dvůr na začátku Vinohradské ulice, se stane takovou vstupní branou do celého areálu. Bude sloužit jako prvotní informační centrum a poskytovat ubytovací a gastronomické služby návštěvníkům. Předpokládá se rovněž využití tohoto areálu k pořádání různých forem doprovodných programů jako např. beseda u cimbálu, degustace vín, domácích zabijaček apod. Jeho provoz bude celoroční se zaměřením nejen na tuzemské a zahraniční návštěvníky, ale i pro obyvatele Uherského Hradiště a okolí.

Na něj bude navazovat druhý areál koncipovaný do podoby návesního prostoru obce z uherskohradištského Dolňácka. Soustředí se sem např. provoz vesnické hospody s nabídkou tradiční kuchyně a místních gastronomických specialit, výběrová prodejna předmětů tradiční rukodělné výroby a konání různých prezentačních činností – předvádění tradiční řemeslné výroby, řemeslných tvůrčích dílen, jednodenních i pobytových kurzů rukodělných technik, předvádění tradičních zvyků a obyčejů, konání folklorních programů, ukázek živého hospodaření a dalších aktivit.

Třetí největší část muzea znázorní v uceleném urbanistickém celku tradiční podobu vesnice z Uherskohradištska. Jednotlivé stavby vytvoří model sídelní jednotky zasazený do přirozeného prostředí tradičních dvorů, zahrad a humen. Muzeum bude prezentovat různé typy tradičních lidových staveb – obytné domy, hospodářské stavby – seníky, dřevěné, kamenné i z nepálené hlíny budované stodoly, chlévy, sušírny na ovoce, sklepy, úly apod., drobné sakrální stavby – například kaple, kříže, svaté obrázky, veřejné a technické stavby jako kovárnu, hospodu, školu, hasičskou zbrojnici. Svou roli zde sehrají i drobné objekty dotvářející tradiční ráz vesnice – studny, pumpy, drobná oplocení a ohrady apod. Základními exponáty tohoto muzea budou původní vesnické stavby – originály, vědecké kopie, částečné vědecké kopie či rekonstrukce objektů, které již v terénu neexistují. Objekty budou využívány tak, aby neprezentovaly pouze samotné lidové stavitelství, ale poskytovaly návštěvníkům živou a názornou formou pohled na všechny stránky života lidí ve vesnickém prostředí v minulosti. Muzeum bude realizováno postupně, již od začátku bude ale sloužit obyvatelům města jako příjemné výletní místo.

4.6 Environmentální centrum s pobytovým zázemím

Centrum bude zaměřeno na osvětu návštěvníkům, vzdělávání a aktivity pro rodiny s dětmi. Muzeum v přírodě, vzdělávání i ekonomické aktivity se dobře doplňují, zejména v oblasti ukázek a výuky řemesel, pěstování a zpracování plodin, využití tradičních materiálů a technologií, ale i pro zájmové a spolkové aktivity. Budova centra může být řešena jako nízkoenergetická stavba vytápěna např. biomasou. Na budovu epicentra bude navazovat pobytové zázemí pro volnočasové aktivity, programy a kurzy ekologické výchovy, včetně zeleně s odpočinkovou částí pro návštěvníky areálu.

Cílem je zabezpečit ochranu těch druhů živočichů, rostlin a typů přírodních stanovišť, které jsou z evropského pohledu nejcennější, nejvíce ohrožené, vzácné či omezené svým výskytem jen na určitou oblast.

Pro zabezpečení předmětu ochrany a vytvoření optimálních podmínek pro velmi hodnotné ekosystémy a zvláště chráněné druhy živočichů a rostlin jsou uplatněny následné obecné principy: Specifická opatření ve prospěch předmětu ochrany, managementová opatření, minimální fragmentace zájmového území.

Centrální jádrová zóna Rochus bude sloužit pouze potřebám zachování a zlepšování podmínek pro předmět ochrany. Nebudou zde tedy přípustné žádné plochy pro jiné využití, než je údržba území v přírodě blízkému stavu pastvou a kosením, popř. přepásáním a výřezem expandujících dřevin.

4.7 Ekostatek a pastva ovcí

Ekostatek bude situován do okrajové polohy lokality s možným přístupem do Jarošova k zajištění dopravní dostupnosti a obslužnosti, zásobování apod. a výhledově pak od hlavní přístupové cesty na Rochus z Mařatic. Jádrem ekostatku bude ovčín s možností celoročního provozu, krmištěm, napajedly, seníkem a skladem krmiv. Předpokládá se stádo asi 150 ovcí s uplatněním řízené pastvy – ohradníky nebo bača se psem. Hlavní finální produkt bude jehněčí maso. V malé míře by se vedle stáda ovcí mohla uplatnit i společná pastva skotu, popř. koní. Ekofarma by v rozšířené variantě zároveň sloužila jako bydlení pro farmáře.

4.8 Stromové aleje

Základ sadových úprav má podobu kříže, vyjádřeného alejemi stromů různých druhů. Z centra vyzařují paprsky zeleně do dalekého okolí. Spojují tak další krajinné scenérie nebo symbolizují ochranu sv. Rocha. Docílí se toho přímými či kruhovými alejemi stromů a keřů. Pro vytvoření komponované krajiny budou využity původní druhy dřevin a krajové odrůdy ovocných dřevin. Každý paprsek bude pak tvořen jinými druhy dřevin.

4.9 Vstupní brána, stezka pokladnic Slovácka

Vstupní brána bude umístěna ve směru přístupu pěších z Mařatic a z centra Uherského Hradiště po panelové cestě od začátku Vinohradské ulice. Na tuto bránu bude navazovat alej planých hrušní, třešní, oskeruší, durancí či mišpulí, doprovázena stezkou pokladnic Slovácka – světská poutní cesta ztvárňující kulturní a historické poklady Slovácka v podobě 14 zastavení – pokladnic stylizovaných do drobných uměleckých staveb. Tato poutní cesta od Mařatic vyústí společně s doprovodnou alejí na návrší u kaple sv. Rocha.

4.10 Expozice místních rostlin

V blízkosti navrhovaného muzea v přírodě budou v návaznosti na alej se Stezkou pokladnic Slovácka vymezeny plochy expozice místních rostlin – malá botanická zahrada. U expozice se předpokládá její přírodní charakter s původními druhy rostlin. Měla by proto obsahovat nejčastěji se vyskytující biotopy s typickými rostlinnými druhy. Jsou to vysoké křoviny, ovsíkové louky, širokolisté suché trávníky, vlhké pcháčové louky, vegetace vlhkých narušovaných půd, výběr významnějších botanických druhů. Ukázka rostlin v přirozeném prostředí předpokládá doprovodný text s kreslenou nebo fotografickou dokumentací s popisem jednotlivých druhů.

4.11 Sportovní a relaxační plochy

Po obvodu celého území jsou uvažovány lehce zpevněné nebo travnaté cesty využitelné pro cyklisty. Okrajové části území, v návaznosti na sportovní areál u stávajícího umělého lyžařského svahu na okraji Jarošova, mohou v budoucnu sloužit pro zájemce o nenáročnou sportovní aktivitu – zejména relaxační (např. pétanque, sáňkování) a kondiční (jogging, orientační běh). Ve sportovním areálu je možné si pronajmout tenisový kurt, majitel sportovního areálu plánuje jeho další rozvoj a rozšíření.

4.12 Naučná stezka

Naučná stezka bude procházet celým územím a bude v kontaktu se všemi přírodními i kulturními hodnotami území. Úsek naučné stezky v prostoru jádrové zóny je navržena jako jednoduchá pěšina, určená pouze pro pěší. K hlavní trase naučné stezky budou připojeny krátké odbočky na vyhlídky do kraje a rovněž odbočky k významným pozorovacím místům. Na naučné stezce budou osazeny cedule o přírodních i historických zajímavostech a hodnotách území, které budou na vhodných místech doplněny lavičkami.

4.13 Další produkty cestovního ruchu

Jelikož klíčovou konkurenční výhodou Uherskohradištska je jedinečné přírodní bohatství, množství významných kulturních památek a fenomén vinařství a současně s tímto potenciálem velký zájem ze strany turistů o poznávací turistiku, lze jako klíčové produkty určit:

- Produkt č. 1 - Kulturně-poznávací turistika

- Produkt č. 2 - Turistika v přírodě a cykloturistika
- Produkt č. 3 - Vinařská turistika
- Produkt č. 4 - Letní rekreace u vody
- Produkt č. 5 - Lázně, relaxace

Produkt č. 1 – Kulturně poznávací turistika

Cílové skupiny

Zahraniční návštěvník - Slovensko, Německo, Rakousko (věková skupina 35 – 49 let, 50 – 59 let)

Domácí návštěvník - (věková skupina 35 – 49 let, 50 – 59 let)

Mladý cestovatel - (věková skupina do 25 let, 25 – 34 let)

Senior - zahraniční i domácí návštěvník (60+)

Charakteristika produktu

Tematické trasy - poznávací okruhy po památkách regionu (historická města, hrady, zámky, technické památky, církevní památky, lidová architektura, muzea) – jednodenní i vícedenní trasy automobilem, na kole, místními spoji (vlak, autobus) + pěšky včetně zajištění ubytování, zapůjčení auta nebo kola, průvodcovských služeb, informačních materiálů, mapových podkladů s popisem trasy, jízdními řády apod.

Distribuce

Přímý prodej: internet – regionální informační a rezervační systém, osobní prodej, direct mail

Nepřímý prodej: cestovní kanceláře, cestovní agentury, TIC, recepce hotelů

Propagace

Reklama (informační letáky, plakáty katalogy, inzeráty, média, internet)

Dárkové certifikáty

Kupóny na slevy (za objednání více služeb, mimosezónní slevy, slevy na navštívené objekty)

Prodejní výstavy a veletrhy

Public relations – budování vztahů s veřejností

Produkt č. 2 – Turistika v přírodě a cykloturistika

Cílové skupiny

Zahraniční návštěvník - Slovensko, Německo, Rakousko (věková skupina 35 – 49 let, 50 – 59 let)

Domácí návštěvník - (věková skupina 35 – 49 let, 50 – 59 let)

Mladý cestovatel - (věková skupina do 25 let, 25 – 34 let)

Rodiny s dětmi - (věková skupina 25 – 34 let, 35 – 49 let)

Senior - zahraniční i domácí návštěvník (60+)

Charakteristika produktu

Tematické pěší trasy v přírodě spojené s plavbou lodí po Baťově kanálu, návštěva památek apod. - jednodenní i vícedenní trasy včetně zajištění ubytování, mapových podkladů s popisem trasy

Tematické cyklistické trasy v přírodě jednodenní i vícedenní trasy včetně zajištění ubytování, informačních materiálů, mapových podkladů s popisem trasy

Distribuce

Přímý prodej: internet – regionální informační a rezervační systém, osobní prodej

Nepřímý prodej: cestovní kanceláře, cestovní agentury, TIC, recepce hotelů

Propagace

Reklama (informační letáky, plakáty, katalogy, inzeráty, média, internet)

Dárkové certifikáty

Kupóny na slevy (za objednání více služeb, mimosezónní slevy, slevy na navštívené objekty)

Public relations – budování vztahů s veřejností

Produkt č. 3 – Vinařská turistika

Cílové skupiny

Zahraniční návštěvník -- Slovensko, Německo, Rakousko (věková skupina 35 – 49 let, 50 – 59 let)

Domácí návštěvník - (věková skupina 35 – 49 let, 50 – 59 let)

Mladý cestovatel - (věková skupina do 25 let, 25 – 34 let)

Senior - zahraniční i domácí návštěvník (60+)

Charakteristika produktu

Tematické trasy v kraji vinic (vinné sklepy) – vícedenní trasy na kole, místními spoji (vlak, autobus) + pěšky včetně zajištění ubytování, zapůjčení kola, informačních materiálů, mapových podkladů s popisem trasy, jízdními řády apod.

Distribuce

Přímý prodej: internet – regionální informační a rezervační systém, osobní prodej

Nepřímý prodej: cestovní kanceláře, cestovní agentury, TIC, recepce hotelů

Propagace

Reklama (informační letáky, plakáty, katalogy, inzeráty, média, internet)

Dárkové certifikáty

Kupóny na slevy (za objednání více služeb, mimo sezónní slevy, slevy na navštívené objekty)

Prodejní výstavy a veletrhy

Public relations – budování vztahů s veřejností

Produkt č. 4 – Letní rekreace u vody

Cílové skupiny

Domácí návštěvník - (věková skupina 35 – 49 let, 50 – 59 let)

Rodiny s dětmi - (věková skupina 25 – 34 let, 35 – 49 let)

Senior - zahraniční i domácí návštěvník (60+)

Charakteristika produktu

Pobytové zájezdy za účelem koupání, vodních sportů nebo rybaření (Aqaupark, vodní nádrže, vodní toky) – vícedenní zájezdy včetně zajištění ubytování, stravování, informačních materiálů, zapůjčení sportovních a rybářských potřeb

Distribuce

Přímý prodej: internet – regionální informační a rezervační systém, osobní prodej

Nepřímý prodej: cestovní kanceláře, cestovní agentury, TIC

Propagace

Reklama (informační letáky, plakáty, katalogy, inzeráty, média, internet)

Dárkové certifikáty

Kupóny na slevy (za objednání více služeb, mimosezónní slevy, slevy na navštívené objekty)

Prodejní výstavy a veletrhy

Public relations – budování vztahů s veřejností

Produkt č. 5 – Lázně, relaxace

Cílové skupiny

Zahraniční návštěvník - Slovensko, Německo, Rakousko (věková skupina 35 – 49 let, 50 – 59 let, 60+)

Domácí návštěvník - (věková skupina 35 – 49 let, 50 – 59 let)

Senior - zahraniční i domácí návštěvník (60+)

Charakteristika produktu

Lázeňské pobyty a pobytové zájezdy za účelem regenerace nebo relaxace (lázeňské domy, hotely, penziony) včetně zajištění ubytování, stravování, lázeňských procedur, ozdravných a relaxačních kúr, zábavních programů, informačních materiálů

Distribuce

Přímý prodej: internet – regionální informační a rezervační systém, osobní prodej, direct mail

Nepřímý prodej: cestovní kanceláře, cestovní agentury, TIC, recepce hotelů

Propagace

Reklama (informační letáky, plakáty, katalogy, inzeráty, média, internet)

Dárkové certifikáty

Kupóny na slevy (za objednání více služeb, mimosezónní slevy, slevy na navštívené objekty)

Public relations – budování vztahů s veřejností

4.14 Vedlejší produkty cestovního ruchu

Některé specifické možnosti v oblasti cestovního ruchu, lze vymezit následující vedlejší produkty:

- Produkt č. 1 – Poznání řemeslných tradic
- Produkt č. 2 - Na kole kolem dokola
- Produkt č. 3 – Ve víru folkloru
- Produkt č. 4 – Za aktivní dovolenou
- Produkt č. 5 – Po vinařské stezce
- Produkt č. 6 – Je ve víně pravda?

Produkt č. 1 - Poznání řemeslných tradic

Součástí tradic Slovácka jsou řemesla a rukodělná výroba, mnohdy děděná po řadu generací. Návštěvník se sám přesvědčí na některém z jarmarků a může si odnést zajímavý suve-

nýr. Může se ale vydat přímo za výrobci a do muzeí. Například ve Strážnici se dozví o výrobě modrotisku, v Ostrožské Nové Vsi se podívá, jak se vyrábí cimbál nebo unikátní děrované kraslice, v Tupesích předvedou proslulou malovanou keramiku a v Blatničce nebo v Uherském Ostrohu zasvěti návštěvníka do výroby krojů.

Návštěvní místa:

- Modrá – Archeoskanzen
- Uherský Brod – předvelikonoční dílny lidových výrobců
- Strážnice – Fašank
- Hodonín – Hodonínská zahrada

Produkt č. 2 – Na kole kolem dokola

Krásy slovácké krajiny i klid a bezpečí většiny komunikací vyhledává stále více lidí, pro něž je cyklistika životním stylem, odpočinkem, radostí i cestou za poznáním. Budou zbudovány nové cyklostezky ve městech a obcích a taktéž značené cyklotrasy. Hustá síť cyklotras bude představovat jednotlivé oblasti pěstování vína.

Návštěvní místa:

- Uherské Hradiště – Na kole vinohrady Uherskohradištska – otevírání vinařských stezek
- Uherské Hradiště – Velikonoční jarmark uměleckých řemesel

Produkt č. 3 – Ve víru folklóru

Uherskohradištsko je kraj folklóru, lidových písní, tanců a obyčejů, které navzdory moderní době zůstávají součástí běžného života. Návštěvník si může vybrat, jestli navštíví některou z malebných obcí podívat se na hody, zažít jízdu králů či tradiční svatební obřad, může vyrazit na folklorní festival s mezinárodní účastí nebo třeba na sečení trávy spojené se zpěvem koseckých písní. K velkým zážitkům také patří slovácký tanec verbuňk, který světová organizace UNESCO zařadila na seznam světového nehmotného dědictví.

Produkt č. 4 – Za aktivní dovolenou

Uherskohradištsko je jako stvořené pro aktivní dovolenou. Jsou zde zajímavé trasy pro pěší turistiku, vyjíždky na koni i na kole, vyhlášená místa pro strávení dovolené u vody, ale i pro rybaření. Pestrou nabídku doplňuje řada sportovišť od tenisových kurtů po bowling a aquaparky. Ke specialitám v tomto kraji patří plavba po historickém plavebním Baťově kanálu, tandemové seskoky padákem či vyhlídkové lety v horkovzdušném balónu či letadle.

Pro milovníky filmů

Letní filmová škola rozšiřuje filmové horizonty členů filmových klubů a filmových nadšenců (z nich velkou část tvoří středoškolští a vysokoškolští studenti) a seznamuje je s filmovým uměním v odlišných kontextech. Po roce 2000 zaznamenala LFŠ výrazný rozvoj – ze semináře primárně zaměřeného na členy filmových klubů se stala druhým největším filmovým festivalem na území České republiky, který každoročně navštíví tisíce diváků (v posledních letech 2008 a 2009 vždy kolem 5000 návštěvníků). Filmy jsou promítány v 11 sálech a 2 letních kinech rozmístěných po celém Uherském Hradišti. Letní filmová škola je organizována Asociací českých filmových klubů.

Produkt č. 5 – Po vinařské stezce

Na všech směrových a informačních tabulích bude znázorněno logo Moravských vinařských stezek. Barva loga určuje, na které z 11 vinařských stezek se návštěvník nachází. V každé obci na vinařských stezkách nalezne návštěvník informační panel s mapou tras v dané vinařské oblasti. V mapách budou trasy rozlišeny podle frekvence motorové dopravy a podle kvality povrchu. Rozlišení umožňuje naplánovat trasu po klidných a zpevněných komunikacích, jež jsou vhodné například pro rodiče s dětmi. Síť cyklistických tras a stezek je však pouze jednou částí celého projektu, jenž je orientován na zlepšení infrastruktury a nabídky turistických cílů a služeb v regionu. Vinařská turistika je přímo svázána s úctou ke krajině, zachováním lidových tradic a obnovou kulturního dědictví spojeného s vinařstvím.

Produkt č. 6 – Je ve víně pravda?

Vinná réva zapustila v tomto kraji své kořeny velmi hluboko. Zabydlela se v úrodných rovinách kolem řeky Moravy. Odráží se v řadě vinařských slavností a obyčejů, vinobraní a křest svatomartinských vín.

Každoročně je jeden zářijový víkend v Uherském Hradišti a okolí plný folklóru, památek a vína. Návštěvník uvidí grandiózní průvod krojovaných skupin, přehlídku dechových hudeb, jarmark lidových řemesel, „muzikantské lodě“ plující po Baťově kanálu a velký košť vín. Děti se mohou těšit na přehlídku dětských folklorních souborů, množství atrakcí, historický šerm a soutěž o nejlepší výtvarnou práci na motivy vinohrad a vinobraní.

Slovácké slavnosti vína a otevřených památek jsou nejvýznamnějšími akcí svého druhu, které prezentuje bohatost a rozmanitost tradiční lidové kultury na Slovácku. Jejím dějištěm jsou otevřené historické památky královského města Uherské Hradiště, které je ne nadarmo nazýváno slováckou metropolí.

Jedinečnost Slováckých slavností vína a otevřených památek spočívá také v tom, že jde o ryze nekomerční přehlídku kulturního dědictví tohoto regionu. Historické jádro Uherského Hradiště se tak již od roku 2003 pravidelně vždy začátkem září proměňuje v jedno velké pódium, na kterém se představují desítky folklorních souborů, cimbálových muzik i dechových kapel, aby společně s ochutnávkou vín, burčáku a regionálních gurmánských specialit vytvořily nezapomenutelná zážitky pro desetitisíce návštěvníků.

5 NÁKLADOVÁ ANALÝZA

Tab. 2. Náklady projektu Park Rochus – zelený ostrov Uherského Hradiště

Činnost	Náklady	Finanční podílnictví v procentech
Vytvoření návrhu rekreačního areálu		
Vypracování návrhu architekta		
Přípravné, administrativní a projektové práce		
Celkem	100 000,00 Kč	
Výstavba muzea v přírodě		
Celkem	10 000 000,00 Kč	
Výstavba ekostatku		
Stavba ovčína		
Nákup 150 ks ovcí		
Celkem	10 000 000,00 Kč	
Cyklotrasy		
Zpevnění a zatravnění		
Stojany na kola		
Celkem	5 000 000,00 Kč	
Aleje a výsadba zeleně		
Nákup dřevin		
Celkem	1 000 000,00 Kč	
Propagace a podpora prodeje		
Celkem	120 000,00 Kč	
Holding SYNOT		20%
Finanční podpora z evropských fondů		60%
Financování z rozpočtu města Uherské Hradiště		20%
Suma celkem	26 220 000,00 Kč	100,00%

6 RIZIKOVÁ ANALÝZA

Riziko spojené s realizací projektového záměru může nastat v případě nedosažení finanční podpory z Evropské unie.

Taktéž není záruka výše privátních zdrojů, dotací ze státního rozpočtu, dotací z rozpočtu Zlínského kraje v celkové výši 26.220.000 Kč.

Co se pozemkového vlastnictví týká, zde riziko nehrozí. Pozemky v této lokalitě získalo po armádě v roce 2001 město Uherské Hradiště.

7 SHRUTÍ POZNATKŮ Z PRAKTICKÉ ČÁSTI

Po provedených analýzách a následné segmentaci trhu bylo vyčleněno několik homogenních cílových skupin návštěvníků. Klíčový produkt cestovního ruchu byl navržen především pro nejčetnější skupiny turistů, současně byla vymezena i kategorie senior, jejíž návštěvnost není zatím příliš vysoká, přesto, vzhledem k demografické situaci České republiky, lze předpokládat, že se jedná o perspektivní cílovou skupinu jak domácích tak zahraničních návštěvníků. Současně bylo vymezeno několik vedlejších produktů cestovního ruchu pro specializované nebo sezónní skupiny turistů. Produktové portfolio bylo navrženo tak, aby pokrylo potřeby co nejširší vrstvy potenciálních návštěvníků a aby splnilo jejich očekávání, naděje, představy a přání a naplnilo touhu po zážitcích, které jsou hlavní motivací cestování.

ZÁVĚR

Uherskohradištsko jako velmi atraktivní region nabízí řadu možností a příležitostí v oblasti cestovního ruchu. Provedené analýzy potvrdily výborné podmínky pro rozvoj cestovního ruchu. Široký záběr kulturně-historického a přírodního potenciálu i ostatních turistických atraktivit, které tvoří rozsáhlou turistickou nabídku, láká vysoké počty především domácích návštěvníků. Atraktivní nabídce odpovídá i stoupající zájem o výpravy za poznáním, které přitahují ve velké míře i zahraniční turisty. Města na Uherskohradištsku mají bohatou historii; malebná jádra a cenné kulturní památky přitahují návštěvníky po celý rok. Jihomoravský venkov s tradiční strukturou venkovských sídel pak překvapuje řadou turistických a cykloturistických tras vedoucích rozmanitou pestrou krajinou posetou drobnými sakrálními stavbami, objekty lidové architektury, hrady a zámky, vinnými sklípky a především nekoenečnými vinicemi.

Nejdůležitější pro region Uherskohradištsko je v současné době aktivace nevyužitého turistického potenciálu, investice do infrastruktury a hledání způsobu jak přilákat především zahraniční návštěvníky. Současně je potřeba, aby region udržel na vysoké úrovni současnou poptávku po poznávacím cestovním ruchu, protože právě výpravy za poznáním významně motivují největší část turistů k cestě na Jižní Moravu. Je však také nutné zdůraznit, že pro rozvoj cestovního ruchu je zapotřebí, aby se do procesu zapojily všechny subjekty v regionu, ať podnikatelské či veřejné, které mohou nějakým způsobem zvýšit nebo zlepšit turistickou nabídku, a že pro společný cíl je především nutná jejich vzájemná spolupráce.

Domnívám se, že cíl diplomové práce byl splněn a to na základě těchto skutečností. Pomocí navrhovaného projektu bude zvýšena atraktivita oblasti Uherskohradištska o možnosti návštěvy zajímavých míst města a jeho okolí.

SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

- [1] BLAŽEK, J., UHLÍŘ, D. *Teorie regionálního rozvoje*. 1. vyd. Praha: Karolinum, 2002. 211 s. ISBN 80-246-0384-5.
- [2] FORET, Miroslav, FORETOVÁ, Věra. *Jak rozvíjet místní cestovní ruch*. 1. vyd. Praha : Grada, 2001. 178 s. ISBN 80-247-0207.
- [3] FORET, Miroslav, STÁVKOVÁ, Jana. *Marketingový výzkum : jak poznávat své zákazníky* . 1. vyd. Praha : Grada Publishing, 2003. 159 s. ISBN 80-247-0385-8.
- [4] HESKETT, James L., SASSER, W.Earl, HART, Christopher W.L. *Služby - cesta k úspěchu*. Praha : Victoria Publishing, [1993]. 273 s. ISBN 80-85605-36-8.
- [5] HESKOVÁ, Marie. *Cestovní ruch*. 1. vyd. Praha1 : Fortuna 2006. 224 s. ISBN 80-7168-948-3.
- [6] HESKOVÁ, Marie. *Cestovní ruch pro vyšší odborné a vysoké školy*. 1. vyd. Praha : Fortuna, 2006. 224 s. ISBN 80-7168-948-3.
- [7] HLADKÁ, Jitka. *Technika cestovního ruchu*. 1. vyd. Praha : Grada Publishing, 1997. 168 s. ISBN 80-7169-476-2.
- [8] HORÁKOVÁ, H. *Strategický marketing*. 2. vyd. Praha: Grada Publishing, 2003. 200 s. ISBN 80-7169-996-9.
- [9] HOSÁK, L., JORDÁN, F. *Uherské Hradiště – dějiny města*. 1. vyd. Brno: Blok 1981. 632 s.
- [10] HRALA, V. *Geografie cestovního ruchu*. 4. vyd. Praha: Idea servis, 2002. 173 s. ISBN 80-85970-43-0.
- [11] JIRÁSEK, J. A. *Strategie – umění podnikatelských vítězství*. 1. vyd. Praha: Professional publishing, 2003. 186 s. ISBN 80-86419-22-3.
- [12] KESNER, Ladislav. *Marketing a management muzeí a památek*. Petr Somogyi. 1. vyd. Praha : Grada, 2005. 304 . ISBN 80-247-1104-4.
- [13] KOLEKTIV AUTORŮ. *Úvod do regionálních věd a veřejné správy*. 3. vyd. Praha: Ifec, 2001. 264 s. ISBN 80-864 12-08-3.
- [14] KUNEŠOVÁ, Eva, NEDVĚDOVÁ, Alena. *Technika cestovního ruchu*. Praha : Grada, 1992. 206 s. ISBN 80-85623-32-3.

- [15] MALÁ, V. *Základy cestovního ruchu*. 1. vyd. Praha: Oeconomica, 2002. 98 s. ISBN 80-245-043-9.
- [16] MAREK, Jaroslav. *Dramata města - Dějinami Uherského Brodu a jeho obyvatel*. 1. vyd. Městský úřad v Uherském Brodě: Vars, spol. s r.o. 1990. ISBN 80-900726-4-X.
- [17] MORRISON, Alastair M. *Marketing pohostinství a cestovního ruchu*. 1. vyd. Praha : Victoria publishing, 1995. 523 s. ISBN 80-85605-90-2.
- [18] OBŮRKOVÁ, Eva. *Kam na jižní Moravě*. 2. vyd. Brno: Computer Press, a.s, 2007. 128 s. ISBN 978-80-251-1594-7.
- [19] ORIEŠKA, J. *Kongresový cestovní ruch*. 1. vyd. Praha: Idea servis, 2004. 137 s. ISBN 80-85970-45-7.
- [20] ORIEŠKA, J. *Metodika činnosti průvodce*. 6. vyd. Praha: Idea servis, 2007. 207 s. ISBN 978-80-85970-57-9.
- [21] PALATKOVÁ, Monika. *Marketingová strategie destinace cestovního ruchu : Jak získat více příjmů z cestovního ruchu*. 1. vyd. Praha: Grada publishing, 2006. 341 s. ISBN 80-247-1014-5.
- [22] PAVLŮ, Dušan. *Marketingové komunikace a výzkum*. 2006. vyd. Zlín : Professional publishing, a. s., 2006. ISBN 80-7318-383-8.
- [23] PAYNE, Adrian. *Marketing služeb*. Přeložila Veronika Dobešová. 1. vyd. Praha : Grada Publishing, 1996. 247 s. ISBN 80-7169-276-X.
- [24] ŠIMKOVÁ, E. *Manažerské a marketingové přístupy ve venkovské turistice*. 1. vyd. Hradec Králové: Gaudeamus, 2008. 95 s. ISBN 978-80-7041-586-3.
- [25] TOMEČEK, Radek. *Uherský Brod : putování historií královského města*. 1. vyd. Uherský Brod : Q studio, 2005. ISBN 80-903006-7-7.
- [26] VAŠKO, M. *Cestovní ruch a regionální rozvoj*. 1. vyd. Praha: Oeconomica, 2002. 96s. ISBN 80-245-0445-6.
- [27] WAHLA, A. *Webové databáze pro přípravu odborníků v cestovním ruchu*. 1. vyd. Praha: Idea servis, 2006. 91s. ISBN 80-85970-50-3.
- [28] *Uherskohradištsko*. 1. vyd. Brno: Muzejní a vlastivědná společnost, 1982. 847 s.

- [29] Brožurka: *Památky města Uherské Hradiště* – nákladem 1000 – vydáno v roce 2001

Internetové zdroje

- [30] *Zlínský kraj: propagace* [online]. [cit. 2010-03-18]. Dostupný z: <<http://www.kr-zlinsky.cz/docDetail.aspx?nid=3089&docid=47637&doctype=ART&did=6706>>.
- [31] *Uherskohradištsko: Bařův kanál* [online]. [cit. 2010-03-02]. Dostupný z: <<http://www.slovacko.cz/lokalita/6472/>>
- [32] *Slovácké muzeum* [online]. [cit. 2010-03-02]. Dostupný z: <<http://www.slovacko.cz/cil/426/>>

SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK

ČOV	Čistička odpadních vod.
ČR	Česká republika.
DDM	Dům dětí a mládeže.
D-O-L	Dunaj – Odra – Labe.
EU	Evropská unie.
ICT	Informační komunikační technologie.
TJ	Tělovýchovná jednota.
UNESCO	United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization .
ŽP	Životní prostředí.

SEZNAM OBRÁZKŮ

SEZNAM TABULEK

Tab. 1. Příjezdové vzdálenosti.....	33
Tab. 2. Náklady projektu Park Rochus – zelený ostrov Uherského Hradiště.....	68

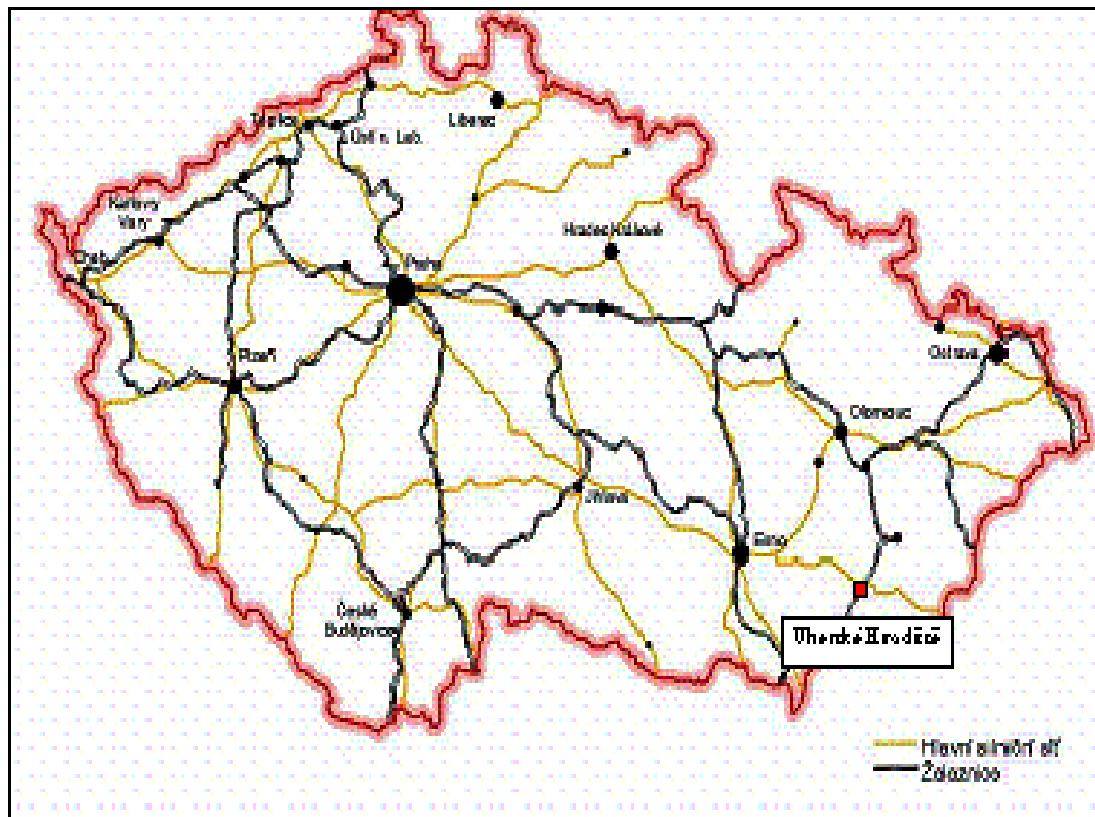
SEZNAM PŘÍLOH

Příloha č. 1 – Mapka České Republiky

Příloha č. 2 – Mapka Uherskohradištska

Příloha č. 3 – Dotazník

PŘÍLOHA P I: MAPKA ČESKÉ REPUBLIKY



PŘÍLOHA P II: MAPKA UHERSKOHRADIŠŤSKA



PŘÍLOHA P III: DOTAZNÍK - ČEMU DÁVÁTE NA ROCHUSU ZELENOU

1. K Uherskému Hradišti máte vztah:

- a) občan
- b) turista
- c) město jsem nenavštívil

2. Myslíte si, že by v parku Rochus měla být provedena výsadba aleje a zeleně?

- a) určitě ano
- b) spíše ano
- c) spíše ne
- d) rozhodně ne

3. Myslíte si, že by lákalo turisty navštívit Muzeum v přírodě v Uherském Hradišti?

- a) určitě ano
- b) spíše ano
- c) spíše ne
- d) rozhodně ne

4. Jsou dle Vás nutné úpravy kaple sv. Rocha?

- a) určitě ano
- b) spíše ano
- c) spíše ne
- d) rozhodně ne

5. Myslíte si, že by turisté uvítali návštěvu ekostatku v parku Rochus?

- a) určitě ano
- b) spíše ano
- c) spíše ne
- d) rozhodně ne

6. Domníváte se, že má město dostatečně kvalitní propagační materiály?

- a) ano
- b) ne
- c) nevím