

# **Siete ako forma spolupráce aktérov v oblasti miestneho rozvoja so zameraním na cestovný ruch**

Ondrej Rác

---

Bakalárska práca  
2011



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: 2010/2011

## ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Ondrej RÁC**  
Osobní číslo: **M090055**  
Studijní program: **B 6202 Hospodářská politika a správa**  
Studijní obor: **Veřejná správa a regionální rozvoj**

Téma práce: **Sítě jako forma spolupráce aktérů v oblasti místního rozvoje se zaměřením na cestovní ruch**

Zásady pro vypracování:

### Úvod

#### I. Teoretická část

- Vymezte základní teoretické pojmy problematiky cestovního ruchu.
- Vysvětlete výhody spolupráce aktérů pro rozvoj území.

#### II. Praktická část

- Analyzujte předpoklady cestovního ruchu obcí Strážnice a Petrov.
- Analyzujte vztahy aktérů cestovního ruchu obcí Strážnice a Petrov.
- Navrhněte možnosti rozvoje cestovního ruchu v obcích Strážnice a Petrov.



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

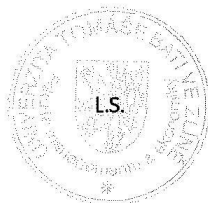
Seznam odborné literatury:

- [1] **BLAŽEK J., UHLÍŘ, D.** Teorie regionálního rozvoje. 1. vyd. Praha: Karolinum, 2002. 212 s. ISBN 80-246-0384-5.  
[2] **VAŠKO, M.** Cestovní ruch a regionální rozvoj. 1. vyd. Praha: Oeconomica, 2002. 95 s. ISBN 80-245-0445-6.  
[3] **WOKOUN, R.** Česká regionální politika v období vstupu do Evropské unie. 1. vyd. Praha: Oeconomica, 2003. 326 s. ISBN 80-245-0517-7.  
[4] **WOKOUN, R. et al.** Regionální rozvoj: východiska regionálního rozvoje, regionální politika, teorie, strategie a programování. 1. vyd. Praha: Linde, 2008. 473 s. ISBN 978-80-7201-699-0.

Vedoucí bakalářské práce: **Mgr. Jiří Novosák, Ph.D.**  
Ústav regionálního rozvoje, veřejné správy a práva  
Datum zadání bakalářské práce: **4. dubna 2011**  
Termín odevzdání bakalářské práce: **20. května 2011**

Ve Zlíně dne 4. dubna 2011

  
prof. Dr. Ing. Drahomíra Pavelková  
*děkanka*



  
RNDr. Oldřich Hájek, Ph.D.  
*ředitel ústavu*



## PROHLÁŠENÍ AUTORA BAKALÁŘSKÉ/DIPLOMOVÉ PRÁCE

Beru na vědomí, že:

- odevzdáním bakalářské/diplomové 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<sup>1</sup>;
- bakalářská/diplomová práce bude uložena v elektronické podobě v univerzitním informačním systému dostupná k nahlédnutí:
  - bez omezení;
  - pouze prezenčně v rámci Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně;
- na mou bakalářskou/diplomovou 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<sup>2</sup>;
- podle § 60<sup>3</sup> odst. 1 autorského zákona má UTB ve Zlíně právo na uzavření licenční smlouvy o užití školního díla v rozsahu § 12 odst. 4 autorského zákona;

<sup>1</sup> 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 nevdělečně 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 nahlédnutí 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 výtisky, opisy nebo rozmnoženiny.
- (3) Platí, že odevzdáním práce autor souhlasí se zveřejněním své práce podle tohoto zákona, bez ohledu na výsledek obhajoby.

<sup>2</sup> 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 vyrobené zájemcem nebo studentem ke splnění školních nebo studijních povinností vyplývajících z jeho právního vztahu ke škole nebo školskému či vzdělávacímu zařízení (školní dílo).

<sup>3</sup> 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.



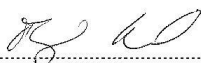


- podle § 60<sup>4</sup> odst. 2 a 3 mohu užít své dílo – bakalářskou/diplomovou práci - nebo poskytnout licenci k jejímu využití jen s předchozím písemným souhlasem Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně, která je oprávněna v takovém případě ode mne požadovat přiměřený příspěvek na úhradu nákladů, které byly Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně na vytvoření díla vynaloženy (až do jejich skutečné výše);
- pokud bylo k vypracování bakalářské/diplomové práce využito softwaru poskytnutého Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně nebo jinými subjekty pouze ke studijním a výzkumným účelům (tj. k nekomerčnímu využití), nelze výsledky bakalářské/diplomové práce využít ke komerčním účelům.

Prohlašuji, že:

- jsem bakalářskou/diplomovou práci zpracoval/a samostatně a použité informační zdroje jsem citoval/a;
- odevzdaná verze bakalářské/diplomové práce a verze elektronická nahraná do IS/STAG jsou totožné.

Ve Zlíně 20.5.2011

  
.....

---

<sup>4</sup> 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:

(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 výtěžku jim 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 přihlídí k vyšší výtěžku dosaženého školou nebo školským či vzdělávacím zařízením z užití školního díla podle odstavce 1.

## **ABSTRAKT**

Táto Bakalárske práce prináša pokus o zmapovanie tohto stavu v územiach obcí Petrov a Strážnice. Cestovný ruch týchto dvoch obcí má významné predpoklady v miestnom folklóre a jednak v tradícii miestneho vína. Práve tieto predpoklady napomáhajú vytvárať vlastný produkt cestovného ruchu, ale i špecifickú image územia.

Problematika sítí v súčasnosti predstavuje módní koncept studia problematiky cestovného ruchu. Spolupráce aktérů v území při tvorbě jednotného produktu má potenciál přinést všem aktérům sítě řadu výhod.

**Klíčové slová:** cestovný ruch, predpoklady cestovného ruchu, víno, folklór, SWOT analýza

## **ABSTRACT**

This Bachelor's thesis work brings attempt by map this aspect in state of communities Petrov and Strážnice. Conditions for tourism in these two communities have important eligibilities in local folklore and in traditions local sorts of wine. Especially these aspects could help make image of own products of tourist traffic, but specially image of region too.

Expresion of problematic nettings in cooperation introduce alamode concept of study tourist traffic's doubtful. Cooperation abonents in region in act of uniformity in the product can give to all abonents a lot of benefits.

**Keywords:** tourism, conditions for tourism, wine, folklore, SWOT analysis

Ďakujem týmto pánovi Mgr. Jiřímu Novosákovi, Ph.D za odborné vedenie, podnetné rady a ochotnú spoluprácu při tvorbe mojej bakalárskej práce.

Prehlasujem, že odovzdaná verzia bakalárskej práce a elektronická verzia nahratá do IS/STAG sú totožné.

# OBSAH

<b>ÚVOD</b>	<b>10</b>
<b>I TEORETICKÁ ČÁST</b>	<b>11</b>
<b>1 VÝKLAD NIEKTORÝCH TEORETICKÝCH POJMOV</b>	<b>12</b>
1.1 Destinácia	13
1.2 „Dedičstvo“ ako najdôležitejší primárny zdroj cestovného ruchu	14
1.3 Druhy a formy cestovného ruchu	15
1.4 Špecifiká cestovného ruchu	18
1.5 Služby cestovného ruchu	18
1.6 Podmienky cestovného ruchu	20
<b>2 PARTNERSTVO CESTOVNÉHO RUCHU</b>	<b>21</b>
2.1.1 Partnerstvo s občanmi	22
2.1.2 Partnerstvo medzi občanom a verejnou správou	22
2.1.3 Partnerstvo medzi verejnou správou a podnikateľmi	22
2.1.4 Partnerstvo v rámci regiónu	23
2.1.5 Spoločné vízie a ciele	24
<b>II PRAKTICKÁ ČÁST</b>	<b>26</b>
<b>3 ANALÝZA PREDPOKLADOV CESTOVNÉHO RUCHU OBCÍ STRÁŽNICE A PETROV</b>	<b>27</b>
3.1 Lokalizačné predpoklady	27
3.1.1 Prírodné predpoklady	27
3.1.2 Kultúrno-historické predpoklady	28
3.2 Realizačné predpoklady	31
3.2.1 Dopravná infraštruktúra	31
3.2.2 Materiálno-technická základňa	32
<b>4 SWOT ANALÝZA OBCÍ STRÁŽNICE A PETROV</b>	<b>36</b>
4.1 Silné stránky	36
4.2 Slabé stránky	36
4.3 Príležitosti	37
4.4 Hrozby	38
<b>5 METÓDA VÝZKUMU SIETÍ AKTÉROV CESTOVNÉHO RUCHU</b>	<b>39</b>
<b>6 SPOLUPRÁCA AKTÉROV CESTOVNÉHO RUCHU V ZÁUJMOVEJ OBLASTI</b>	<b>41</b>
6.1.1 Zámecké vinné sklepy Chateau Strážnice	41
6.1.2 Hotel Strážnica a drobné ubytovacie zariadenia	42
6.1.3 Verejný sektor zastúpený Místnou akčnou skupinou	43
6.1.4 Turistické informačné centrum Strážnice	44
<b>7 MOŽNOSTI ROZVOJA CESTOVNÉHO RUCHU V OBCIACH STRÁŽNICE A</b>	

<b>PETROV</b>	<b>46</b>
7.1 Obnova sírnatého prameňa v Petrove	46
7.1.1 Cieľ projektu	46
7.1.2 Zámer	46
7.1.3 Náklady	46
7.1.4 Financovanie	46
7.1.5 Prínos pre obec Petrov	47
7.2 Spoločná prezentácia obcí Petrov a Strážnice aktérmi cestovného ruchu	47
7.2.1 Cieľ projektu	47
7.2.2 Zámer projektu	47
7.2.3 Náklady	47
7.2.4 Financovanie	47
7.2.5 Prínos pre obce Strážnice a Petrov	48
<b>ZÁVER</b>	<b>49</b>
<b>SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY</b>	<b>50</b>
<b>SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK</b>	<b>52</b>
<b>SEZNAM TABULEK</b>	<b>53</b>
<b>SEZNAM PRÍLOH</b>	<b>54</b>

## ÚVOD

Cestovný ruch patří k najrýchlejšiemu vyvíjajúcemu sa hospodárskemu odvetviu nielen v českej ekonomike.

Cestovný ruch ovplyvňuje ekonomický a sociálno-kultúrny rozvoj na republikovej ale aj na regionálnej úrovni. Tvorí nemalú zložku platobnej bilancie i hrubého domáceho produktu a pozitívne ovplyvňuje nezamestnanosť. Na regionálnej úrovni niektorých obcí či miest tvorí jeden z hlavných zdrojov príjmov miestnych rozpočtov. Zlepšenie situácie cestovného ruchu a aj zvýšenie príjmov rozpočtu miest a obcí závisí od prepojenia s ďalšími ekonomickými a investičnými aktivitami. Cestovný ruch je preto jedným z najdôležitejších faktorov regionálneho rozvoja.

Cieľom tejto bakalárskej práce je zhodnotenie predpokladov a potenciálu cestovného ruchu v problematickej oblasti obcí Strážnice a Petrov. Hlavný výzkumný problém tejto bakalárskej práce je založený na rastúcom význame, ktorý je prikladaný sieťam aktérov v problematike cestovného ruchu. Hlavným cieľom je teda zhodnotiť súčasný stav procesu sieťovania aktérov na vybranom modelovom území, ktoré je reprezentované občanmi obcí Strážnice a Petrov. S ohľadom na charakter skúmanej problematiky bol dôraz kladený na kvalitatívne prístupy na báze štrukturovaných rozhovorov. Týmto dojde k vytypovaniu a posúdeniu väzieb aktérov cestovného ruchu. A následne zo získaných informácií navrhnúť ďalšie možnosti rozvoja cestovného ruchu obcí Strážnice a Petrov.

# **I. TEORETICKÁ ČÁST**

## 1 VÝKLAD NIEKTORÝCH TEORETICKÝCH POJMOV

Pojem definície cestovného ruchu, ako jeden z hlavných pojmov tejto bakalárskej práce, nie je jednoduché pomenovať pre mnohooborový charakter problematiky. Jednou z možných definícií cestovného ruchu je udávaná ako forma uspokojovania potrieb reprodukcie fyzických a duševných síl človeka, ku ktorému dochádza mimo bežné životné prostredie a vo voľnom čase.

Za dôležitú, ale i medznú definíciu sa dá pokladať štatistická definícia, ktorá bola prijatá na konferencii Svetovej organizácii cestovného ruchu WTO v Ottave v r. 1991: Cestovný ruch predstavuje činnosť ľudí, spočívajúci v cestovaní a pobyte v mieste mimo ich obvyklého pobytu na dobu kratšiu jedného súvislého roku za účelom využitia voľného času, obchodu a inými účelmi. Osoba nesmie byť odmeňovaná zo zdrojov navštíveného miesta.

Pásková (2008) rozvíja túto definíciu o ďalšie 4 odborové prístupy vymedzenia pojmu cestovný ruch:

1. Ekonomický prístup vymedzuje cestovný ruch ako špecifickú formu spotreby, pričom výdaje s ňou spojené sú realizované mimo miesto daňovej príslušnosti cestujúcej osoby.
2. Geografický prístup hovorí o cestovnom ruchu ako o pohybe a pobyte ľudí mimo ich obvyklého prostredia, ale na rozdiel od migrácie je krátkodobého charakteru.
3. Sociologický prístup vysvetľuje cestovný ruch ako špecifickú formu uspokojovania ľudských potrieb. Ide o potreby odpočinku, poznania, seberealizácie a spoločenského styku.
4. Ekologický prístup vymedzuje cestovný ruch ako jav vyznačujúci dočasné opúšťanie zdrojového prostredia človeka na úkor cieľovej destinácie s periodickou návštevnosťou iných ľudí. Taktiež sa tento prístup zaoberá dopadom cestovného ruchu na ekosystémy destinácií a zdrojových oblastí.

Na základe týchto prístupov Pásková (2008) vymedzuje cestovný ruch ako vysoko komplexný spoločenský jav, súvisiaci s pohybom a pobytom ľudí mimo ich obvyklého prostredia a systém vzájomne pôsobiacich prvkov a väzieb medzi všetkými zainteresovanými a dotknutými aktérmi zdrojových a cieľových oblastí. Ďalej dopĺňa svoju teóriu o ďalšie aspekty súvisiace s vysvetlením pojmu cestovného ruchu zahrňujúci aktivity návštevníkov cieľových oblastí, procesy spojené s budovaním a prevádzkovaním infraštruktúry cestovného ruchu, aktivít spojených s využívaním, ale aj ochranou a údržbou prírodného a kultúrneho dedičstva cieľových oblastí. Ďalej sú tu politické a



verejno-správne aktivity a súčasne aj reakcie miestnych komunít a ekosytémov na aktivity cestovného ruchu.

#### 4.1 Destinácia

Výkladový slovník cestovního ruchu (Pásková, Zelenka, 2002) definuje destináciu cestovného ruchu v užšom pojatí ako cieľovú oblasť daného regiónu s vlastnou ponukou atraktivít špecifického charakteru. V širšom pojatí vysvetľujú destináciu ako územie, regióny, ľudské sídla a iné oblasti, ktoré sú typické veľkou koncentráciou atraktivít a infraštruktúrou cestovného ruchu. Ich výsledkom je dlhodobá návštevnosť a koncentrácia návštevníkov.

Pásková (2008) definuje destináciu cestovného ruchu ako územný celok vyznačovaný spoločným postupom pri využívaní jeho potenciálu, zdieľanou kapacitou územia pre rozvoj cestovného ruchu, spoločným životným cyklom a spoločnými procesmi cestovného ruchu. Aj keď môže ísť o územie, ktorý má spoločný určitý typ potenciálu (ide o destinácie prírodného, vysokohorského a rekreačného typu), aj napriek tomu tento znak nepredstavuje jediné kritérium vymedzovania destinácie, ale o dôsledok enviromentálnej determinácie bez priamej súvislosti s vnútornou integritou vymedzeného územia a mierou uzavrenosti destinačných procesov.

V minulosti prevažovalo chápanie regiónu cestovného ruchu skor ako homogénneho regiónu, ktorý sa vymedzuje na základe fyzicko-geografických hľadísk, pričom je najväčší dôraz kladený na odlišnosť vizuálnosti od okolitého územia. V dnešnej dobe dochádza k zmene pohľadu a k rozvoju destinačného managementu. V konečnom dôsledku ide o pojatie destinácie ako heterogénneho územného celku, ako vzťahového (nodálneho, dynamického) regiónu, ktorého súdržnosť je zaistená vnútornými väzbami komplementárneho charakteru v rámci destinačných procesov prebiehajúcich na danom území. Z tohto pohľadu je možné povedať, že destinácia je zložená z dvoch funkčne odlišných, ale vzájomne komplementárnych častí, ktoré sú týmito väzbami spojené (destinačné jadro, destinačné zázemie). Preto rozhodujúcim kritériom pri vymedzovaní destinačného územia nie je vzdialenosť od jadra, či zhodná špecializácia (land use), ale intezinta kontaktov a vazieb medzi jadrom a zázemím (miera uzavretosti destinačných procesov), ktorá je kľúčovým integrujúcim faktorom.

## 4.2 „Dedičstvo“ ako najdôležitejší primárny zdroj cestovného ruchu

Prírodné a kultúrne "dedičstvo" ľudstva je možno označiť ako najdôležitejší primárny zdroj cestovného ruchu, dokonca sa dá považovať za alternatívne označenie primárnych aktivít cestovného ruchu. Ide o relikty minulosti aj súčasnej doby, u ktorých na príslušných geografických úrovniach existuje spoločenská zhoda o ich ochrane a ktorá predstavuje základnú motiváciu pre rozvoj poznávacieho cestovného ruchu. Podľa Medlika (1996) je za "dedičstvo" v zmysle medzigeneračného celospoločenského odkazu, považované tá časť prírodného a kultúrno-sociálneho geografického prostredia označované také časti územia, ktoré sú významné pre ľudstvo a majú antropocentrický charakter, pretože ho za dedičstvo považuje ľudské spoločenstvo. Definícia svetového dedičstva organizácie UNESCO hovorí o jedinečnosti daného statku hodného ochrany zo strany všetkých svojich dedičov.

Z pohľadu cestovného ruchu podľa Páskovej (2009) predstavuje kolektívne dedičstvo primárny zdroj rozvoja destinácie. Avšak územie na ktorom leží "dedičstvo" cestovného ruchu sa dá až vtedy pokladať za destináciu cestovného ruchu, keď je doplnené druhotne vytvorenými zdrojmi cestovného ruchu, a to atrakciami a infraštruktúrou cestovného ruchu. Pre návštevníka zohráva dôležitú úlohu práve terciálny sektor – destinačný management, ponuka ucelených produktov cestovného ruchu. Autenticita a jedinečnosť určitého objektu, alebo priestranstva je často spojovaná s historickosťou určitého objektu, alebo priestranstva a tým evokuje pocit pôvodnosti a jedinečnosti.

## 4.3 Druhy a formy cestovného ruchu

Cestovný ruch je veľmi rozsiahle odvetvie, vyznačuje sa zložitou štruktúrou a preto je potrebné ho členiť na menšie skupiny a podskupiny. Z teoretického hľadiska možno cestovný ruch členiť na druhy a formy. I tak ide o zložitú členenie a pre to je dobré si určiť konkrétne kritérium. V mojom prípade použijem ako základné kritérium účel cesty. Podľa účelu cesty môžeme cestovný ruch členiť:

- Rekreačný – cieľom je rekreácia, zlepšenie psychickej a fyzickej kondície. Patria sem aj víkendové pobyty na chatách, či záhradkách.
- Kultúrno poznávací – cieľom je poznávanie histórie, kultúry, tradícií, zvykov vlastného či cudzích národov.

- Spoločenský – účelom je vytváranie fyzických priateľských vzťahov a stretávanie sa so známymi a príbuznými.
- Vzdelávací – cieľom je sa naučiť niečo vzdelanostného a nového.
- Zdravotný – možno tiež nazvať kúpeľno-liečebný. Jedná sa o pobyty v kúpeľoch, či iných zdravie prospešných miestach, ktoré vplyvajú na zdravie jedinca ako rehabilitácia, alebo ako liečba ochorení.
- Športový – účelom je aktívne, alebo pasívne spojenie so športom.
- Prírodno poznávací – cieľom cesty sú národné parky, alebo prírodné rezervácie.
- Dobrodružný – cieľovou skupinou sú vyznávači adrenalínových športov.
- Profesný – sem možme zahrnúť pracovné a služobné cesty, návštevy veľtrhov, kongresov, ale aj pobyty zlepšujúce vzťahy zmesnávateľ–zamestnanec, zamestnanec–zamestnanec
- Politický – jedná sa napríklad o politické mítingy.
- Nákupný – účelom cesty sú nákupy.
- Špecifický – ide o pobyty zamerané na špecifickú klientelu (napr. hendikepovaných ľudí).
- Náboženský – motívom je návšteva cirkevných pamiatok, pútnych a posvätných miest

Foret a Foretová (2001) uvádzajú, že uvedený počet druhov cestovného ruchu je možné aj naďalej rozširovať a že existuje veľký počet ďalších typov cestovného ruchu spojených so špecifickým prostredím a podmienkami. Je možné uviesť príklad, ktorý nie je na uvedenom zozname a ktorý spôsobuje veľké problémy či už samotnému návštevníkovi, tak aj spoločnosti. Jedná sa o cestovný ruch sociálne nežiadúci. Zameriava sa hlavne na ľahšiu dostupnosť drog, hazardných hier a prostitúcie, niektoré politické zrazy. Využíva miestne "výhody", prameniace z lokálnych nedostatkov, či už na úrovni ekonomických, sociálnych, legislatívnych, alebo správnych.

Podľa Rýglovej (2009) možno cestovný ruch členiť podľa roznych kritérií:

Jedným z kritérií je dĺžka trvania pobytu:

- Krátkodobý – vo všeobecnosti ide pobyt s maximálne 3 strávenými nocami.
- Dlhodobý – pobyt považovaný s viac ako 3 strávenými nocami.

Typ cestovného ruchu podľa počtu účastníkov:

- Individuálny – návštevník, alebo turista sa účastní cestovného ruchu sám, popriade s rodinou.
- Koletívny – môže mať podobu skupinového, masového, alebo rodinného cestovného ruchu.

Cestovný ruch podľa ročného obdobia:

- Letný, zimný, sezónny cestovný ruch – kde sezóna je obdobie s vysokoou koncentráciou návštevnosti miesta a maximálnou ponukou služieb.
- Mimosezónny – vyznačuje sa nízkou návštevnosťou miesta, sprevádzanou zníženou ponukou služieb.

Jedno z ďalších kritérií, ktoré treba spomenúť je kritérium podľa miesta, kde pobyt prebieha:

- Domáci – ide o tuzemský pobyt, pobyt strávený bez prekročovania štátnej hranice.
- Zahraničný – ak návštevník musí prekročiť hranice jedného či viacerých štátov.

Na záver spomeniem kritérium podľa spôsobu účasti - zabezpečenia cesty:

- Organizovaný – pobyt je zabezpečený konkrétnymi subjektami poskytujúcimi služby. Konkrétne sú to najmä cestovné kancelárie a dopravné spoločnosti.
- Neorganizovaný – pobyt si návštevník zvolí, zariaduje služby na základe svojich osobných rozhodnutí.

#### 4.4 Špecifiká cestovného ruchu

Foret a Foretová považujú nasledujúce charakteristiky za špecifiká cestovného ruchu:

1. Rozvoj cestovného ruchu je podmienený politicko-správnymi podmienkami.
2. Produkt cestovného ruchu nejde vyrábať na sklad.
3. Miestna viazanosť, bezprostredná spojitosť s územím, v ktorom sa realizuje, najmä s jeho kvalitou prírodného prostredia.
4. Výrazná sezónnosť.
5. Trh je silno determinovaný prírodnými faktormi a ďalšími prírodnými vplyvmi.
6. Vysoký podiel ľudskej práce.

7. Úzky vzťah ponuky a dopytu.
8. Dopyt je výrazne ovplyvňovaný dôchodkami obyvateľstva, fondom voľného času, cenovou hladinou ponúkaných služieb, motiváciou, módou, prestížom a celkovým spôsobom života.
9. Ponuka silno ovplyvňuje taktiež rozvoj a využívanie techniky a technológií (internet, informačné a rezervačné systémy). Za veľmi dôležité považujú taktiež spojenie cestovného ruchu s priemyslom voľného času a zábavy.

## 9.5 Služby cestovného ruchu

Produktom cestovného ruchu je prevažne služba, ktorá je dopytom za účelom uspokojenia spotrebiteľových potrieb, tento poznatok zohľadnil vo svojej definícii Gilberta.

Foret a Foretová (2001) odlišujú z marketingovej stránky služby od hmotných výrobkov tzv. „4I“:

- Intangibility (nehmotnosť) – služby nemajú tvar, chuť, farbu ani obal, aj keď sú často spojované s hmotnými prvkami (lietadlo), vlastná podstata zostáva nehmotná.
- Inconsistency (nestálosť) – realizácia a kvalita služby sú veľmi subjektívne, závisia na konkrétnych ľuďoch, na ich momentálnej situácii (dispozícii, či naopak indispozícii).
- Inseparability (neoddeliteľnosť) - služba je neoddeliteľne spojená s miestom, časom, osobou, ktorá ju zaisťuje.
- Inventory (neskladovateľnosť) – služby nemôžu byť skladované, nedajú sa odložiť, „zákazník čaká na službu a nie služba na zákazníka“.

Službu nemôže zákazník vlastniť, môže ju iba využiť jej výhody (cestou na dovolenku môže využiť ako spôsob dopravy lietadlo, ale nestáva sa majiteľom dopravného prostriedku).

Ďalej uvádzajú, že ak chceme uvažovať konkrétne o službách v oblasti cestovného ruchu, tak si musíme uvedomiť ďalšie dôležité špecifiká, ktoré musia byť pri príprave ponúkaných integrovaných produktov dodržané s kladením vysokých nárokov, či už na prípravu ponúkaných produktov, alebo predchádzaniu potenciálnych problémov, ale aj na zabezpečovanie spätnej väzby a kontrolu efektivity dosiahnutých výsledkov. Je nutné spomenúť niektoré aspekty služieb cestovného ruchu:

- Krátkodobosť a prechodnosť posobenia produktov na zákazníka.

- Zvýšená miera emocionálnych a iracionálnych faktorov pri výbere zájazdu.
- Väčší význam sa kladie na vonkajšie stránky (luxusné vybavenie, chovanie a vystupovanie personálu) ako na kvalitu poskytovaných služieb.
- Prvoradá je image danej destinácie (miesta).
- Význam sprostredkovateľov (cestovné kancelárie) a ich spolupráce.
- Význam dvojstupňovej komunikácie, kde tzv. názorový vodca informuje a zaujímavej ponuke, ktorú veľmi dobre pozná z informačných prostriedkov, od známych, alebo z vlastnej skúsenosti.
- Ľahká napodobiteľnosť osvedčených postupov medzi konkurenciou, ktorá vymýšľa stále nové zlepšenia a inovácie ponúkaných služieb.
- Veľmi vychýrený spôsob pri výbere destinácie a programu s ňou spojený je posobenie napodobňovania zákazníkov, a to prejavujúcimi sa masovými vlnami obľúbených a preferovaných turistických destinácií, programov (po obsahovej stránke), spôsobe dopravy, ubytovania, stravovania a rovnakého trávenia dovolenky. Netreba zabúdať ani na opačné reakcie, kedy sú uprednostňované naopak zvyčajne vylúčené formy a druhy cestovného ruchu (napríklad ekologický a agroturistika).
- Nezanedbateľnou stránkou cestovného ruchu je popri pozitívnych prínosoch taktiež negatívny. Ide o sociálne a ekologické dopady. Vo veľkej miere je to hluk, koncentrácia odpadkov, zvýšenie kriminality, ničenie prírody a dopravný kolaps.
- Mimoriadny prínos v prípade cestovného ruchu v podobe partnerstva je rozšírený marketingový mix.

## 9.6 Podmienky cestovného ruchu

Podľa Kiraľovej (2003) charakter organizácie cestovného ruchu môže ovplyvňovať:

- postavenie cestovného ruchu v rámci odvetvovej štruktúry destinácie (cestovný ruch jako polarizujúci, indikujúci či neutrálne odvetvie)
- štruktúra odvetvia cestovného ruchu z hľadiska podielu jednotlivých služieb a charakteru vlastníctva

- druhy (domáci, zahraničný, krátkodobý, dlhodobý, celoročný, sezónny)
- charakter atraktivít (přírodní, společenské, kulturní podmínky)
- rozvoj cestovního ruchu (fázy životného cyklu, dlhodobý, krátkodobý)
- charakter trhu (domáci, zahraničný, individuálny, organizovaný)

## 2 PARTNERSTVO CESTOVNÉHO RUCHU

Partnerstvo aktérov cestovného ruchu je zatiaľ príliš nepoznaným a hlavne v praxi nevyužívaným postupom. Pre pochopenie významového rámca partnerstva a jeho prínosu v cestovnom ruchu potrebujeme uviesť niekoľko informácií o marketingovom mixe.

Foret Foretová (2001) popisujú marketingový mix:

1. Product (produkt)
2. Prize (cena)
3. Place (miesto)
4. Promotion (propagácia)

Morrison rozširuje klasickú podobu marketingového mixu o ďalšie „4P“:

1. People (ľudia) – v službách hrajú prvoradú úlohu všetci zamestnanci firmy.
2. Packaging (tvorenie balíčkov) – kompletácia ponúkaných služieb a tvorba integrovaných produktov.
3. Programming (naprogramovanie) – by sme mali chápať ako koncepcnosť a zdieľanie vízií prostredníctvom spoločných projektov.
4. Partnership (spolupráca) úspech závisí na spolupráci dodávateľov (ubytovacích, stravovacích zariadení, hotelov, reštaurácií, požičovní automobilov, prevádzkovateľov zábavných stredísk so sprostredkovateľmi (cestovnými kancelárkami, touroperátormi, organizátormi), s prepravcami (leteckými a autobusovými spoločnosťami) a mnohými ďalšími, rovnako ako na spolupráci medzi rôznymi úrovňami verejnej správy.

### 4.6.1 Partnerstvo s občanmi

Partnerstvo v cestovnom ruchu sa chápe ako dvojstranný vzťah medzi miestnou správou a miestnymi podnikateľskými subjektami. Považujeme za mimoriadne potrebné, aby bolo rozšírené taktiež o miestne občianske aktivity, občianske združenia a jednotlivcov.

Zapojenie občanov do prejednávania rozvojových aktivít je veľmi dôležité. Občan by mal poznať zámery a plány verejnej správy, aby sa mohli do týchto plánov zapojiť a prispieť svojimi názormi a aktivitami. Nesmie ísť len o jednorázovú akciu, ale o dlhodobejšie prehlbovanie vzájomných



vťahov. Musí ísť o celú škálu spôsobov, akými napr. radnica iniciuje zapájanie občanov do rozhodovania o budúcnosti ich mesta, o jeho vzhľadu, pohostinnosti a pestrosti ponuky služieb.

#### 4.6.2 Partnerstvo medzi občanom a verejnou správou

Napríklad v Leedse (GB) sú názory občanov, ich námety a pripomienky, súčasťou komunikácie radnice s verejnosťou, ktorá funguje dlhodobo a radnica si pochvaľuje tzv. „burzy nápadov“. Tu získava množstvo kvalitných nápadov a podnetov pre svoju prácu. Na Slovensku, ale aj v Českej republike, sú takéto aktivity ojedinelé. V jednom menšom meste som sa napríklad dozvedel, že výsledkom podobnej aktivity bolo pravidlené hádzanie banánových šupiek a iných nečistôt do schránky nápadov. Kultivácia občianskeho chovania je dlhodobou záležitosťou, nie je to vec jednoduchého a efektívneho nápadu. Ide o dlhodobé posilňovanie vzájomných vzťahov.

#### 4.6.3 Partnerstvo medzi verejnou správou a podnikateľmi

Ako vhodný príklad fungujúceho vzťahu verejnej správy a podnikateľov pochádza z Veľkej Británie, konkrétne z Birminghamu. V Birminghame majú zavedený osvedčený program „Locate in Birmingham“, voľný preklad je „Podnikajte v Birminghame“. Jedná sa o aktivitu miestnej správy s cieľom podpory potencionálnych investorov. Jedná sa napríklad:

- Vyhľadávanie a získavanie informácií o vhodných lokalitách a budovách pre podnikanie.
- Využívanie informačných zdrojov partnerov v programe „Podnikajte v Birminghame“ k poskytovaniu veľkého množstva odpovedí na dotazy.
- Poskytnutie záruky, že informácie poskytnuté programom „Podnikajte v Birminghame“ sú zaručene aktuálne a presné.

Jeden z ich propagačných materiálov popisuje lokalitu mesta Birminghame jako vhodného miesta na investovanie do hotelov. Opiera sa o strategické plány miestnej správy, demografické, dopravné, obchodné a priemyselné štatistické údaje a prognózy s celou Veľkou Britániou, doplnené o významné informácie o cestovnom ruchu. Samozrejme nechýbajú informácie súčasnem stave hotelového sektora, o kvalite a dosiahnutom vzdelaní priemerných mzdách potenciálnych zamestnancov.

#### 4.6.4 Partnerstvo v rámci regiónu

Švajčiarsko a Rakúsko patrí k zemiám s vyspelým cestovným ruchom. Hlavným dôvodom úspechu týchto krajín je vytváranie spoločnej ponuky produktov, ktoré sú pre daný región typické. Zaisťuje ich spoločná propagácia vrátane všetky poskytovaných služieb. Spoločný postup podnikateľskej sféry a miestnej správy sa niekedy označuje ako aj Management destinácií. Miesto individualistického konkurenčného boja jednotlivých podnikateľov v oblasti cestovného ruchu sa naopak hľadá spoločná ponuka, ktorá je pre zákazníka atraktívnejšia. Vie lepšie reagovať na potreby a prania jednotlivého turistu. Zahraničné skúsenosti dokazujú, že spoločný postup miestnej správy a podnikateľov zaručujú zvýšenie synergického efektu miesta, príjmy miestnej správy a takisto aj podnikateľov. Nesmierne dôležitá je spolupráca nielen na danom území, ale aj schopnosť sa prezentovať v širšom okruhu ako vyznačujú hranice mesta, či regiónu. V Českej republike a konkrétne na južnej Morave sa jednotlivé okresy prezentujú napríklad na veľtrhoch cestovného ruchu (Regiontour v Brne, Holiday World v prahe, Ferien vo Viedni). Veľký problém nastáva pri spoločnej prezentácii regiónu. Kde sa niektorí zástupcovia cestovného ruchu regiónu stavajú ku prezentovaniu rôzne. Môžeme ich rozdeliť do jednotlivých skupín:

- K účasti na veľtrhoch pristupujú vecne.
- Konštruktívne chcú analyzovať chyby a diskutovať o problémoch a dosiahnutých výsledkoch, majú záujem o otvorenú expozíciu.
- Spoločnú účasť vidia pesimisticky a preferujú uzavretú expozíciu.
- Nechápu význam spoločnej účasti na veľtrhoch.

Pokiaľ ide o kladné stránky, tak spoločná prezentácia prináša jednotlivým vystavovateľom zníženie finančných nákladov, v kontexte s regiónom sa zvyšuje atraktivita jednotlivého miesta, či podnikateľských subjektov a poskytuje potenciálnym klientom komplexnú ponuku. Avšak negatívna stránka spočíva v malej ochote sa stretávať a dohadovať sa na spoločných koncepciách. Preto v budúcnosti je absolútne nutné si dopredu definovať, čo je to spoločná prezentácia a uvedomiť si, že spoločná prezentácia neznamena len stretnutie na spoločnej expozícii na veľtrhoch. Úzko s tým súvisí problém jasného definovania spoločných cieľov do budúcnosti a čo samotní aktéri očakávajú od spoločnej expozície.

#### 4.6.5 Spoločné vízie a ciele

Veľmi dôležitá je spoločná vízia aktérov cestovného ruchu. Ak chcú aktéri cestovného ruchu vytvoriť nové pracovné miesta, zaistiť prosperitu už existujúcim inštitúciám, ktoré už pôsobia na danom území v oblasti cestovného ruchu. Alebo chcú zaujať nových návštevníkov, či prilákať investorov, musia aktéri danej oblasti dokázať formulovať spoločné vízie a ciele, ktoré spájajú jednotlivých partnerov a na ich dosiahnutie sa musí stať pre všetkých zainteresovaných hlavnou prioritou. Foret a Foretová (2001) popisujú problém väčšiny miest a obcí v CR, kde za vidinou prilákania bohatých návštevníkov a tým vybudovaním nových pracovných príležitostí vidia jednoznačnú orientáciu len bohatých klientov. Mnohí si ale neuvedomujú, že sa to nestane za noc a že aj keď spravia veľkolepú kampaň, návštevníci sa nepohnú do destinácie. Mesto či obec, ktoré chce uspieť v cestovnom ruchu musí byť v prvom rade príjemné a pohodlné pre domácich obyvateľov a pre návštevníkov z blízkeho okolia. Musí vedieť posilniť partnerstvo medzi domácimi občanmi a podnikateľmi a to prostredníctvom spoločne zdieľaných vízií.

Jedným z najdôležitejších faktorov cestovného ruchu je doprava. Súčasne dopravné prostriedky a dopravná infraštruktúra by nám mali uľahčiť pohyb z miesta na miesto a to aj telesne postihnutým a jedincov inak neschopných pohybu. Naopak treba zvýšiť pozornosť akú má rozvíjajúca sa doprava dopad na okolné prostredie. Týka sa to hlavne veľkých miest, kde dochádza k enormnému zahusťovaniu mestských komunikácií a s tým spojený problém parkovacích miest. Preto mestá musia mať dlhodobé vízie dopravnej politiky. Vízia by mala vychádzať z potrieb daného regionu a užitočnosti pre jednotlivých aktérov.

## **II. PRAKTICKÁ ČÁST**

### 3 ANALÝZA PREDPOKLADOV CESTOVNÉHO RUCHU OBCÍ STRÁŽNICE A PETROV

Skúmané územie obcí Strážnice a Petrov sa nachádza v juhovýchodnej časti Českej republiky v Jihomoravskom kraji, v mikroregióne Strážnicko, okrese Hodonín, na hranici so Slovenskou republikou. Počtom obyvateľov (5800 obyvateľov) sa radia k relatívne menším obciam. Obe obce ponúkajú dobré podmienky pre cestovný ruch nielen kvoli svojim kultúrnym tradíciám, ale aj kvoli veľkému kultúrnemu a prírodnému fondu, ktorý má veľký rekreačný potenciál. Územie je veľmi atraktívne pre pešiu turistiku, cykloturistiku a vodnú turistiku.

#### 3.1 Lokalizačné predpoklady

##### 3.1.1 Prírodné predpoklady

Územie mikroregiónu Strážnicko, kde patria obe obce, sa rozkladá v prevažne nížinatom teréne. Vo svojej južnej a východnej časti prechádza do časti Bielych Karpát. CHKO Biele Karpaty tvoria tri celky – flyšové pásmo, bradlové pásmo a Viedenská panva.

Pohorie Biele Karpaty sú prevažne pokryté lesom, a to listnatého charakteru. Charakteristickým pre toto územie sú lúky s výskytom niektorých druhov divo-rastúcich chránených orchideí. K oblasti neodmysliteľne patrí pestovanie vinnej révy a staré sady ovocných stromov.

Najvyšším bodom Strážnicka je vrch Bukovina s nadmorskou výškou 583 m n.m. Priemerná nadmorská výška regiónu je 171 - 263 m n.m. Najznámnejším vrchom obcí Strážnice a Petrov je Žerotín spojený s kultúrnymi akciami.

Z hydrologického hľadiska je oblasť bohatá na pramenné zdroje. Nachádza sa tu niekoľko minerálnych prameňov. Konkrétne spomeniem sírnaté pramene v obci Petrov, ktoré nie sú v dnešnej dobe využívané. V okolí obcí pretekajú rieky Morava, Velička, ďalej Sudomeřický potok, Kuželovský potok, Járkovec, Morávka a Radějovka. Od čias stredoveku bol v okolitej oblasti budovaný systém rybníkov, ktorý v dnešnej dobe je na úpadku. Bola vybudovaná vodná nádrž Mlýnky, nachádzajúca sa asi 6 km od Strážnice smerom na Radějov. Stredom priehrady vedie hranica so Slovenskou republikou. Ďalšou novostavbou je Kúpalisko Autokemping Strážnice. Najvýznamnejšou stavbou celého regiónu je obnovený Baťov kanál. V minulosti bol využívaný na

nákladnú dopravu, ale v súčasnosti je využívaný len na turistické a doprovodné služby. Dĺžka kanálu (od Otrokovíc po Sudoměřice) je 60 km.

Strážnické Pomoravie je prírodný park s rozlohou približne 31 km<sup>2</sup>. Bol vytvorený za účelom ochrany krajinného rázu bezprostredného okolia údolia nivy vodného toku Moravy. Park vytvára harmonickú prirodzenú ukážku malebnosti krajiny. Okolie vodných tokov je bohaté na vegetáciu a veľký počet chránených, či nechránených živočíchov.

### 3.1.2 Kultúrno-historické predpoklady

Územie oboch obcí je známe predovšetkým turisticky lákavými a historickými pamiatkami s tradičnými objektmi ľudovej architektúry. Okrem štátom chránených pamiatok je v obciach veľké množstvo objektov s vysokou historickou hodnotou. Ich technický stav sa za posledných pár rokov výrazne zlepšil, množstvo pamiatok prešlo reštaurovaním, rekonštrukciou a boli sprístupnené širokej verejnosti.

Charakteristickú image Strážnice tvoria strážnické brány zo 16. storočia – Skalická a Veselská. Slúžili ako súčasť opevnenia pred Turkami. Z oboch brán sa zachovali iba bočné bašty.

Neodmysliteľnou súčasťou image obce je veža s kostolom sv. Martina z 15. storočia a je postavený v gotickom štýle. Ďalšou historickou pamiatkou je Mestské múzeum v barokovom štýle a za zmienku treba spomenúť aj budovu mestskej radnice a polície. Významnou atrakciou pre turistov je Strážnický zámok z 2. polovice 13. storočia. Nachádza sa tu múzeum ľudovej keramiky, hudobných nástrojov, zbierka obrazov a knižnica. V okolí zámku je vybudovaný anglický park. Významnou turistickou atrakciou sú Zámocké vinné pivnice zo 16. storočia. Pre turistov je okrem historickej prehliadky ponúkaná degustácia miestnych odrôd vína. Za zmienku stojí spomenúť Kostol Nanebovzatia Panny Márie z roku 1747 a Kaplnka sv. Rocha z roku 1680. Jedna z najstarších dochovaných pamiatok Strážnice je Průžkův mlyn z roku 1543. Z pôvodne vodného mlyna prestavbou v 19. storočí vznikol mlyn poháňaný parou a neskôr prerobený na elektrinu. Mlyn bol v aktívnej prevádzke do roku 1975. V dnešnej dobe je v ňom otvorená expozícia mlynárstva.

Image obce Petrov neodmysliteľne tvoria vinné pivnice Plže. Vznik vinných pivníc sú datované už v 17. storočí. Na začiatku slúžili ako útočisko vinárov pred vojnami. Dnes sú súčasťou moravských vinnárskych ciest. Tvoria jedinečnú pamiatkovo chránenú ulicovú zástavbu viac než 60 pivníc. Sú

zdobené typickou bielo-modrou maľbou charakteristickou pre dané územie s prvkami vinobrania. Za štátnu pamiatkovú rezerváciu boli Plže vyhlásené ministerstvom kultúry v roku 1983.

Najstaršou dochovanou cirkevnou pamiatkou v Petrove je baroková zvonica z 18. storočia. Ďalšou dochovanou pamiatkou baroková kaplnka bolestnej Panny Márie. Nachádza sa neďaleko vinných pivníc a je zdobená pestrofarebnými ornamentmi typického pre dané územie podobne ako Plže.

Ďalším významným predpokladom cestovného ruchu je zachovávanie tradícií minulých generácií a to v oblasti ľudových remesiel. Medzi najhlavnejšie a najviac preferované remeslá môžeme zaradiť výrobu tradičnej modrotlače a výrobkov z tejto tkaniny, výroba paličkovej krajky rôznych vzorov a motívov. Veľmi významným remeslom úzko spojeným s miestnym folklórom je krojové krajčerstvo. Medzi ďalšie tradičné remeslá patrí perníkárstvo, zdobenie kraslíc tradičnými technikami, výroba figúriek z kukuričného šúpolia, výroba keramiky inšpirovanej špecifickou ľudovou maľbou (fajáns). Úzke spojenie so zachovávaním tradičných remesiel je obnovenie tradície Výročných trhov v neďalekej Hroznovej Lhote.

Ďalším predpokladom cestovného ruchu je tradícia vinárstva daná špecifickými klimatickými pomerami obidvoch obcí. Obec Strážnice získali už v roku 1417 horenské právo, ale najväčší rozmach vo vinárstve zažili na prelome 16. a 17. storočia. Najpreferovanejšie miestne vinárske trate sa nachádzajú na kopci Žerotín kde sa koná každoročne "Zarážanie hory", ide o zachovávanie vinárskej tradície zamykaním vinných pivníc v dobe dozrievania hrozna pred ich oberaním. Samozrejme ďalšou atraktívnou akciou je "Strážnické vinobranie", kde návštevníci môžu ochutnať burčák a kvalitné vína spojené kultúrnym programom, kde nemôžu chýbať miestne folklórne hudobné a tanečné skupiny. Najvýznamnejšou kultúrnou akciou v Strážnici je Medzinárodný folklórny festival Strážnice. Na festivale sa zúčastňujú popredné folklórne súbory z celého sveta. Festival je tradične spojený s ochutnávkami miestnych vín. Prehľad ďalších akcií zameraných na spojenie folklóru a vína do jedného produktu, vrátane ich stručnej charakteristiky, uvádza tabuľka 1.

Tabuľka 1: Najvýznamnejšie kultúrno-vinárske akcie v Strážnici a Petrove

Názov akcie	Stručná charakteristika
-------------	-------------------------

<p><b>Medzinárodný folklórny festival – Strážnice</b></p>	<p>Mezinárodný folklórny festival Strážnice je najvýznamnejší folklórny festival v Českej republike a jeden z najznámejších folklórnych festivalov na svete, koná sa vždy posledný víkend v júni. Počiatky festivalu siahajú do roku 1946, kedy sa konal jeho prvý ročník.</p>
<p><b>Zarážanie hory na vrchu Žerotín</b></p>	<p>Zaráženie hory je tradičná vinnárska slávnosť konaná posledný augustový týždeň v období dozrievania hrozna pred vinobraním. Slávnosti sa každoročne účastní veľký počet folklórnych súborov ako je Žerotín zo Strážnice s cimbalovou hudbou, Stražnický hotaři, Cimbalová hudba zo Strážnice a iní.</p>
<p><b>Strážnicke vinobranie</b></p>	<p>Strážnicke vinobranie je najväčšia vinnárska slávnosť v Strážnici s dlhoročnou tradíciou. Slávnosti sú každoročne spestrené vystúpením miestnych folklórnych súborov Danaj, Žerotín, Demižón a ďalšími.</p>
<p><b>Deň vinárov v Plžích</b></p>	<p>Deň vinárov v Plžích sa koná prvú augustovú nedeľu v areály Plže v Petrove, ktoré sú považované za najhodnotnejší dochovaný celok vinárskych ľudových stavieb v ČR. Folklor je samozrejme súčasťou akcie.</p>

Zdroj: [www.straznice-mesto.cz](http://www.straznice-mesto.cz)

## 3.2 Realizačné predpoklady

### 3.2.1 Dopravná infraštruktúra

Dopravná dostupnosť je na dobrej úrovni, aj keď oblasťou (os Sudoměřice – Petrov – Strážnice) a jej najbližším okolím neprechádza žiadna diaľnica a ani rýchlostná komunikácia. Prechádza tu dôležitá cesta prvej triedy č.55 Břeclav – Uherské Hradiště – Olomouc a železničná trať č.431 Hodnín – Rohatec – Veselí nad Moravou – Vrbovec (Slovenská republika).

Ako som už spomínal, tak kostru cestnej dopravy tvorí cesta I/55 Břeclav – Uherské Hradiště – Olomouc, ktorá sa na juhu napája na cestu I/70 smerom na hraničný prechod so Slovenskou



republikou. Jednou z ďalších dopravných tepien regiónu je cesta II/426 Strážnice – Bzenec – Osvětimany, v Bzenci sa križuje s cestou I/54 Slávkov u Brna – Kyjov – Veselí nad Moravou – Strání (hraničný priechod so SR).

Veľký význam sa prikladá cestám tretej triedy, ktoré spájajú 7 obcí mikroregiónu:

- cesta III/4997 Strážnice – Radějov – Tvarožná Lhota
- cesta III/4995 Strážnice – Tvarožná Lhota – Kněždub – Hroznová Lhota
- cesta III/4992 Strážnice – Žeraviny – Hroznová Lhota – Lipov – Louka
- cesta III/4994 Hroznová Lhota – Kozojídky – Veselí nad Moravou
- cesta III/49918 Hroznová Lhota – Tasov – Hrubá Vrbka
- cesta III/4993 Žeraviny – Kozojídky

Hromadnú dopravu zastupuje vo väčšine prípadov ČSAD Hodonín a.s. Diaľkové spoje majú zastávku v Strážnici a Petrove. Dopravná obslužnosť je relatívne dobrej úrovni, avšak mimo pracovné dni je situácia neuspokojivá.

Oblasťou obcí Strážnice a Petrov prechádza jednokolejová neelektrifikovaná železničná trať č.341 Hodonín – Rohatec – Veselí nad Moravou – Vrbovce, ide o prepravu osôb prímestského typu. Táto trať sa priamo napojuje na železničný koridor č.330 Břeclav – Přerov. V Sudoměřicích naväzuje na medzinárodnú trať Sudměřice nad Moravou – Holíč. V mikroregióne sú dve vlakové stanice a to v Sudoměřicích a v Strážnici a jedna železničná zastávka je v Petrove.

### 3.2.2 Materiálno-technická základňa

Obe obce Strážnice a Petrov ponúkajú dobré podmienky pre cestovný ruch nielen kvoli svojim kultúrnym tradíciám, ale aj kvoli veľkému kultúrnemu a prírodnému fondu, ktorý má veľký rekreačný potenciál. Územie je veľmi atraktívne pre pešiu turistiku, cykloturistiku a vodnú turistiku. Potenciál rozvoja cestovného ruchu obcí Strážnice a Petrov sa pravdaže nekončí na ich administratívnych hraniciach. Obe obce sú členmi dobrovoľného zväzku obcí Strážnicko, ktorého cieľom je spoločné presadzovanie zámerov, ktoré presahujú rozsahom a významom každú účastnícku obec a to vrátane koordinácie investičných akcií v záujmovom území. Rozvoj cestovného ruchu a šetrný rozvoj vidieka vo vzťahu k cestovnému ruchu patrí k hlavným tématickým oblastiam v tomto smere. Obce Strážnice a Petrov ďalej úzko spolupracujú s Miestnou

akčnou skupinou Strážnicko, čo je občianske združenie vzniknuté za účelom implementácie strategického plánu rozvoja oblasti v rámci programu Leader. Oblasti podpory zahrňujú napr. zlepšenie kvality života v dedinských oblastiach, obnova a rozvoj kultúrnych, spoločenských a športových činností súvisiacich s témom, posilnenie miestneho ekonomického prostredia a zhodnotenia miestnej produkcie, rozvoj cestovného ruchu so zameraním na starostlivosť a ochranu životného prostredia, zachovanie a obnova kultúrneho dedičstva. Cestovný ruch tak hrá zásadnú rolu i v aktivitách Miestnej akčnej skupiny Strážnicko. Jednu z konkrétnych aktivít, do ktorej sú Dobrovoľný zväzok obcí i Miestna akčná skupina Strážnicko zapojené, je cezhraničný projekt CYKLOREGIO, ktorého cieľom je vybudovať jednotnú sieť cyklistických chodníkov na území Strážnicka v naviazanosti na nadregionálne cyklochodníky. Z hľadiska prepojenia ponuky cestovného ruchu je podstatné umiestnenie cyklochodníkov, aby sa napojilo na čo najviac vinnárskych a náučných chodníkov. Medzi najznámejšie cykloturistické chodníky patrí neodmysliteľne Strážnický vinnársky chodník. Trasa vedie čiastočne Dolnomoravským úvalom, smerom na východ až k podhoriu Bielych Karpát. Meria cez 100 km a je prepojený s ďalšími cyklistickými chodníkmi ako je vinnársky chodník Podluží a cyklochodníkmi vedúcimi až k bývalej Bzeneckej a Uherskohradištskej oblasti. Ďalším zaujímavým cyklochodníkom je Uprkov chodník (26 km), ktorého trasa začína pri Mestskom múzeu a pokračuje smerom na Tvarožnou Lhotu. Ide o pamiatkovo-rekreačný náučný cyklochodník. Veľmi zaujímavou atrakciou pre cykloturistov je cesta Strážnickým Pomoravím, kde výhodným bodom je Strážnice, odkiaľ majú turisti možnosť pokračovať k Baťovmu kanálu, ďalej k Petrovu a následne sa poznačených chodníkoch dostaneme až meandrom Moravy. Celkovo sa dá povedať, že Strážnice a Petrov pretína veľký počet náučných a rekreačných cyklochodníkov napájaných na ďalšie z okolitých obcí, či dokonca regiónov.

Ako som už spomínal, tak oblasť Strážnice a Petrov je bohatá na pramenné zdroje s veľkým potenciálom na vodnú turistiku. Za zmienku treba spomenúť plavby po Baťovom kanály s možnosťou vypožičania si lodi priamo v prístave. Otváranie sezóny na Baťovom kanály začína už v Máji a ukončenie sezóny býva zvyčajne koncom Októbra. Okrem spomínanej vodnej nádrže Mlýnky a Kúpaliska Autokemping je veľkým lákadlom pre odvážnejších turistov neďaleko vzdialená rieka Morava.

Ubytovacie zariadenia a kvalita ponúkaných služieb sú pre rozvoj cestovného ruchu každej destinácie veľmi dôležité. Turistov zaujíma najmä, či má dané zariadenie vlastné parkovisko, reštauráciu, či ponúka predaj máp a suvenírov, či ponúka športovné využitie, má bar, kaviareň,

bazén, solárium, či zmenáreň. Až na výnimku Hotela Strážnice preferujú obce Strážnice a Petrov menšie penzióny a ubytovacie zariadenia. Hotel Strážnice ako jediný umožňuje dostatočné kapacity na prevádzkovanie firemných a spoločenských akcií, školení, seminárov a rautov. Najbližší dostupný hotel v okolí, ktorý má dostatočné kapacity na zabezpečenie podobných akcií sa nachádza až v Hodoníne. Prehľad hlavných aktérov cestovného ruchu v Strážnici a Petrove zobrazuje Tabuľka č. 2.

Tabuľka 2: Hlavní aktéry cestovného ruchu v Strážnici a Petrove

Typ aktéra cestovného ruchu	Názvy najvýznamnejších aktérov
<b>Hudobné a folkórne súbory</b>	Súbory ľudových piesní a tancov Danaj Folklórna skupina Demižón Folklórna súbor Žerotín Strážnická cimbálová hudba Danaj Slovácka krojovaná dychová hudba Svárovanka zo Strážnice Cimbálová hudba Strážničan
<b>Ubytovacie zariadenia</b>	Hotel Strážnice Penzión Zámecké sklepy Strážnice Autokemping Strážnice Penzión Jana – Mlýnky Motorest u Cioša Penzión u Kmotra
<b>Vinárne a vinotéky</b>	Zámecké sklepy Strážnice Žerotín a.s. Slovácka vinotéka - vinařství Dobčákovi Vinarstvo a vináreň Botur

	Množstvo malých vinárov
<b>Stravovacie zariadenia</b>	Reštaurácia Skanzen Cukráreň u anděla Reštaurácia hotela Strážnice Reštaurácia Pod věží Reštaurácia a vináreň Botur Reštaurácia Autokemping Strážnice
<b>Verejná správa</b>	Infocentrum Strážnice Obec Strážnice Obec Petrov Dobrovoľný zväzok obcí Strážnicko Miestna akčná skupina Strážnicko

Zdroj: [www.straznice-mesto.cz](http://www.straznice-mesto.cz)

## 4 SWOT ANALÝZA OBCÍ STRÁŽNICE A PETROV

### 4.1 Silné stránky

- čisté životné prostredie
- dobrá dopravná obslužnosť v pracovné dni
- blízkosť diaľkových a železničných ťahov
- vysoký počet menších firiem a živnotníkov zabezpečujúcich služby zoskupených v MAS
- existencia MAS plniaca koordinačnú a podpornú funkciu v rámci sietí aktérov cestovného ruchu
- dlhodobá tradícia v špecializovaných oboroch poľnohospodárstva (vinárstvo)
- dlhodobá tradícia v textilnom priemysle
- nadregionálny kultúrno-spoločenský význam oblasti Strážnice a Petrov
- uchovávanie kultúrnych tradícií
- zachovaná ľudová architektúra v obciach
- vysoký počet menších ubytovacích zariadení
- hustá sieť turistických trás a cyklochodníkov s napojením na Slovensko
- atraktivita vodnej turistiky – Baťov kanál
- veľké rekreačné oblasti a parky – CHKO Biele Karpaty

### 4.2 Slabé stránky

- úpadok podnikov v oblasti typického textilného priemyslu
- regresívna demografická štruktúra s vysokým podielom obyvateľov v postproduktívnom veku a nízkym počtom osôb v predproduktívnom veku
- nižšia vzdelanostná úroveň obyvateľstva
- nízky podiel zamestnanosti v terciálnom sektore
- slabá dopravná obslužnosť mimo pracovné dni

- zlý stav niektorých ciest tretej triedy a miestnych komunikácií
- slabá využiteľnosť kultúrnych a športových areálov
- nedostatok finančných prostriedkov na starostlivosť o pamiatky
- výrazná sezónnosť cestovného ruchu s prevahou letnej turistiky
- slabá spolupráca veľkých poskytovateľov služieb s menšími poskytovateľmi služieb

### 4.3 Príležitosti

- podpora malého a stredného podnikania s využitím dotácií
- dostatočne zvýhodnené územie
- optimalizovanie školskej siete
- podpora všetkých foriem odborného vzdelávania
- rekonštrukcia ciest tretej triedy a miestnych komunikácií
- zvýšenie podielu dlhodobej rekreácie
- zlepšenie turistickej image územia pomocou cielenej a spoločnej propagácie všetkých aktérov cestovného ruchu územia
- rozšírenie možností zimnej rekreácie
- spolupráca malých a stredných podnikateľov zabezpečujúcich ubytovacie, stravovacie a vinárske služby s miestnymi folklórnymi súbormi
- vytvorenie spoločnej ponuky produktov aktérov cestovného ruchu pre turistov, vrátane ich propagácie formou veľtrhov, internetovej komunikácie, rádia, televízie a letákmi
- spoločné zdieľanie informácií s ďalšími aktérmi cestovného ruchu
- finančná spoluúčasť aktérov cestovného ruchu na festivaloch a iných kultúrnych podujatiach

### 4.4 Hrozby

- zhoršenie životného prostredia zvyšujúcou sa automobilovou dopravou
- neprimerané rozširovanie zastavanej plochy CHKO Biele Karpaty

- narušenie krajinného rázu nevhodnými stavbami
- nízka produktivita práce a neochota sa prispôsobovať novým nárokom a technológiám
- vysoká nezamestanosť
- tvralý pokles investovania v oblasti obcí Strážnice a Petrov
- pokračujúce chátranie ciest tretej triedy a miestnych komunikácií
- znižovanie konkurencieschopnosti regiónu v oblasti cestovného ruchu
- zhoršujúci sa stav kultúrnych pamiatok a zariadení
- nedostatočné z kvalitňovanie základných a doprovdných služieb pre turistov
- nedostatočné využívanie potenciálu cestovného ruchu

## 5 METÓDA VÝZKUMU SIETÍ AKTÉROV CESTOVNÉHO RUCHU

Výzkumný problém tejto bakalárskej práce je založený na rastúcom význame, ktorý je prikladaný sieťam aktérov v problematike cestovného ruchu. Hlavným cieľom je teda zhodnotiť súčasný stav procesu sieťovania aktérov na vybranom modelovom území, ktoré je reprezentované občanmi Strážnice a Petrov. S ohľadom na charakter skúmanej problematiky bol kladený dôraz na kvalitatívne prístupy na báze štrukturovaných rozhovorov. Celkovo sa dá metodika výzkumu charakterizovať nasledujúcim spôsobom:

- Identifikácia relevantných aktérov a produktov cestovného ruchu záujmového územia realizovaná prostredníctvom prieskumu relevantných zdrojov informácií a priameho terénneho výzkumu
- Výber aktérov cestovného ruchu pre realizáciu štandardizovaného rozhovoru
- Vlastná realizácia štandardizovaného rozhovoru so zameraním na nasledujúce okruhy otázok. Použitý okruh otázok je obsahom Prílohy č. 1.

Štandardizovaný rozhovor bol realizovaný s využitím manuálu otázok, ktoré boli položené celkom šiestim aktérom cestovného ruchu zastupujúcim:

- Miestnu vinársku spoločnosť
- Menšie vinárske spoločnosti
- Miestny hotel
- Miestne menšie ubytovacie zariadenia
- Miestnu Akčnú skupinu Strážnicko zastupujúca verejnú správu
- Turistické informačné centrum

Cestovný ruch týchto dvoch obcí má významné predpoklady cestovného ruchu skryté jednak v miestnom folklóre a jednak v tradícii miestneho vína. Práve tieto predpoklady napomáhajú nielen vytvárať vlastný produkt cestovného ruchu, ale i špecifickou image územia. Cez výrazne obmedzený stupeň poznania aktivít aktérov cestovného ruchu na území sa dajú na základe realizovaných rozhovorov formulovať závery či hypotézy:

1. Činnosť aktérov cestovného ruchu v obciach Strážnice a Petrov skutočne naznačuje významný sieťový charakter spolupráce a to v rade oblastí zahrňujúcich tvorbu produktov



cestovného ruchu, dodavateľsko-odberateľské vzťahy, marketing či finančnej spolupráce. Siete tak skutočne hrajú zásadnú úlohu v oblasti rozvoja cestovného ruchu.

2. Výpovede respondentov naznačujú existenciu dvoch úrovní sietí, kedy jednu z nich tvoria najvýznamnejší producent vína a miestny hotel a druhou z nich menší vinári a menší prevádzkovatelia ubytovacích zariadení. Obe siete sú však propojené prostredníctvom aktivít folklórnych súborov a verejnej správy.
3. Za pozornosť stojí nízky význam prikladaní spolupráci s verejnou správou zo strany aktérov sietí veľkého producenta vína a miestneho hotelu. Naopak význam verejnej správy narastá najmä v prípade sietí menších vinárov a prevádzkovateľov ubytovacích zariadení a to prostredníctvom aktivít Místní akční skupiny.

Pre rozvoj cestovného ruchu obidvoch obcí je pritom vysoko žiadúce využiť všetky predpoklady v ponuke produktov cestovného ruchu dohromady a to v súlade s myšlienkou diverzifikácie produktu cestovného ruchu a spolupráce aktérov cestovného ruchu v rámci sietí. Rada produktov cestovného ruchu obidvoch obcí tento požiadavok skutočne spĺňa. Takto je Strážnica známa svojimi každoročnými folklórnymi festivalmi spojenými s ochutnávkami vín. Najznámnejší v tomto smere je každoročný Medzinárodný folklórny festival Strážnice.

## 6 SPOLUPRÁCA AKTÉROV CESTOVNÉHO RUCHU V ZÁUJMOVEJ OBLASTI

Táto kapitola zahrňuje hlavné poznatky získané prostredníctvom štrukturovaných rozhovorov s vybranými aktérmi cestovného ruchu v obciach Strážnice a Petrov.

### 6.4.1 Zámecké vinné sklepy Chateau Strážnice

Zámecké vinné sklepy Chateau Strážnice, ktorých vznik se datuje do 16. storočia, predstavujú najvýznamnejšieho producenta vína v zájmovom území. Cestovný ruch hrá v aktivitách spoločnosti významnú rolu, lebo turisti pôvodom mimo regiónu Strážnicka tvoria cca 40 % klientely. Za pozornosť stojí, že najčastejším návštevníkom vinných pivníc sú rodiny využívajúce miestne cyklistické chodníky. V reakcii na túto skutočnosť sú Zámecké vinné sklepy významným tvorcom produktov cestovného ruchu v regióne. Takto Zámecké vinné sklepy organizujú prehliadku najatraktívnejších destinácií Strážnicka zahŕňajúce zámok a skanzem v Strážnici, súbor ľudových stavieb Plže v Petrove či plavby po Baťovom kanále do Veselí nad Moravou. Prehliadky sú pritom spojené s ochutnávkou vín. Pri vytvorení produktov cestovného ruchu Zámecké vinné sklepy úzko spolupracujú najmä s:

- miestnymi folklórnymi súbormi,
- hotelom Strážnice.

Spolupráca s miestnymi folklórnymi súbormi je založená jednak na vytvorení spoločného produktu cestovného ruchu najmä formou vystúpení folklórnych súborov (tradične cimbálová hudba) na akciách spojených s ochutnávkou vín a jednak na odberateľsko-dodavateľských vzťahoch, kde Zámecké vinné sklepy vystupujú ako dodávateľ vína na folklórne festivaly. Konečne spolupráca medzi Zámeckými vinnými sklepami a miestnymi folklórnymi súbormi prebieha i vo finančnej rovine v podobe sponzorských príspevkov na folklórne akcie zo strany vinárskej spoločnosti. Spolupráca Zámeckých vinných sklepov s hotelom Strážnice je veľmi široká, lebo produkty cestovného ruchu sú ponúkané oboma aktérmi súčasne. Na tomto základe funguje i spoločný marketing, kde je preferovaná propagácia formou veľtrhov, internetovej komunikácie a až nakoniec letákmi. V rámci cestovného ruchu je pritom kladený vysoký dôraz na nemeckých turistov, ktorí tvoria rovnako významnú klientelu hotelu Strážnica. Poznamenejme, že spolupráca Zámeckých vinných sklepov a hotelu Strážnice prebieha výhradne v neformálnej rovine.

#### 6.4.2 Hotel Strážnica a drobné ubytovacie zariadenia

Hotel Strážnica je so svojimi 110 lôžkami najväčším poskytovateľom ubytovacích služieb v Strážnici a súčasne jediným ubytovacím zariadením ponúkajúci tak vysokú kapacitu lôžok. V oblasti cestovného ruchu sa hotel Strážnica orientuje najmä na nemeckú klientelu, ktorá tvorí cca 60 % ubytovaných hosťov. V rámci zájmového územia sa spolupráca hotelu Strážnica týká najmä:

- miestnych folklórnych súborov,
- najväčšie vinotéky oblasti, spoločnosti Zámecké vinné sklepy Chateau Strážnice,
- historické vinné pivnice Plže v Petrove.

V prípade miestnych folklórnych súborov je spolupráca orientovaná najmä na vytvorenie spoločnej ponuky produktov a informácií o zákazníkoch, kedy hotel poskytuje zľavnené ubytovanie a stravovanie účastníkom folklórnych akcií v zájmovom území. Súčasne spolupráca prebieha vo finančnej rovine formou priameho sponzorstva. Spolupráca s vinármi je orientovaná vo smere vytvorenia spoločnej ponuky produktov pre účastníkov cestovného ruchu, kedy hosťom hotelu sú ponúkané ochutnávky vín v rámci spolupracujúcich organizácií. Okrem toho hotel Strážnica spolupracuje s vinármi v oblasti spoločnej propagácie, najčastejšou formou účasti na veľtrhoch v Nemecku.

V zájmovom území obcí Strážnice a Petrov se ďalej nachádza veľký počet menších ubytovacích zariadení. V tomto smere stojí za pozornosť spomenúť, že hotel Strážnice nevnímá menšie ubytovacie zariadenia ako priamu konkurenciu a že väzby medzi týmito aktérmi cestovného ruchu na území sú len veľmi slabé. Celkovo sa ukazuje, že menší aktéri cestovného ruchu, reprezentovaní najmä malými vinármi, prevádzkovateľmi malých ubytovacích zariadení a opokovane folklórnymi súbormi, vytvárajú druhú sieť aktérov cestovného ruchu. Významnú úlohu pritom hrá ich členstvo v Místnej akčnej skupine Strážnicko. Rovnako táto sieť aktérov má vytvorenú svoju ponuku produktov cestovného ruchu, kedy najviac preferovanými atraktivitami sú Baťov kanál a lokalita Petrov-Plže v spojení s ochutnávkou vín a miestnou cimbálovou hudbou.

#### 6.4.3 Verejný sektor zastúpený Místnou akčnou skupinou

Miestna akčná skupina Strážnicko je občianske združenie, ktoré vzniklo v roku 2005 a združuje obce a aktívnych podnikateľov. Je vytvorených 10 programových rámcov tzv. Fishe. Projekty musia vychádzať z cieľov a zamerania Strategického plánu MAS a z Programu rozvoja venkova na roky

2007 – 2013. Hlavným cieľom MAS Strážnicko je realizácia strategického plánu a to formou sprostredkovania podpory projektov jednotlivých žiadateľov, ktorými môžu byť spolky, drobní podnikatelia, alebo obce. Ide o ciele ako je zlepšenie kvality života v dedinských oblastiach, obnova a rozvoj kultúrnych, spoločenských a športových činností súvisiace s témom (festivaly, slávnosti, ...), posilnenie miestneho ekonomického prostredia a zhodnotenia miestnej produkcie, rozvoj cestovného ruchu so zameraním na starostlivosť a ochranu životného prostredia, zachovanie a obnova kultúrneho dedičstva.

K realizácii strategických plánov MAS vypisuje jednotlivé výzvy k predkladaniu projektov do jednotlivých opatrení. Jednotliví žiadatelia odovzdajú projekty so žiadosťou o podporu v rozsahu predpísanými pravidlami Programu rozvoja venkova (PRV). Projekty sú následne zkontrolované a predané výberovej komisii MAS, ktorá následne bodovo ohodnotí a stanoví poradie žiadateľov. Všetky materiály sú po schválení posielané ku kontrole Štátnemu zemédělskému intervenčnému fondu (SZIF). Ktorý ešte raz prekontroluje projekt. Výsledkom je zmluva medzi žiadateľom a SZIF o poskytnutie dotácie z PRV. Potom, by mal žiadateľ zrealizovať a zaplatiť projekt z vlastných prostriedkov. Po ukončení projektu, by mal žiadateľ požiadať SZIF o preplatenie uznateľných nákladov a SZIF by mu mal poskytnúť prostriedky až do výšky schválenej dotácie. Avšak vo väčšine prípadoch žiadatelia narážajú na byrokratické problémy spojené s administráciou jednotlivých projektov. Zásadný problém je v dlhotrvajúcich schvaľovaniach projektov na SZIF. A tak mnohé projekty majú oneskorenia, niektoré sú úplne vylúčené. lebo výklad pravidiel je v plnej moci SZIF-u. Tieto skutočnosti vôbec nepomáhajú, ba dokonca demotivujú žiadateľov.

V Petrove, ale aj v Strážnici chýba zatiaľ turistická infraštruktúra na vyššej úrovni. Pomôcť by mal aj nový cezhraničný projekt 4CYKLOREGIO podaný MAS Strážnicko a DSO Strážnicko v roku 2008 v rámci OP Česko – Slovensko. Na projekte ďalej spolupracujú MAS Partnerství pre Záhorie, Subregión Podbranč, DSO Obce pre Baťov kanál, mesta Hodonín, Skalica a Holíč.

Projekt rieši vybudovanie jednotnej siete cyklistických chodníkov na území Strážnicka - obcí Sudoměřice, Petrov, Strážnice, Radějov, Tvarožná Lhota, Kněždub, Hroznová Lhota, Kozojídky, Žeraviny a Tasov, a to vo vedení diaľkových cyklotrás č. 47 Moravská cesta vedúca okolo Baťovho kanálu, č. 46 Beskydsko-Karpatská magistrála vychádzajúca zo Sudoměřic a vedúca v ose pohoria Bielych Karpát s priamym napojením na slovenskú stranu. Umiestnenie je situované tak, aby zahrnilo čo najviac vinnárskych a náúčných chodníkov.

Myšlienka spolupráce je obsiahnutá v samotnom fungovaní Miestnej akčnej skupiny Strážnicko, ktorá združuje veľký počet aktérov rozvoja územia. Takto v rámci hlavnej ideí Miestnej akčnej skupiny *Šetrný rozvoj vidieka vo vzťahu k cestovnému ruchu* MAS úzko spolupracuje so všetkými miestnymi folklórnymi združeniami, s miestnymi ubytovacími a stravovacími zariadeniami i s miestnymi zástupcami verejnej správy. Aktivity Miestnej akčnej skupiny však presahujú i hranice mikroregiónu napríklad prostredníctvom väzieb na národnú agentúru na podporu rozvoja cestovného ruchu CzechTourism. Oblasť spolupráce Miestnej akčnej skupiny zahŕňujú najmä:

- vytvorenie spoločnej ponuky produktov pre turistov ve spolupráci s ďalšími aktéry cestovního ruchu vrátane ich propagácie formou internetovej komunikácie, miestneho rozhlasu a letákmi,
- spoločné zdieľanie informácií s ďalšími aktérmi cestovného ruchu,
- finančná spoluúčasť na festivaloch a iných kultúrnych podujatiach.

Takto Miestna akčná skupina plní najmä koordinančnú a podpornú rolu v rámci sietí aktérov cestovného ruchu. Komunikácia s ostatnými aktérmi cestovného ruchu prebieha formou ako formálnych, tak neformálnych stretnutí. Viacmenej neformálna forma stretnutí v podobe prechádzok prírodou či účasti na samotných akciách cestovného ruchu sú preferované.

#### **6.4.4 Turistické informačné centrum Strážnice**

Najväčším zastrešovateľom informácií v Strážnici poskytovaných turistom je TIC – Turistické informačné centrum. TIC spolupracuje so všetkými aktérmi cestovného ruchu, či už sú to miestne folklórne skupiny, miestne ubytovacie a stravovacie zariadenia, s miestnymi zástupcami verejnej správy. Podľa TIC sú najčastejšími turistami (80%) práve český turisti a to rodiny s deťmi preferujúce cykloturistiku. Ostatných 20% tvoria zahraniční turisti hlavne z okolitých štátov jako je Slovensko a Rakúsko. A nie ako sa vyjadril veľký poskytovateľ či už ubytovacieho zariadenia, alebo vinárska spoločnosť, že najčastejšími zákazníkmi sú nemci vo veku 60 rokov (60% klientely), ktorí preferujú významnou mierou práve vinárske odvetvie spojené s folklórnou hudbou a tancom. TIC má vytvorenú veľkú škálu spoločnej ponuky propagačných produktov pre turistov, či už sú to kalendáre s kultúrnymi podujatiami, alebo mapy vyznačujúce kultúrne, historické a vinárske cesty, ale aj mapy s veľkými, ale aj menšími poskytovateľmi vinárskych, ubytovacích a stravovacích služieb. Ďalej nechýba propagácia cykloturistiky, vodnej turistiky, či pešej turistiky. Čo veľmi

chýba v ponuke balíčkov pre turistov sú podrobné propagačné materiály s folklórnymi súbormi, ktoré jednoznačne tvoria ráz a image obidvoch obcí.

## **7 MOŽNOSTI ROZVOJA CESTOVNÉHO RUCHU V OBCIACH STRÁŽNICE A PETROV**

Pre ďalší rozvoj záujmovej oblasti je jednoznačne treba využiť možnosti a potenciál v oblasti cestovného ruchu, pretože oblasť obcí, ale aj blízke okolie má silný prírodný a historický potenciál. Konkrétne projekty budú preto zamerané predovšetkým na cestovný ruch ako forma miestneho rozvoja.

### **7.1 Obnova sírnatého prameňa v Petrove**

V minulosti hral veľmi dôležitú úlohu v oblasti liečivých kúpeľov mikroregiónu práve Petrov kvôli liečivým vlastnostiam sírnatého prameňa. Kúpele fungovali do roku 1987. V dnešnej dobe sa na mieste kúpeľov nachádza už len samotný sírnatý prameň zakopaný pod zemou.

#### **7.1.1 Cieľ projektu**

Cieľom projektu je využitie prírodného potenciálu v podobe liečivého sírnatého prameňa, ktorý by slúžil nie len domácim návštevníkom, ale aj širokej verejnosti.

#### **7.1.2 Zámer**

Zámerom je skultúrniť okolie vyvierania prameňa a vybudovať menší kúpeľný objekt so zachovaním typického rázu obce, reprezentovanej hlavne vinnými pivnicami Plže.

#### **7.1.3 Náklady**

Náklady na celkovú rekonštrukciu a skultúrnenie najbližšie okolia prameňa by boli niekoľko sto tisíc korún.

#### **7.1.4 Financovanie**

- 40% obec Petrov
- 60% dotácie z Európskej únie

### **7.1.5 Prínos pre obec Petrov**

Hlavným prínosom by bolo zvýšenie atraktivity obce a taktiež zníženie sezónnosti cestovného ruchu v oblasti s možnosťou využívania prameňa aj v zimnom období.

## **7.2 Spoločná prezentácia obcí Petrov a Strážnice aktérmi cestovného ruchu**

Jeden z hlavných problémov rozvoja cestovného ruchu spočíva v slabej spoločnej reprezentácii územia samotnými aktérmi cestovného ruchu. Existencia dvoch druhov sietí aktérov nasvedčuje, že veľký poskytovatelia ubytovacích, stravovacích a vinárskych služieb nespolupracujú a nepredávajú si získané informácie s menšími poskytovateľmi týchto služieb.

### **7.2.1 Cieľ projektu**

Prvoradým cieľom je vytvorenie spoločnej ponuky produktov, ktorá je typická pre danú oblasť a je pre zákazníka komplexne atraktívnejšia.

### **7.2.2 Zámer projektu**

Zámerom je prilákanie aj tých najnáročnejších turistov, lebo spoločná ponuka služieb vie lepšie reagovať na potreby a prania jednotlivého turistu. Aktívne spoločné zastupovanie aktérov cestovného ruchu na veľtrhoch pod jednou značkou vybranými zástupcami zaručuje prísun najnovších informácií pre každého aktéra cestovného ruchu. Spoločná prezentácia územia prináša jednotlivým vystavovateľom zníženie finančných nákladov.

### **7.2.3 Náklady**

Náklady na vytvorenie spoločnej prezentácie oblasti cestovného ruchu by sa pohybovali v desiatkach tisíc korún, ale jednoznačne by bola nižšia, ak by prezentovali územie aktéry samostatne.

### **7.2.4 Financovanie**

30% obce Strážnice a Petrov

70% aktéri cestovného ruchu záujmovej oblasti



### **7.2.5 Prínos pre obce Strážnice a Petrov**

Zvýšenie aktravity a image obcí Strážnice a Petrov a taktiež aj samotných podnikateľských subjektov. Poskytovanie komplexnej ponuky, ktorá vie lepšie reagovať na potreby potenciálneho klienta.

## ZÁVER

Problematika sietí v súčasnosti predstavuje módný koncept štúdia problematiky cestovného ruchu. Spolupráca aktérov na území pri tvorbe jednotného produktu má potenciál priniesť všetkým aktérom sietí veľký počet výhod a celkovo sa javí ako vysoko žiadúca. Proces vytvárania sietí môže byť svojím charakterom samovoľný, alebo môže byť iniciovaný napr. činnosťou verejnej správy. V tomto smere je preto primárne nezbytné poznať súčasný stav spolupráce aktérov na území pre rozhodnutia o ďalších krokoch.

Táto Bakalárska práca prináša pokus o zmapovanie tohto stavu v modelovom území obcí Petrov a Strážnice. Cestovný ruch týchto dvoch obcí má významné predpoklady skryté jednak v miestnom folklóre a jednak v tradícii miestneho vína. Práve tieto predpoklady napomáhajú nielen vytvárať vlastný produkt cestovného ruchu, ale i špecifickou image územia. Cez výrazne obmedzený stupeň poznania aktivít aktérov cestovného ruchu na území sa dajú na základe realizovaných rozhovorov formulovať závery či hypotézy pre ďalšie overovanie:

- Činnosť aktérov cestovného ruchu v obciach Strážnice a Petrov skutočne naznačuje významný sieťový charakter spolupráce a to v rade oblastí zahrňujúcich tvorbu produktov cestovného ruchu, dodavateľsko-odberateľské vzťahy, marketing či finančnej spolupráce. Siete tak skutočne hrajú zásadnú úlohu v oblasti rozvoja cestovného ruchu.
- Výpovede respondentov naznačujú existenciu dvoch úrovní setí, kedy jednu z nich tvoria najvýznamnejší producent vína a miestny hotel a druhou z nich menší vinári a prevádzkovatelia ubytovacích zariadení. Obe siete sú však propojené prostredníctvom aktivít folklórnych súborov a verejnej správy.
- Za pozornosť stojí nízky význam prikladaný spolupráci s verejnou správou zo strany aktérov sietí veľkého producenta vína a miestneho hotelu. Naopak význam verejnej správy narastá najmä v prípade sietí menších vinárov a prevádzkovateľov ubytovacích zariadení a to prostredníctvom aktivít Miestnej akčnej skupiny.

**SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY**

- [1] ČECH, J. *Malá encyklopedie cestovního ruchu*. Praha: IDEA SERVIS, 1998. ISBN 1866-041-98.
- [2] FORET, M., FORETOVÁ, V. *Jak rozvíjet místní cestovní ruch*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2001. 180 s. ISBN 80-247-0207-X.
- [3] KIRÁLOVÁ, A. *Marketing: destinace cestovního ruchu*. 1. vyd. Praha : Ekopress, 2003. 173 s. ISBN 80-86119-56-4.
- [4] Kolektiv autorov. *Bílé Karpaty: turistický průvodce*. Uherské Hradiště: L.V.Print, 1999. ISBN 80-238-8472-7.
- [5] KOPŠO, E., BAXA, Š., Gúčik, M. *Ekonomika cestovného ruchu*. Bratislava : Slovenské pedagogické nakladateľstvo, 1979. 237 s.
- [6] Medlika, S. *Dictionary of Travel, Tourism and Hospitality, Butterworth Heinemann*. Veľká Británia, 1996. 317 s. ISBN 0750628642.
- [7] PÁSKOVÁ, M. *Udržitelnost rozvoje cestovního ruchu*. 2. vyd. Hradec Králové : Gaudeamus, 2009. 298 s. ISBN 978-80-7435-006-1.
- [8] PÁSKOVÁ, M. *Udržitelnost rozvoje cestovního ruchu*. 1.vyd. Hradec Králové : Gaudeamus, 2008. ISBN 978-80-7041-658-7.
- [9] PÁSKOVÁ, M., ZELENKA, J. *Výkladový slovník cestovního ruchu*. Praha : Ministerstvo promístní rozvoj, 2002. 448 s. ISBN 80-239-0152-4.
- [10] RYGLOVÁ, K. *Cestovní ruch : soubor studijních materiálů*. Vyd. 3., rozš. Ostrava : Key Publishing, 2009. 187 s. ISBN 978-80-7418-028-6.
- [11] VANHOVE, N. *The Economics of Tourism Destinations*. Burlington : Elsevier, 2005. 251 s. ISBN 0750666374.
- [12] ZOUIAN, G.S. *Heritage, Art and Economics*. Nepublikovaný příspěvek přednesený na konferencii The Tourist Historic City. Bruges, 2002. 25 str.

**Internetové zdroje:**

- [1] Obec Petrov u Hodonína [online]. [cit. 2005-05-19]. Dostupný z www:  
<<http://www.tvarozna-lhota.cz/>>.
- [2] MAS Strážnicko[online]. [cit. 2005-05-19]. Dostupný z www:  
<<http://www.straznicko-mas.cz/>>.
- [3] Ředitelství silnic a dálnic ČR [online]. [cit.2011-05-19]. Dostupný z www:  
<<http://www.rsd.cz/>>.
- [4] Strážnice [online]. [cit. 2005-05-19]. Dostupný z www:  
<<http://www.straznice-mesto.cz/>>.
- [5] Strážnicko [online]. [cit. 2005-05-19]. Dostupný z www:  
<<http://www.straznicko.cz/>>.

**SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK**

CHKO Chráněná krajinná oblast

MAS Místní akční skupina

PRV Program rozvoja venkova

SZIF Štátny zemědělský intervenčný fond

TIC Turistické informačné centrum

WTO World Tourism Organisation – Svetová Turistická organizácia.

## SEZNAM TABULEK

Tabulka 1: Najvýznamnejšie kultúrno-vinárske akcie v Strážnici a Petrove

Tabulka 2: Hlavní aktéry cestovného ruchu v Strážnici a Petrove

## SEZNAM PRÍLOH

Príloha P I: Manuál otázok výzkumu sietí aktérov cestovného ruchu

# **PŘÍLOHA P I: MANUÁL OTÁZOK VÝZKUMU SIETÍ AKTÉROV CESTOVNÉHO RUCHU**

## **1. Historie aktéra**

1. Kdy začaly Vaše současné aktivity a co bylo hlavní motivací v tomto směru? Je původ zakladatele instituce spojen s místem?
2. Na jaký produkt se zaměřujete? Pro koho je tento produkt zejména určen, pro místní občany nebo turisty? Odhadněte prosím podíl turistů ve struktuře Vašich zákazníků.
3. Kdo je podle Vašeho názoru Vaším typickým zákazníkem z hlediska věku, pohlaví, rodiny, příjmu?
4. Odkud pochází turisté, jde i zahraniční návštěvníky?
5. Jaké způsoby propagace Vašeho produktu využíváte? Který z nich považujete za nejlepší?

## **2. Spolupráce a vztahy uvnitř sítě**

6. Spolupracujete s dalšími aktéry cestovního ruchu v místě? Vyjádřete se prosím k existenci Vaší spolupráce v oblasti cestovního ruchu s a jak dlouho taková spolupráce probíhá:
  - a) místními folklórními institucemi
  - b) s místními ubytovacími a stravovacími zařízeními
  - c) s místními zástupci veřejné správy
  - d) s aktéry cestovního ruchu veřejné správy působící mimo obec (např. krajský úřad, CzechTourism)
  - e) s operátory cestovního ruchu mimo obec (např. součást širší nabídky turistických pobytů pro zahraniční zákazníky)
7. Uveďte, jakých oblastí se Vaše spolupráce týká? Vyjádřete se prosím k oblastem spolupráce v rámci:
  - vytvoření společné nabídky produktů pro turisty (např. společné akce, společné balíčky produktů nabízené turistům, spolupráce ubytovacími a stravovacími zařízeními)
  - odběratelsko-dodavatelských vztahů (aktéři cestovního ruchu místa/regionu jsou odběratelé produkce),
  - společného sdílení vstupů (např. společný nákup vstupů),



- společného sdílení informací (např. o zákaznících, novinkách v oblasti)
- finanční spoluúčast
- společného marketingu a propagace (společné logo, prezentace, lobbying)
- jiné

Kterou z oblastí spolupráce považujete za nejvíce významnou?

8. Jakým způsobem probíhá komunikace s dalšími aktéry cestovního ruchu v místě? Jaký význam přikládáte neformálním setkáním? Myslíte si, že si aktéři v místě důvěřují natolik, že důvěra může nahradit formální smlouvy?
9. Považujete další aktéry cestovního ruchu za přímé konkurenty v prodeji svých výrobků? V případě, že ano, funguje tento konkurenční vztah jako motivační prvek pro Vaše aktivity?