

# **Projekt vybudování naučné stezky v obci Horní Bečva**

Bc. Tereza Krupová

---

Diplomová práce  
2020



Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně  
Fakulta managementu a ekonomiky

---

Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně  
Fakulta managementu a ekonomiky  
Ústav managementu a marketingu

Akademický rok: 2019/2020

## ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE (projektu, uměleckého díla, uměleckého výkonu)

Jméno a příjmení: **Bc. Tereza Krupová**  
Osobní číslo: **M18205**  
Studijní program: **N6208 Ekonomika a management**  
Studijní obor: **Management a marketing**  
Forma studia: **Prezenční**  
Téma práce: **Projekt vybudování naučné stezky v obci Horní Bečva**

### Zásady pro vypracování

#### Úvod

Definujte cíle práce a použité metody zpracování práce.

#### I. Teoretická část

- Zpracujte teoretická východiska zaměřená na cestovní ruch.

#### II. Praktická část

- Popište a analyzujte současnou situaci turistického ruchu v obci Horní Bečva.
- Navrhněte projekt vybudování naučné stezky v obci Horní Bečva.
- Projekt podrobte časové, nákladové a rizikové analýze.

#### Závěr

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

**Seznam doporučené literatury:**

- CANDELA, Guido a Paolo FIGINI. *The economics of tourism destinations*. Berlin: Springer, c2012, 616 s. ISBN 9783642208737.  
GOELDNER, Charles R. a J. R. Brent RITCHIE. *Cestovní ruch: principy, příklady, trendy*. Brno: BizBooks, 2014, 545 s. ISBN 9788026502982.  
KOTÍKOVÁ, Halina a Eva SCHWARTZHOFFOVÁ. *Cestovní ruch*. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2017, 154 s. ISBN 9788024451893.  
KOTLER, Philip, John T. BOWEN, James C. MAKENS a Seyhmus BALOGLU. *Marketing for hospitality and tourism*. Seventh edition. Harlow: Pearson Education Limited, 2017, 680 s. ISBN 9781292156156.

Vedoucí diplomové práce: **Mgr. Jan Kramoliš, Ph.D.**  
Ústav ekonomie

Datum zadání diplomové práce: **6. ledna 2020**  
Termín odevzdání diplomové práce: **21. dubna 2020**

L.S.

---

**doc. Ing. David Tuček, Ph.D.**  
děkan

---

**Ing. Jiří Bejtkovský, Ph.D.**  
ředitel ústavu

Ve Zlíně dne 6. ledna 2020

## PROHLÁŠENÍ AUTORA BAKALÁŘSKÉ/DIPLOMOVÉ PRÁCE

### Prohlašuji, že

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

### Prohlašuji,

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

Ve Zlíně                      2.6.2020

Jméno a příjmení: Tereza Krupová

.....  
podpis diplomanta

## **ABSTRAKT**

Předmětem této práce je vytvořit projekt, jehož cílem je rozšíření volnočasových aktivit v obci Horní Bečva o naučnou stezku. Na základě zjištění současného stavu socioekonomické analýzy obyvatel, předpokladů cestovního ruchu a dotazníkového šetření byl vytvořen projekt, který se opírá o výsledky analýz a názor respondentů. Zjištěné výsledky byly následně shrnuty za pomoci analýzy silných a slabých stránek, příležitostí a hrozeb obce Horní Bečva.

V práci bylo navrženo řešení, které umožňuje vybudování naučné stezky v obci a může posloužit jako podklad pro podání projektové žádosti při snaze získat finanční prostředky z některých nabízených dotačních titulů. Celý projekt je podroben časové, nákladové a rizikové analýze. Přínosem této práce je využití potenciálu obce Horní Bečva pro rozvoj místního turismu a vyšší atraktivitu oblasti.

Klíčová slova: naučná stezka, projekt, obec Horní Bečva, bájná postava, cestovní ruch

## **ABSTRACT**

The subject of this work is to create a project, the aim of which is to expand leisure activity options in the village of Horní Bečva by a nature trail. The project is grounded in the findings on the current state of socio-economic analysis of the population, tourism assumption and a questionnaire survey. It is based on the results of analyses and the opinions of respondents. The results were summarized using an analysis of strengths and weaknesses, opportunities and threats to the village of Horní Bečva.

The work proposes a solution that allows the construction of an educational trail in the village and can serve as a basis for submitting a project application to obtain funding from some of the offered grant titles. The whole project was assessed using a time, cost and risk analysis. The contribution of this work is better use of the potential of the village Horní Bečva for the development of local tourism and attractiveness of the tourist destination.

Keywords: Nature Trail, Project, the Village of Horní Bečva, Mythic Figure, Tourism

V této části práce bych ráda poděkovala Mgr. Janu Kramolišovi, Ph.D. za jeho odbornou pomoc, rady a připomínky, trpělivost a přístup k vedení mé diplomové práce.

Mé díky také patří manželům Bártkovým, Danielovi a Tereze, za jejich ochotu pomoci, nápady a činnosti, kterými přispívají kulturnímu a společenskému životu v obci Horní Bečva. Dále bych ráda poděkovala panu Bc. Rudolfovi Bernátovi, starostovi obce Horní Bečva, a jeho manželce za vstřícný přístup a poskytnutí potřebných informací a doporučení.

Také děkuji své rodině a přátelům za poskytnutí nezbytných podmínek pro práci a veškerou podporu a trpělivost v průběhu celého studia. Děkuji.

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

# OBSAH

<b>ÚVOD</b> .....	<b>10</b>
<b>CÍLE A METODY ZPRACOVÁNÍ PRÁCE</b> .....	<b>11</b>
<b>I TEORETICKÁ ČÁST</b> .....	<b>12</b>
<b>1 ZÁKLADNÍ VYMEZENÍ A DEFINICE CESTOVNÍHO RUCHU</b> .....	<b>13</b>
1.1    DEFINICE CESTOVNÍHO RUCHU .....	13
1.2    KLASIFIKACE CESTOVNÍHO RUCHU.....	14
1.2.1    Druhy cestovního ruchu .....	14
1.2.2    Formy cestovního druhu .....	15
1.3    PŘEDPOKLADY CESTOVNÍHO RUCHU .....	16
1.3.1    Lokalizační faktory .....	16
1.3.2    Stimulační faktory .....	16
1.3.3    Realizační podmínky.....	16
1.3.4    Rajonizace .....	17
1.4    FAKTORY OVLIVŇUJÍCÍ CESTOVNÍ RUCH.....	17
<b>2 MARKETING CESTOVNÍHO RUCHU</b> .....	<b>20</b>
2.1    MARKETINGOVÝ MIX V CESTOVNÍM RUCHU .....	20
2.1.1    Segmentace trhu .....	21
2.2    ATRAKTIVITA TURISTICKÉ DESTINACE .....	22
2.3    MARKETINGOVÁ KOMUNIKACE V CESTOVNÍM RUCHU .....	22
2.4    MARKETING MĚST A OBCÍ .....	25
2.4.1    Typologie měst a obcí .....	26
2.4.2    Marketingové prostředí obce.....	27
2.4.3    Marketingový mix obce .....	27
<b>3 NAUČNÁ STEZKA</b> .....	<b>30</b>
3.1    TYPOLOGIE NAUČNÝCH STEZEK .....	31
3.2    ZNAČENÍ NAUČNÝCH STEZEK .....	32
3.3    ÚDRŽBA NAUČNÝCH STEZEK.....	32
<b>4 DOTAZNÍKOVÉ ŠETŘENÍ</b> .....	<b>33</b>
4.1    CÍLE DOTAZNÍKOVÉHO ŠETŘENÍ .....	33
4.2    TVORBA DOTAZNÍKOVÉHO ŠETŘENÍ .....	33
4.2.1    Typy otázek .....	34
4.2.2    Délka dotazníku .....	34
4.3    ČLENĚNÍ DOTAZNÍKU .....	35
4.3.1    Sběr dat.....	36
4.3.2    Vyhodnocení a interpretace výsledků .....	36
<b>5 SWOT ANALÝZA</b> .....	<b>38</b>

<b>SHRNUTÍ POZNATKŮ Z TEORETICKÉ ČÁSTI.....</b>	<b>40</b>
<b>II PRAKTICKÁ ČÁST .....</b>	<b>41</b>
<b>6 ANALÝZA OBCE HORNÍ BEČVA .....</b>	<b>42</b>
6.1 HISTORIE OBCE.....	42
6.2 POLOHA OBCE HORNÍ BEČVA .....	42
6.2.1 Rajonizace .....	43
6.3 ANALÝZA PŘEDPOKLADŮ CESTOVNÍHO RUCHU V OBCI HORNÍ BEČVA .....	43
6.3.1 Selektivní podmínky .....	43
6.3.2 Lokalizační podmínky.....	47
6.3.3 Realizační podmínky.....	51
6.4 ANALÝZA NÁVŠTĚVNOSTI ZLÍNSKÉHO KRAJE .....	55
<b>7 ANALÝZA NAUČNÝCH STEZEK V OKOLÍ .....</b>	<b>57</b>
<b>8 DOTAZNÍKOVÉ ŠETŘENÍ .....</b>	<b>60</b>
8.1 VYHODNOCENÍ DOTAZNÍKOVÉHO ŠETŘENÍ.....	60
8.2 ZÁVĚRY DOTAZNÍKOVÉHO ŠETŘENÍ.....	66
<b>9 SWOT ANALÝZA .....</b>	<b>67</b>
<b>10 SHRNUÍ ANALYTICKÉ ČÁSTI .....</b>	<b>70</b>
<b>11 PROJEKT NAUČNÉ STEZKY V OBCI HORNÍ BEČVA .....</b>	<b>71</b>
11.1 CÍLE PROJEKTU .....	71
11.2 CÍLOVÉ SKUPINY PROJEKTU.....	72
11.3 NÁVRH PROJEKTOVÉ ŽÁDOSTI.....	73
11.4 PŘEDSTAVENÍ NAUČNÉ STEZKY „PO STOPÁCH ŠPÍRKA“ .....	74
11.5 CHARAKTERISTIKA JEDNOTLIVÝCH STANOVIŠŤ NAUČNÉ STEZKY .....	75
11.5.1 Popis stanoviště a informační tabule.....	76
11.5.2 Okruh 1 – Bobišek .....	76
11.5.3 Okruh 2 – Přehrada .....	77
11.5.4 Okruh 3 – Kudlačena .....	78
11.5.5 Okruh 4 – Grapa.....	79
11.6 NÁVRH KONKRÉTNÍCH NÁSTROJŮ MARKETINGOVÉ KOMUNIKACE.....	79
<b>12 ČASOVÁ ANALÝZA PROJEKTU.....</b>	<b>82</b>
<b>13 NÁKLADOVÁ ANALÝZA PROJEKTU .....</b>	<b>87</b>
<b>14 RIZIKOVÁ ANALÝZA PROJEKTU.....</b>	<b>93</b>
14.1 ZÁVĚREČNÉ SHRNUÍ PROJEKTU .....	96
<b>ZÁVĚR .....</b>	<b>98</b>
<b>SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY.....</b>	<b>99</b>
<b>SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK.....</b>	<b>105</b>
<b>SEZNAM OBRÁZKŮ .....</b>	<b>106</b>



<b>SEZNAM TABULEK.....</b>	<b>107</b>
<b>SEZNAM PŘÍLOH.....</b>	<b>108</b>

## ÚVOD

Cestovní ruch je nedílnou součástí společnosti. V současné době stále více roste zájem o trávení dovolené v tuzemsku. Jednou z oblíbených destinací České republiky je oblast Beskyd. Lidem, kteří pro své odreagování preferují především aktivní formu odpočinku před pasivní, nabízí oblast Beskyd navíc přidanou hodnotu v podobě všudypřítomné snahy o zachování Valašských tradic a kultury. Ke zatraktivnění území a podpoře domácího turismu může také napomoci naučná stezka, která návštěvníkovi přinese mimo aktivního pohybu také nové informace.

Podstatou diplomové práce je navržení projektu naučné stezky v obci Horní Bečva s cílem rozšíření volnočasových aktivit v obci.

Diplomová práce je rozdělena na dvě hlavní části – teoretickou a praktickou. Ze všeho nejdříve bude vypracována formou literární rešerše teoretická část, týkající se především problematiky cestovního ruchu a marketingu cestovního ruchu. Zpracován bude také pojem naučné stezky. Závěr teoretické části bude patřit objasnění dvou metod použitých v praktické části – dotazníkové šetření a SWOT analýza.

Pro praktickou část je nutné nejprve zpracovat vstupní analýzu, která si bude klást za cíl objasnit důvod zvolení si obec Horní Bečvu pro připravující projekt naučné stezky. Nejprve bude provedena analýza polohy obce Horní Bečva. Následně tyto informace budou rozšířeny o analýzu předpokladů cestovního ruchu v obci – je možné se dočíst o obyvatelstvu obce, přírodních podmínkách obce, ale také jsou zde shromážděny informace o kulturních a sportovních možnostech obce. Zmíněny budou také naučné stezky v okolí. Následně bude provedeno vlastní dotazníkové šetření se záměrem zjištění zájmu o novou naučnou stezku v obci Horní Bečva. Analytická část bude shrnuta pomocí analýzy silných a slabých stránek, příležitostí a hrozeb obce Horní Bečva.

Na základě získaných skutečností bude v další kapitole praktické části vytvořen samotný návrh projektu naučné stezky. Projekt bude tematicky zaměřen na bájně postavy, o kterých v oblasti Beskyd existuje několik pověstí a legend. Cílových skupin projektu je několik, přičemž tou nejpodstatnější jsou rodiny s dětmi. V návaznosti na cílové skupiny budou vytvořeny 4 okruhy, na kterých bude celkem 16 zastavení = bájných postav. Součástí projektu bude i grafický návrh informační tabule.

V rámci projektu bude vymezena časová, nákladová a riziková analýza.

## CÍLE A METODY ZPRACOVÁNÍ PRÁCE

Hlavním cílem diplomové práce je rozšířit volnočasové aktivity v obci Horní Bečva o naučnou stezku. Stanovený cíl dále doprovázejí dílčí cíle, kterými jsou – navržení postupů tvorby naučné stezky, rozvoj pěší/cyklo turistiky v oblasti, podpora domácího cestovního ruchu a zvýšení návštěvnosti obce.

Stanovený cíl by měl být naplněn pomocí prostudování odborné literatury z oblasti zaměřené na cestovní ruch a tvorbu naučné stezky. Tyto poznatky jsou nezbytnou částí k porozumění dané problematice a následného analyzování a vytváření projektu naučné stezky.

Analytická část je zaměřena na analýzu současné situace turistického ruchu v obci Horní Bečva a na potenciál obce, jakožto vhodného místa pro realizaci projektu naučné stezky. Pro vypracování analytické části bude použito primárních i sekundárních dat. Primární data vzejdou z vlastního dotazníkového šetření zaměřeného na zájem o vybudování naučné stezky a distribuovaného za pomoci elektronického i tištěného dotazníku v období od 18.12.2019 do 31.1.2020. Sekundární data budou použita ze socioekonomické analýzy obce Horní Bečva a z dalších elektronických zdrojů, zejména pak z webových stránek obce Horní Bečva a z dat Českého statistického úřadu. Další metodou použitou v analytické části je SWOT analýza, díky které budou formulovány silné a slabé stránky a také příležitosti a hrozby související s obcí Horní Bečva.

Závěry získané z analytické části budou následně použity jako podklad pro vytvoření projektu tematicky zaměřené naučné stezky s cílem rozšíření volnočasových aktivit v obci. Pro rozdělení jednotlivých pracovních kompetencí členů týmu bude v rámci sestavení matice odpovědnosti využit princip RACI. Vypracovaný projekt bude následně podroben časové analýze, kde bude použita metoda kritické cesty – CPM, a dále pak nákladové a rizikové analýze.

## **I. TEORETICKÁ ČÁST**

## 1 ZÁKLADNÍ VYMEZENÍ A DEFINICE CESTOVNÍHO RUCHU

Úvodní kapitola se zaměřuje na vymezení základních teoretických poznatků z oblasti cestovního ruchu – definování cestovního ruchu, typologie cestovního ruchu a další pojmy z této oblasti. V posledních letech se jedná o velmi významnou a rozvíjející se oblast jak v České republice, tak v zahraničí. Je možné ho považovat za jakýsi fenomén současné doby odrážející životní styl a volný čas obyvatelstva.

Oblast cestovního ruchu se významnou částí podílí na hrubém domácím produktu (dále HDP) České republiky. V roce 2014 se cestovní ruch podílel na HDP 2,8 %. O čtyři roky později představoval tento podíl 2,9 % HDP. V roce 2018 pracovalo v oblasti cestovního ruchu 240,6 tisíc osob, z čehož vyplývá, že každý dvaadvacátý Čech byl zaměstnán v oblasti cestovního ruchu. V témže roce čeští občané více cestovali po tuzemsku – konkrétně provedli 86 milionů cest v tuzemsku a 13 milionů cest do zahraničí. (Satelitní účet cestovního ruchu, ©2020; Vajčnerová a Ryglová, 2017, s.16)

### 1.1 Definice cestovního ruchu

Cestovní ruch se stal bezesporu součástí dnešní společnosti. Lidé cestují do práce, na dovolenou, na služební cesty a z mnoha dalších důvodů. V současné době je možné nalézt nepřehledné množství definic popisující cestovní ruch, a to jak v odborné literatuře, tak i v elektronických zdrojích. Každý autor se snaží podat co nejpřesnější znění definice, avšak její význam se může lišit tím, v jaké době, situaci a při jakých aktuálních potřebách obyvatel byla sepsána. (Indrová a kol., 2009 s. 7-10)

Cestovní ruch je považován za široký pojem a neexistuje na něj jednotná definice. Každý z autorů zabývající se cestovním ruchem má na něj svůj vlastní pohled.

Například Jakubíková (2012, s. 18) chápe cestovní ruch jako pohyb osob mimo jejich vlastní prostředí do míst, která jsou vzdálená od místa jejich bydliště, za různými účely. Výjimku však tvoří migrace a výkon normální denní práce.

Palatková a Zichová (2014, s. 11) pohlížejí na cestovní ruch jako na složitý socioekonomický jev zasahující do celé řady ekonomických i mimoekonomických (například sociálních, psychologických, geografických nebo ekologických) oblastí dané společnosti. Dá se říct, že složitost přesné definice přisuzují mnohostrannosti a průřeznosti tohoto oboru.

Publikace od autorů Goldnera a Ritchieho (2014, s. 6) a Candely a Figiniho (2012, s. 25-28) blíže přibližují definici cestovního ruchu podle Světové organizace cestovního

ruchu (UNWTO – United Nations World Tourism Organization). Naformulována byla na mezinárodní konferenci o statistice v oblasti cestování a cestovního ruchu v kanadské Ottawě v roce 1991 a poté v roce 1993 oficiálně přijata. Oficiální definice zní: „*Cestovní ruch zahrnuje aktivity osob cestujících do míst či přebývajících v místech, která se nacházejí mimo jejich obvyklé prostředí, a to ne déle než jeden rok, za účelem dovolené, pracovních závazků či z jiných důvodů.*“. Obvyklým prostředím se v tomto případě myslí takové, které zahrnuje cesty rutinního charakteru – například se do cestovního ruchu nezahrnují studenti či pracovníci dojíždějící denně za svými aktivitami nebo také lidé, kteří jdou nakupovat, či navštívit své rodiny.

## 1.2 Klasifikace cestovního ruchu

Cestovní ruch lze různě kategorizovat do blíže specifikovaných oblastí dle typických znaků. V odborné literatuře se lze setkat se členěním cestovního ruchu na druhy a formy. **Druhy cestovního ruchu** člení turismus podle motivu účasti na něm (např. rekreační, kulturně poznávací aj.). **Formy cestovního ruchu** se zase zaměřují na vymezení cestovního ruchu podle určitých podmínek, ve kterých se cestovní ruch uskutečňuje – například krátkodobý, organizovaný turismus a jiné formy. (Kotíková a Schwartzhoffová, 2017, s. 13 cit. dle Hesková, 2006)

Mezi těmito hledisky členění však v praxi dochází k prolínání. Navíc zde existuje rozpor mezi autory odborné literatury v tom, co je pokládáno za druh a co za formu. Například Indrová a kol. (2009, s. 18-20) má na vymezení druhů a forem cestovního ruchu opačný náhled. Často tedy v odborných literaturách dochází k upuštění od této kategorizace a bývá zaměřeno na jednotlivá hlediska, která charakterizují účastníka cestovního ruchu – například místo realizace, převažující motiv, vztah k platební bilanci státu, věk účastníků a podobně.

### 1.2.1 Druhy cestovního ruchu

Ve většině případů neexistuje druh cestovního ruchu v samostatné formě, ale jedná se o kombinaci několika druhů. Například lázeňský cestovní ruch je doprovázen společenským cestovním ruchem a podobně.

**Rekreační cestovní ruch** – turismus zaměřený především na odpočinek a na obnovu fyzických a duševních sil člověka. Je často realizován ve vhodném rekreačním prostředí. Pasivní forma odpočinku je doprovázena různými rekreačními aktivními činnostmi jako jsou

například procházky, jízda na kole, jízda na koni, chataření a jiné. Může mít podobu individuální nebo rodinné rekreace.

**Kulturně poznávací cestovní ruch** – jedná se o cestovní ruch, který se orientuje na poznávání kultury, historie, tradic a zvyklostí vlastního či cizího národa. Jeho funkce je převážně výchovně vzdělávací a napomáhá k rozšíření kulturně společenského rozhledu obyvatelstva. Patří zde převážně návštěva hradů a zámků, památek, galerií, muzeí a různých kulturních akcí.

**Sportovní cestovní ruch** – krátkodobé či dlouhodobé pobyty orientující se na aktivní vykonávání různých sportovních činností. Dále se člení dle druhu sportu například na vysokohorskou turistiku, cykloturistiku, vodní turistiku a mnoho dalších. Lze zde zařadit i pasivní účast na různých sportovních akcích.

**Lázeňský cestovní ruch** – je turismem, při němž lidé ve svém volném čase podstupují zdravotně-preventivní či léčebné činnosti pod odborným zdravotnickým dohledem. Lázeňská léčba využívá přírodní léčivé zdroje a rozvoj turismu v této oblasti je tedy podnícen existencí přírodního léčivého zdroje (voda, bahno, klima).

**Zdravotní cestovní ruch** – orientovaný na zdravotní prevenci, rehabilitaci, rekonvalescenci nebo léčení následků nemocí v rámci pobytu v lázních nebo jiných střediscích se zdravotním prostředím. V moderní době se do zdravotního cestovního ruchu zařazuje i wellness, fitness, beauty, jejichž cílem je pohoda a péče o tělo.

Dále se zde zařazuje: náboženský cestovní ruch, obchodní cestovní ruch, společensky orientovaný cestovní ruch, dobrodružný cestovní ruch, specificky orientovaný cestovní ruch, cestovní ruch orientovaný na poznání přírodního prostředí a další.

(Hesková, 2011, s. 19-24; Indrová a kol., 2009, s. 18-20; Pourová, 2010, s. 11-12)

### 1.2.2 Formy cestovního druhu

Mezi další hlediska rozlišování cestovního ruchu patří:

- **členění dle ročního období** – celoroční, mimosezónní, sezónní cestovní ruch;
- **členění dle místa realizace** – domácí, zahraniční (příjezdový a výjezdový), mezinárodní, národní, regionální cestovní ruch;
- **členění dle počtu účastníků** – individuální, skupinový, masový, ekologický cestovní ruch;

- **členění dle věku účastníků** – cestovní ruch dětí, mládežnický, rodinný, seniorský;
- **členění dle způsobu organizování** – individuální cesty, organizovaný zájezd či pobyt, klubový cestovní ruch;
- **členění podle délky pobytu** – krátkodobý a dlouhodobý cestovní ruch.

Dalšími formami mohou být: členění dle převažujícího místa pobytu, dle použitého dopravního prostředku, členění ze sociologického hlediska, z hlediska dynamiky, dle způsobu financování a jiné formy.

(Candela a Figini, c2012, s. 28-30; Hesková, 2011, s. 25-34; Kotíková a Schwartzhoffová, 2017, s. 15-19)

### **1.3 Předpoklady cestovního ruchu**

Rozvoj cestovního ruchu ovlivňují následující faktory – lokalizační faktory, selektivní (neboli stimulační) faktory, realizační podmínky a rajonizace. (Ryglová, 2009, s. 26)

#### **1.3.1 Lokalizační faktory**

Lokalizační faktory rozhodují o funkčním využití daných oblastí pro cestovní ruch. Rozlišují se podmínky přírodního charakteru zahrnující přírodní podmínky a atraktivitu, klimatické poměry, hydrologické poměry, reliéf, flóru a faunu. Další podmínky jsou společenského charakteru, kde se řadí například kulturní zařízení, kulturně historické památky různého typu, sportovní atraktivitu a akce a další. (Pourová, 2010, s. 14; Ryglová, 2009, s. 28)

#### **1.3.2 Stimulační faktory**

Zahrnují způsobilost konkrétní země podílet se pasivně či aktivně na cestovním ruchu. Rozlišují se objektivní a subjektivní předpoklady. Do objektivní skupiny faktorů se dají zařadit politické, ekonomické, demografické, ekologické, administrativní, sociální a materiálně-technické podmínky. Subjektivními předpoklady jsou myšleny různé psychologické faktory jako jsou ovlivnění propagace, módnost či motivace. (Pourová, 2010, s. 14-15; Ryglová, 2009, s. 26-27)

#### **1.3.3 Realizační podmínky**

Jsou důležitými předpoklady v konečné fázi uskutečnění určitého druhu cestovního ruchu. Jsou zde zahrnuty faktory jako doprava (hustota, kvalita, bezpečnost) a její druh, možnost



ubytování, stravování, rekreační a sportovní zařízení nebo také cestovní kanceláře. (Pourová, 2010, s. 15-16; Ryglová, 2009, s. 28)

#### **1.3.4 Rajonizace**

Rajonizací se rozumí rozčlenění území dle jeho předpokladů pro možnost rekreace a rozvoj cestovního ruchu. Území jsou dělena podle vhodnosti/nevhodnosti přírodních podmínek pro rekreaci. Česká republika je rozdělena do 47 územních jednotek, které se liší svým významem, vhodností a časovou využitelností cestovního ruchu. (Ryglová, 2009, s.29)

Pro potřeby statistiky, posuzování a hodnocení potřebnosti regionů se v Evropské unii používá územní statistická jednotka – NUTS (neboli Nomenklatura územních statistických jednotek). Pro potřeby České republiky vypracoval Český statistický úřad klasifikaci územních statistických jednotek CZ-NUTS, která obsahuje šest úrovní:

- NUTS 0 = stát (tj. Česká republika);
- NUTS I = území (tj. Česká republika);
- NUTS II = oblast (tj. sdružené kraje);
- NUTS III = kraj (tj. vyšší územní samosprávné celky);
- NUTS IV = okres;
- NUTS V = obec (tj. základní územní jednotky).

(Nomenklatura územních statistických jednotek NUTS, ©1997-2019)

### **1.4 Faktory ovlivňující cestovní ruch**

Na cestovní ruch ať už více nebo méně působí vnější prostředí, a to i přesto, že na strukturu a vývoj nemají dále uvedené faktory výhradní vliv. Mezi tyto faktory patří: ekonomické, politické, sociální, technicko-technologické a ekologické prostředí. Důležitým „pojmem“ pro cestovní ruch je také zpětná vazba, což je vliv cestovního ruchu na jeho okolí. Její síla se odvíjí od úrovně spolupráce všech zainteresovaných stran na rozvoji cestovního ruchu. (Hesková, 2011, s. 14)

#### **Politické a bezpečnostní faktory**

Do základních podmínek rozvoje cestovního ruchu v oblasti politického prostředí lze zařadit mírové podmínky v jednotlivých zemích ale i světa jako celku. Má-li člověk (turista) pocit, že jeho bezpečnost, zdraví, případně majetek budou v ohrožení, cestovnímu ruchu

to neprospívá. Také politické nepokoje, občanské války a v současné době poměrně aktuální hrozba terorismu jsou kritérii významně narušující cestovní ruch. Díky uvedeným a dalším faktorům mohou narůstat změny ve spotřebním chování účastníků, kteří díky nim například mění destinace, odkládají dovolené či mění dopravní prostředky. Mezi další činitele patřící do této kategorie nepříznivě působících faktorů turismu patří přírodní katastrofy a různá onemocnění a epidemie – tyto faktory bývají převážně lokálního charakteru. (Hesková, 2011, s. 15-16; Palatková a Zichová, 2014, s. 32-33)

Nicméně některé podmínky mohou rozvoji turismu naopak přispět. Například budování infrastruktury, podpora vzdělání, tvorba legislativních norem a další aktivity mohou napomáhat a podporovat rozvoj turismu. (Palatková a Zichová, 2014, s. 33)

### **Ekonomické prostředí**

Jak uvádí Hesková (2011, s. 14-15) ekonomické prostředí je pro rozvoj cestovního ruchu velmi významné. Patří zde především pozitivní, ale i negativní vlivy ekonomického růstu projevující se v růstu hrubého domácího produktu. Dalšími činiteli mohou být inflace, nezaměstnanost, stabilita měny a úrokové míry.

Palatková a Zichová (2014, s. 33) doplňují ekonomické prostředí o význam rozdílné ekonomické úrovně dané země (respektive rozdílnost cenových hladin). Pro cesty uskutečňované z hospodářsky vyspělejších zemí do zemí s nižší ekonomickou úrovní to může být určitým motivujícím faktorem, avšak v takových zemích nemusí být dostatečná úroveň a vybavenost pro turismus – např. infrastruktura.

### **Demografické faktory**

Neustálý nárůst populace patří mezi základní demografické faktory ovlivňující turismus. Především v rozvojových zemích (kde jsou největší přírůstky populace) s nízkou úrovní hospodářského rozvoje není možná účast na turismu ve vyšší míře. Významným demografickým trendem globálního charakteru se stává stárnutí populace. Turismus však může v segmentu seniorů shlédnout určitou příležitost, přesto je potřeba brát v úvahu dopady na disponibilní příjem a volný čas této skupiny populace. (Palatková a Zichová, 2014, s. 34)

### **Sociální faktory**

Sociální faktory jsou převážně ve vztahu s ekonomickými a demografickými vlivy – například rozdělování důchodů v dané zemi, stárnutí populace a také sociální politika státu. Přerozdělování hrubého domácího produktu se projevuje zejména ve hmotné spotřebě

a spotřebě služeb obyvatelstva. Pracovní podmínky jsou ovlivňovány délkou pracovní doby, intenzitou práce, pracovním prostředím a dalšími vlivy. Pojmem „sociální politika“ se dá vyjádřit zaměření se na občany s nedostačujícími nebo žádnými příjmy na zabezpečení základních životních potřeb. Důležitá je také zpětná vazba cestovního ruchu na sociální prostředí, která se může projevit diferencí nabídky produktu cestovního ruchu tak, aby umožnila nějakým způsobem tzv. sociální turismus. Jedná se o turismus handicapovaných skupin obyvatelstva, kterými mohou být zdravotně handicapované osoby, rodiny s dětmi, senioři nebo také studenti. (Hesková, 2011, s. 16; Palatková a Zichová, 2014, s. 36)

### **Ekologické prostředí**

Účast na cestovním ruchu ovlivňuje především zájem o životní prostředí, odrážející se ve vyhledávání produktů odpovídající snaze o udržitelný rozvoj. Vhodné přírodní a kulturně-historické zdroje v zemi napomáhají rozvoji cestovního ruchu. Proto při narušení rovnováhy země u prvků jako jsou voda, ovzduší, půda, flóra a fauna může docházet k omezení, v horším případě i k likvidaci cestovního ruchu. (Kotíková a Schwartzhoffová, 2017, s. 51; Palatková a Zichová, 2014, s. 17-18)

### **Technicko-technologické faktory**

Posledními zmíněnými vnějšími faktory jsou technicko-technologické. Lze zde zařadit rozvoj dopravy, dopravní sítě a infrastrukturu. Patří sem ale také rozvoj informačních technologií, které v poslední době zastávají velký vliv na způsobu vyhledávání, získávání a sdílení informací. Projevuje se také na distribuci a prodeji produktů cestovního ruchu. V dopravní infrastruktuře jde poté zejména o existenci, hustotu a další parametry těchto sítí. S rozvojem dopravy však souvisí i negativní vlivy, a to obzvláště na životní prostředí. (Kotíková a Schwartzhoffová, 2017, s. 51; Hesková, 2011, s.16-17)

## 2 MARKETING CESTOVNÍHO RUCHU

V odborné literatuře existuje mnoho definic a významů marketingu, není proto možné uvést přesnou definici. Kotler et al. (2017, s. 31) definují marketing jako proces, kterým společnosti vytvářejí hodnotu pro zákazníky a budují s nimi pevný vztah za účelem zachycení hodnoty z návratnosti zákazníka.

Marketing v cestovním ruchu má však svá specifika a tvoří ho především služby tohoto odvětví. Je zde potřeba neustále zdokonalovat kvalitu nabízených služeb, a to především proto, že služby mají k zákazníkovi značně bližší vztah nežli výrobní podniky. Zákazníci v oblasti služeb budou spokojeni tehdy, pokud dostanou, co chtějí, kdy to chtějí, kde a jak to chtějí. Člověka je tedy potřeba brát jako jednoho z hlavních nástrojů pro určení kvality služby. (Vaníček, 2013, s. 65-66)

Jelikož předmětem marketingu cestovního ruchu není pouze produkt ale celá destinace, můžeme definovat marketing destinace cestovního ruchu jako „*proces sladování zdrojů destinace s potřebami trhu. Obsahuje analýzu místa, plánování, organizování, řízení a kontrolu strategií na vymezení lokalit a směřuje hlavně k silným stránkám konkurenční pozice současných míst v mezinárodním souboji o atraktivní cílové skupiny.*“ (Jakubíková, 2012, s. 38)

### 2.1 Marketingový mix v cestovním ruchu

Jestliže lze říci, že hlavním cílem organizací v cestovním ruchu je uspokojování zákaznických potřeb v době pobytu mimo místo trvalého bydliště, je na místě zákazníkovi nabídnout „správný produkt za správnou cenu propagovaný správným způsobem na správném místě.“ Touto větou lze vyjádřit tradiční marketingový mix skládající se ze čtyř prvků, tzv. 4P:

- **P**roduct (produkt);
- **P**rice (cena);
- **P**lace (distribuce);
- **P**romotion (propagace). (Ryglová, Burian a Vajčnerová, 2011, s. 108)

Oblast cestovního ruchu rozšiřuje tento základní marketingový mix o další prvky, avšak různí autoři přidávají jiný počet těchto prvků. Přestože nedošlo k jejich jasné shodě, Morrison uvádí za nejvýznamnější následující „P“:

- **Packaging** (tvorba balíčků služeb);
- **People** (lidé);
- **Partnership** (spolupráce);
- **Programming** (tvorba programů a programová specifikace).

(Ryglová, 2009, s. 102)

Rozšíření základního marketingového mixu o další „P“ podporuje také Jakubíková (2012, s. 187), dodává však, že pouhý pohled na marketingový mix z hlediska firmy nebo organizace nestačí. Je potřeba brát v úvahu pohled zákazníka, který spolurozhoduje o bytí či nebytí organizace. Proto také vznikl marketingový mix 4C, který doplňuje marketingový mix 4P. Jednotlivá písmena „C“ představují:

- **Customer value** – hodnota z hlediska zákazníka;
- **Cost to the customer** – zákaznickovy náklady;
- **Convenience** – pohodlí/dostupnost;
- **Communication** – komunikace.

Před sestavením konkrétního marketingového mixu je potřeba podrobně analyzovat prostředí a segmentaci trhu následovanou výběrem a specifikací vhodného cílového segmentu. (Ryglová, 2009, s. 102)

### **2.1.1 Segmentace trhu**

Procesem rozdělení trhu na homogenní skupiny vzájemně se odlišující svými potřebami a charakteristikami lze popsat segmentaci trhu. Segmentace je důležitá kvůli vytvoření marketingového mixu, obsahujícího mimo jiné i marketingovou komunikaci, a plnění potřeby zvoleného segmentu. (Vaníček, 2013, s. 83)

Základní kritéria segmentace jsou:

- **demografická segmentace** – rozlišení trhu například dle věku, pohlaví, rodinného cyklu a jiné;
- **socioekonomická segmentace** – zde patří například příjem, povolání a vzdělání;
- **geografická segmentace** – zaměření se především na geografické umístění návštěvníků. Do této skupiny lze také zařadit i podnebí či národnost daného trhu.;

- psychografická – zabývá se členěním návštěvníků z hlediska jejich životního stylu, „koníčků“ nebo dle sdílených postojů a názorů;
- behavioristická segmentace – je zaměřená na důvody nákupu produktu a chápání užítku produktu.

(Jakubíková, 2012, s. 156-159; Vaníček, 2013, s. 83-84)

## 2.2 Atraktivita turistické destinace

Zelenka a Pásková (2012, s. 105) charakterizují destinaci cestovního ruchu v užším slova smyslu jako cílovou oblast v daném regionu, která je typická významnou nabídkou atraktivit a infrastruktury cestovního ruchu. V širším pojetí jí popisují jako jednotlivé oblasti (země, regiony, lidská sídla a další), které jsou typické velkou koncentrací atraktivit, rozvinutými službami a další infrastrukturou cestovního ruchu, přičemž výsledkem je dlouhodobá koncentrace návštěvníků.

Samotnou atraktivitu turistické destinace poté definuje Vaníček (2013, s. 78-79) jako kombinaci relativní důležitosti přínosu pro návštěvníka a schopnosti destinace ovlivnit vnímání této důležitosti návštěvníkem.

Atraktivita destinace je tvořena „základní hodnotou“ a „přidanou hodnotou“ přičemž záleží na druhu cestovního ruchu. Například pro kulturní cestovní ruch je základní hodnotou historie, folklor a jiné a přidanou hodnotu poté tvoří funkční a fyzické atributy jako jsou doprava, stravování, ubytování, celkové prostředí destinace a podobně. Svou roli hrají také zkušenosti návštěvníka a porovnávání různých destinací. Pojem atraktivita je však převážnou měrou posuzována subjektivními názory pozorovatelů. Nicméně pro potenciál a rozvoj destinace jsou potřeba i objektivní předpoklady. Objektivní faktory, kde patří například kvalita a charakter poskytovaných služeb, lze ovlivnit na základě různých statistik či marketingového výzkumu. (Vaníček, 2013, s.78-79)

## 2.3 Marketingová komunikace v cestovním ruchu

Marketingová komunikace je jedním z „P“ základního marketingového mixu ukrývající se pod pojmem promotion – propagace. Pod propagací si řada lidí představí především reklamu, avšak tato oblast je mnohem složitější a obsahuje celou řadu jiných nástrojů a procesů, které si člověk neorientující se v tomto oboru jen stěží dokáže představit. V současné době je pojem marketingová komunikace již nezbytnou součástí tržního

hospodářství. Jejím cílem je především informovat, přesvědčovat a připomínat – udržovat vztah se zákazníkem stálým či oslovovat potenciální zákazníky. V souvislosti s cestovním ruchem je v propagaci kladen důraz především na zážitek a emocionální stránku, dále také na spolehlivost služeb cestovního ruchu a jejich bezpečnost, ale také na neobvyklost či odlišnost nabídky. (Vaníček, 2013, s. 28-33; Zelenka, 2010, s. 107-110)

Jakubíková (2012, s. 247) uvádí **pět M**, vyjadřující obsah marketingové komunikace. Patří do nich:

- **mission** – poslání;
- **money** – peníze;
- **message** – sdělení, resp. hudba, obraz, gesta, slovo aj.;
- **media** – použití média jako je např. televize, rádio, internet a další;
- **measurement** – měření výsledků.

V následující části budou uvedeny jednotlivé základní nástroje komunikačního mixu, díky kterým jsou naplňovány cíle marketingové komunikace, jenž musí být v souladu s cíli celé organizace. Ve službách je propagace velice důležitá, jelikož napomáhá ke zhmotnění služby. (Vaníček, 2013, s.29-31)

### **Osobní prodej**

Osobní prodej patří jako jediný do osobní formy prezentace produktu nebo služby. Zprostředkovává kontakt přímou formou mezi prodávajícím a kupujícím. Jeho cílem není pouze prodat produkt (službu), ale především vytvářet dlouhodobé vztahy se zákazníky a budovat svou image. Jeho výhodou je, že poskytuje zprostředkovateli okamžitou reakci. Má však i své nevýhody, kam lze zařadit vyšší náklady na kontakt než u ostatních forem a také nemusí být jednoduché vychovat si kvalifikovanou pracovní sílu. (Přikrylová a kol., 2019, s. 45-49; Vaníček, 2013, s. 30)

### **Reklama**

Člověku nejvíce viditelnou složku propagace představuje reklama, která patří mezi neosobní a placenou formu propagace a prezentuje myšlenky, výrobky či služby. Převážně bývá zprostředkována reklamními agenturami a uvedena do různých forem reklamních nosičů. Aniž by si to člověk někdy uvědomoval, reklama se nachází všude kolem nás. Může být umístěna do různých typů médií (rozhlas, televize, časopisy, noviny, internetové stránky aj.).

Setkat se lze i s tak zvanou outdoor reklamou, kam se řadí reklama na dopravních prostředcích, billboardech, různých bannerech, plakátech, tabulích a na mnoha dalších formátech. Opačným pólem je indoor reklama, která se vyskytuje např. v obchodech (mincovníky, podlahová reklama aj.) nebo zastihuje své cílové skupiny v místech pro ně určených (v čekárnách u lékaře, na nádražích, letištích atd.) a na mnoha dalších místech. Použití reklamy je vhodné pro masové oslovení publika a napomáhá k zaměření se na konkrétní segment. Výhodou je také její vysoká pružnost a opakovatelnost v různých druzích médií. Nevýhodami mohou být obtížnější měření účinku, bývají relativně drahé (především reklamy v televizi vysílané v tzv. „prime time“) a lidé mohou být reklamami natolik přesyceni, že je považují za „otravné“. (Přikrylová a kol., 2019, s. 45-49; Zelenka, 2010, s. 107-108)

### **Podpora prodeje**

Anglicky „Sales Promotion“ je neosobní forma komunikace, jejímž cílem je zvýšit prodej za pomoci časově omezených nabídek (stimulů ke koupi). V cestovním ruchu můžeme například využít snížení ceny nebo výhodné cenové nabídky (first minute, last minute). Dalšími nástroji používanými v této oblasti jsou slevy, soutěže, zvýhodněné a provázané balíčky, loterie, zábavné akce, dárky, kupony, ochutnávky, věrnostní programy a mnoho dalších. (Jakubíková, 2012, s. 254-255; Zelenka, 2010, s. 109)

I v tomto případě existují různé výhody a nevýhody. Do kladů lze zařadit, že tato forma komunikace dává zákazníkovi podnět k nákupu, upoutá jeho pozornost a dosahuje okamžitého účinku. Naopak zápornou stránkou podpory prodeje je snadná napodobitelnost konkurence, možnost krátkodobého i dlouhodobého působení a jednoduchost napodobení programu na podporu loajality. (Přikrylová, 2019, s. 48)

### **Přímý marketing**

Také známý pod anglickým názvem „Direct Marketing“ je marketingovou strategií uvádějící firmu do přímého kontaktu se zákazníkem. Napomáhajícími prostředky k dosažení zvýšené poptávky nebo prodeje jsou jedno či více komunikačních médií. I z názvu lze vyvodit, že se jedná o komunikaci přímo zacílenou na daný segment zákazníků. Rozlišují se čtyři formy direct marketingu – direct mail, telemarketing, online marketing a reklama s přímou odezvou. Konkrétními příklady jsou katalogy, brožury, letáky, časopisy pro zákazníky a další. Nevýhodami přímého marketingu jsou závislost na databázích, které by měly být kvalitní, a také jejich nutná a pravidelná aktualizace. S nástupem povinné ochrany dat



(GDPR, zákon č. 101/2000 Sb.) je také povinnost zajistit souhlasy zákazníků, na které direct marketing cílí. Kladnou stránku zajišťuje efektivnější cílení na spotřebitele, možnost utajení před konkurencí a například u e-shopů možnost rychlého doručení. (Přikrylová, 2019, s. 46-48; Vaníček, 2013, s. 30)

### **Vztahy s veřejností**

V dnešní době jsou vztahy s veřejností známé zejména pod jejím anglickým názvem „Public Relations“ nebo pod zkratkou PR. Jedná se o aktivity založené na komunikaci a vytváření vztahů směřujících dovnitř firmy i mimo ni. Za interní veřejnost se považují dodavatelé, zaměstnanci, akcionáři a jiné skupiny. Mezi externí lze zařadit školy, vládní instituce, média a mnoho dalších. PR lze definovat jako neosobní stimulaci poptávky po produktu/službě/osobě/případu tím, že se do komunikačních prostředků umístí významná zpráva, zveřejní se příznivá prezentace v rozhlase, televizi, nebo na sociálních sítích. Rozdílem oproti reklamě je, že lze kontrolovat obsah sdělení. Konkrétními příklady jsou výroční zprávy, publikace, tiskové konference, články v tisku, lobbying. I tato marketingová komunikace má své plusy a mínusy. Výhodou je budování vysokého stupně důvěryhodnosti a individualizace působení. Naopak nevýhodou je, že nelze řídit publicitu, lze jen spolupracovat s médii a podporovat pozitivní komunikaci. Nutností je takto udržovat databáze kontaktů pro public relations. (Přikrylová, 2019, s. 46-48; Vaníček, 2013, s. 30; Zelenka, 2010, s. 109)

## **2.4 Marketing měst a obcí**

Marketing měst a obcí zahrnuje Jakubíková (2012, s.79) pod nadřazený pojem „teritoriální marketing“. Jedná se o marketing zaměřující se na dosahování cílů obcí, regionů a určitých teritorií, pomocí uspokojování potřeb obyvatelstva, podnikatelů, investorů a v neposlední řadě i samotných návštěvníků.

Samotný marketing měst chápe autorka jako uplatňování marketingové koncepce v podmínkách města, přičemž se město chápe jako jeden celek. (Jakubíková, 2012, s. 80)

Vašítková (2014, s. 240) konkretizuje pojem obce jako určitý specifický podnik (nebo organizaci) vykazující činnost, který vytváří současný, případně budoucí užitek.

Ostatně i Ryglová (2009, s. 31) definuje obec jako základní územní samosprávné společenství občanů, tvořící územní celek vymezen hranicí území obce. Obec pečuje

o všestranný rozvoj svého území a o potřeby svých občanů, přičemž při plnění svých úkolů chrání taktéž veřejný zájem.

#### 2.4.1 Typologie měst a obcí

Města a obce jsou velmi různorodá. Mohou se lišit jejich posláním i konkurenční výhodou a každé z nich může mít své konkrétní postavení na trhu. Je proto vhodné se zmínit také o základní typologii měst a obcí. (Janečková a Vašítková, 1999, s. 17)

- **Hlavní města** – přitahují mnoho zainteresovaných stran. Koncentruje se zde velké množství obyvatel, průmyslu ale i služeb. Ve většině případů u nich dochází k přehučštění dopravní sítě a tím pádem i ke zhoršování životního prostředí. V důsledku toho může docházet k přesunu obyvatel na předměstí.
- **Průmyslová města** – jedná se o města ovlivněná průmyslovým vývojem. V těchto městech bývá poměrně dobře vyvinutá dopravní infrastruktura a značný počet obyvatel. V České republice se mezi zástupce těchto měst zařazují například Ostrava nebo Plzeň.
- **Velká atraktivní historická města** – města, která mají mnoho funkcí a relativně významnou historii se zachovalým souhrnem památek přitahující turisty.
- **Města s příjemným okolím a vybavením pro zábavu** – v těchto městech bývá rozvinutý průmyslový potenciál, orientovaný převážně na strojírenský a lehký průmysl, přičemž je zde i příležitost pro další investice. V ČR například Zlín či Brno.
- **Historické obce** – mají historické zázemí k přilákání turistů. Této politice je potřebné přizpůsobit infrastrukturu obce, technickou a sociální vybavenost, různé služby a kulturní aktivity a další aspekty pro další rozvoj obce. Při nových investicích je také potřeba brát ohled na historickou architekturu a celkovou image obce.
- **Obce lázeňské, obce v rekreačních oblastech** – výhodou těchto oblastí jsou přírodní zdroje. Pro příliv návštěvníků a dosažení konkurenceschopnosti je zapotřebí stejně, jako v předchozích případech, budovat infrastrukturu a doplňkové služby.
- **Příhraniční obce** – obce ležící přímo v příhraničních oblastech. Rozlišovat je lze dále podle jejich socio-ekonomického charakteru a geografické polohy.
- **Satelitní obce** – obce vytvářející rezidenční zázemí velkých měst.

(Janečková a Vašítková, 1999, s. 18-19)

### 2.4.2 Marketingové prostředí obce

Janečková a Vašítková (1999, s. 20-24) uvádějí faktory ovlivňující obec jak z vnějšího prostředí, tak i z vnitřního prostředí. Ve většině případů je vnější prostředí obce totožné s vnějším prostředím podniku či s prostředím, které bylo zmíněno v kapitole 1.4. Z tohoto důvodu jim již v této části nebude věnována pozornost.

- **Vnější prostředí** – zahrnuje demografické, ekonomické, sociálně-kulturní, politicko-právní, přírodní a technologické prostředí.
- **Vnitřní prostředí** – z hlediska správy lze definovat vnitřní prostředí jako situaci organizace pověřenou zabezpečováním správy a dalších úkolů svěřených obci ze zákona. Prvkem vnitřního prostředí jsou také zaměstnanci obce, tj. obecního úřadu a dalších institucí.

### 2.4.3 Marketingový mix obce

Každá strategie, a tedy i strategie obce, je postavena na specifickém uspořádání prvků marketingového mixu tak, aby bylo dosaženo stanovených cílů vzhledem k cílovým skupinám zákazníků nebo zlepšení konkurenčního postavení obce. V následujících řádcích budou představeny jednotlivé prvky marketingového mixu v kontextu marketingu obce. V souvislosti s marketingem obce je klasický marketingový mix, obsahující čtyři základní proměnné P, rozšířen o další čtyři nástroje, a těmi jsou lidé, materiální prostředí, procesy a spolupráce. (Vašítková, 2014, s. 250-258)

**Produkt** – v souvislosti s marketingem obcí se produktem myslí vše, co obec nabízí svým zákazníkům, tedy obyvatelům, návštěvníkům, podnikům a dalším zainteresovaným stranám a co slouží k uspokojování jejich individuálních i kolektivních potřeb. Podstatou produktu obce je, že musí vycházet z vize a celkové strategie obce a je limitován možnostmi rozpočtu obce. Z širšího pojetí je možné za produkt považovat samotnou obec se všemi subjekty, které na území obce působí. V užším smyslu se však za produkt obce považuje ta část potřeb, kterou soukromý sektor není schopen uspokojit sám a kterou mu dodává obecní úřad na základě svých statutárních funkcí. Od produktu podniku se produkt obce liší některými specifiky, například:

- nelze vyloučit ze spotřeby některých služeb jejich uživatele, to i přesto že se nijak nepodílí na jejich financování (např. údržba komunikací);

- v nabídce se objevují služby pozitivní a nápravné – pozitivní služby lidé sami vyhledávají a jedná se například o kulturu či vzdělávání. O nápravné služby se lidé zajímají v případě jejich selhání z nějakého důvodu. (Vašítková, 2014, s. 250-251)

**Cena** – podle Pauličkové (2005, s. 69) je prostor pro uplatnění ceny v prostředí měst a regionů značně omezený, přesto však má cenová politika městského marketingu významnou úlohu. V mnoha případech ovšem musí respektovat schopnost spotřebitelů platit. Vašítková (2014, s. 253) uvádí příklady některých problémů ceny v pojetí marketingu obce:

- služby poskytované obcí bezplatně (ze zákona) nejsou bezplatné v pravém slova smyslu – jsou placeny z daní občanů nebo systému povinného pojištění;
- výhody pro společnost bývají většinou nadřazenější výhodám pro jednotlivce – jedná se především o služby poskytované obcemi v oblasti školství a sociální péče;
- cenu je možné vnímat jako nástroj aktivní sociální politiky například v případě bezplatného používání městské hromadné dopravy pro určité skupiny obyvatel (např. senioři) nebo při zlevněném vstupném na obcí dotované kulturní zařízení (divadla, muzea aj.).

**Distribuce** – rozlišuje se přímý distribuční kanál, kdy obec produkt (resp. službu) poskytuje sama nebo nepřímý distribuční kanál v případě, že obec svěří poskytnutí služby jiné organizaci – ať už soukromé či neziskové (Vašítková, 2014, s. 253). Janečková a Vašítková (1999, s. 81-82) doplňují kritéria pro volbu vhodného distribučního kanálu, kterými mohou být: výše nákladů, spolehlivost, dostupnost (časová i prostorová), kvalita, pohodlí pro spotřebitele (uživatele, příjemce, klienty).

**Komunikační mix** – na rozdíl od propagace podniku, který usiluje o tržní hodnotu, se obec snaží uspokojit potřebu veřejných služeb dosažením řady předem stanovených cílů a při tom je potřeba komunikace. Obec v převážné míře využívá stejných komunikačních prostředků jako podnik, liší se však míra jejich uplatnění v praxi. Základním médiem pro prosazování PR obce v dnešní době jsou webové stránky, které se stávají její vizitkou. Je potřebná jejich přehlednost, kvalitní grafické zpracování a zejména jejich aktuálnost. (Vašítková, 2014, s. 254-256)

**Lidé** – stejně jako v marketingu služeb je i zde bráno v úvahu působení tohoto marketingového prvku jak na poskytovatele služeb (tj. zaměstnance obce a obecního úřadu aj.), tak i na zákazníky obce (obyvatele, návštěvníky atd.). Z výše uvedeného vyplývá,

že produkt obce má převážně charakter služby a její provedení není zpravidla možné bez oboustranné součinnosti dodávajícího a příjemce. (Vašítková, 2014, s. 256)

**Materiální prostředí** – příroda, celkové územní uspořádání, budovy, dopravní sítě, zeleň a mnoho dalšího tvoří materiální prostředí obce. Tento prvek marketingového mixu slouží obci především k vybudování konkurenční výhody a obohacení nabídky základního produktu. (Vašítková, 2014, s. 256-257)

**Procesy** – znamenají způsob, jakým jsou zákazníkům poskytovány služby. Procesy by měly být založené na principu řízení vztahů se zákazníky – tj. na stálém zvyšování hodnot ve vztahu se zákazníkem tak, aby se vytvořil vztah trvalý a vznikla následná loajalita. Zpravidla není možné v procesech oddělit poskytovatele a zákazníka. Procesy mohou poskytovat přímo obecní úřady a jiné organizace, ale také soukromé organizace. (Janečková a Vašítková, 1999, s. 110-111; Paulíčková, 2005, s. 77)

**Spolupráce** – vizí a strategií obce bývá převážně vytvoření harmonické obce. Nicméně to nelze zabezpečit sebedokonalejším managementem obce, pokud jeho činnosti budou omezeny na zastupitelstvo a vedení obce. Je potřeba spolupráce – partnerství – všech subjektů tvořících produkt obce. Partnerství lze definovat jako účast soukromého i veřejného sektoru při řízení obce a zároveň vytváření sítě vztahů se subjekty tvořícími a ovlivňujícími produkt. Součástí partnerství obce je i rozvíjení a zachování dobrých vztahů se sousedními obcemi. Využíváno je také pro mezinárodní spolupráci partnerských měst, kdy si obce vzájemně vyměňují cenné zkušenosti. (Vašítková, 2014, s. 257-258)

### 3 NAUČNÁ STEZKA

Zelenka a Pásková (2012, s. 368) ve svém Výkladovém slovníku cestovního ruchu definují naučnou stezku jako stezku vybudovanou v přírodě nebo kulturně zajímavých místech s vyznačením zajímavých míst, s tabulemi poskytující informace o fauně, flóře a kulturních památkách. Stezky se zřizují zejména pro pěší turisty ale také pro cykloturisty, vodáky nebo jezdce na koních. Na stezky působí i trend vytváření naučných stezek tematicky zaměřených (například planetární naučná stezka v Hradci Králové).

Pojem „naučná stezka“ je v České republice poměrně široký. Za naučnou stezku lze považovat u nás v podstatě jakoukoliv trasu, která obsahuje zastavení vyznačené v přírodě. Trasy naučných stezek se mohou navzájem překrývat. Některé naučné stezky mohou mít délku několik desítek kilometrů, jiné mohou být souborem panelů na jednom místě. (Medek et al., 2016, s. 34)

Jiný zdroj publikuje naučnou stezku jako předem určenou turistickou trasu vedoucí například chráněnými územními lesy, lesoparky, městy a jejich okolím, zámeckými parky a podobně. Jejím cílem je především vzdělávat a přinést informace lidem, kteří danou stezku navštěvují. Informační panely, tištěné průvodce nebo jiná originálnější forma sloužící k informačnímu účelu, jsou rovnoměrně rozmístěny po celé délce trasy a obvykle číslovány od výchozího bodu ke konečnému místu. (Co je to naučná stezka)

Podle autorů Woitsche a Pauknerové (2014, s. 28) je jedním z hlavních smyslů vytváření naučných stezek návštěvníky primárně poučit a pobavit esteticky, obsahově i eticky přijatelnou formou. Autoři také doplňují dílčí cíle naučných stezek, za které lze považovat například:

- vytvoření vztahu k přírodě, krajině a kulturně-historickému dědictví;
- pochopení a vysvětlení jevů v přírodě, krajině, lokální paměti a kulturně-historickém dědictví;
- pouhé sdělování faktografických údajů o přírodě a další cíle.

Ve většině případů se každá zastávka či tematický okruh věnuje jednomu tématu, který je na trase (v ideálním případě na konkrétním místě, kde zastávka stojí) možné demonstrovat nebo pozorovat. Vysvětlující text k danému jevu je uveden na informačním panelu konkrétní zastávky, který může být doplněn obrázky, schémata a podobně. Je možné na panelech vyznačit jen dané téma stručně, a podrobnější informace uvádět v tištěném průvodci.

Nevýhoda tištěných průvodců je však v jejich dostupnosti – každé město/obec nemá své infocentrum a každé infocentrum nemusí být otevřeno o víkendu. Vhodné je proto průvodce uvádět i v elektronické verzi, aby si ho návštěvníci mohli předem stáhnout. (Co je to naučná stezka)

### 3.1 Typologie naučných stezek

Naučné stezky je možné členit dle několika aspektů, přičemž při jejich budování je nejdříve potřeba rozhodnout o tom, jaký typ stezky má být vytvořen – to znamená, kdo je cílovou skupinou, jaké jsou cíle naučné stezky atd. Typologií naučných stezek se ve své disertační práci zabývá R. Otevřel (2010, s. 24-29), který na základě prostudované odborné literatury vymezil několik kritérií, dle kterých lze naučné stezky třídit.

- **Podle druhu návštěvníků** – je možné dělit stezky na turistické, cyklistické, lyžařské nebo kombinované. Předmětem této práce jsou pouze turistické stezky.
- **Podle délky naučné stezky** – rozlišují se krátké (do 1 km), středně dlouhé (od 1 do 10 km), dlouhé (10–50 km) a extrémně dlouhé, jejichž délka je větší než 50 kilometrů. Pro pěší turisty je vhodnější volba kratších délek tras.
- **Podle průběhu** – se naučná stezka dělí na okružní naučnou stezku s „uzavřeným“ (tzn. s jedním) počátkem, na okružní s „otevřeným“ (tzn. s více) počátkem. Dále se rozlišuje liniová naučná stezka se dvěma či s více nástupy.
- **Podle tématu** – se stezky dají rozdělit na monotematické (zabývající se pouze jedním tématem v celém rozsahu stezky), polytematické s monotematickými zastaveními (pokrývá různá témata, ale každé zastavení se zabývá pouze jedním tématem) a v neposlední řadě polytematické s polytematickými zastaveními (i na jednotlivých stanovištích je interpretováno více témat).

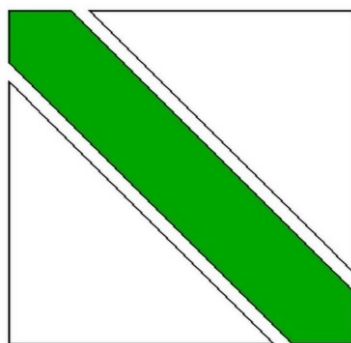
Woitsch a Pauknerová (2014, s. 7-8) dále doplňují rozlišení naučných stezek:

- **Podle umístění v krajině** – na městské stezky, stezky v krajině, speciální naučné stezky, přičemž většina naučných stezek je kombinovaného charakteru.
- **Podle tematického obsahu** – týkají se především monotematických stezek a jedná se o rozlišení na vlastivědné, historické, botanické, lesnické, přírodovědné a mnoho dalších témat. Zvláště je možné vymezit stezky zážitkové a dětské.

- **Podle typu obsluhy** – se dělí stezky na samoobslužné (tzn. návštěvník si prochází trasu sám, bez průvodce), s průvodcovským výkladem (zejména u stezek, které jsou v extrémně chráněných lokalitách – jeskyně, pralesy aj.), nebo na stezky kombinované.

### 3.2 Značení naučných stezek

Pro lepší orientaci turistů, ale i pro bezpečnost a ochranu přírody jsou všechny pěší trasy, cyklostezky nebo lyžařské trasy značeny turistickým značením. Pěší trasy jsou vždy značeny pásovými značkami – to znamená, že se skládají ze tří vodorovných pásů, přičemž prostřední pás určuje barvu značené trasy – červená, modrá, zelená, žlutá. Naučné stezky se obvykle značí bílým čtvercem o velikosti 10x10 centimetrů, přes jehož úhlopříčku je zelený pruh vedený z levého horního do pravého dolního rohu. Mohou být však značeny i místními nebo speciálními značkami naučné trasy. (Systém turistického značení, ©2020)



*Obr. 1. Značení naučné stezky (Systém turistického značení, ©2020)*

### 3.3 Údržba naučných stezek

Po vybudování a uvedení naučné stezky do provozu není práce zcela dokončena. Je nezbytné dbát i na samotnou údržbu naučných stezek. I starší literatura uvádí, že je potřeba obnovovat a udržovat značení, vybavení a technický stav stezek. Zapotřebí je také pečovat o úpravu naučné stezky a vzhled jejího okolí – například odhozené odpadky. Pokud jsou na trase stezek k dispozici odpadkové koše, je nezbytná jejich pravidelná kontrola. Odpadky však nejsou jediné, které by mohly způsobit nepříjemný vzhled stezky. Na místě je vhodné zmínit se i o vandalismu a zlomyslnosti anonymních jedinců. Je vhodné proto určit nějakého „správce“ či skupinu dobrovolníků, kteří budou mít na starosti pravidelnou kontrolu naučné stezky a zajišťovat její „funkčnost“ pro budoucí návštěvníky. (Čeřovský a Záveský, 1989, s. 170-171)



## 4 DOTAZNÍKOVÉ ŠETŘENÍ

Dotazníkové šetření patří mezi jednu z nejčastějších metod sběru dat. Výhodou je, že má poměrně nízkou časovou i finanční náročnost. Je možné provést opakované dotazníkové šetření a snadno tak porovnávat výsledky. Zajišťuje také určitou míru anonymity. Existují však i nevýhody, kde je možné zařadit nízkou návratnost, nemožnost kontroly nad tím, kdo dotazník skutečně vyplní nebo omezená formulace otázek – je kladen důraz na jednoduchost. (Havlíčková, 2015, s. 69; Mulačová a Mulač, 2013, s. 275)

Rozlišují se různé typy dotazníků, mezi které řadíme i anketu – požádat o vyplnění nás mohou při ukončení pobytu na dovolené, v restauracích aj. Jedná se o krátké dotazníky, jejichž cílem je zachytit názory či míru spokojenosti hostů, nakupujících atd. (Sedláková, 2014, s. 157)

### 4.1 Cíle dotazníkového šetření

Cíle dotazníkového šetření, jejichž specifikace musí být důsledná, je zapotřebí si stanovit již v prvním kroku. Jedná se především o tvorbu hypotéz, které lze pomocí dotazníkového šetření ověřit. Hypotézy jsou předpoklady (tvrzení), které vyjadřují globální cíle dotazníkového šetření. Respektive jsou to otázky, na které lze získat odpověď. Odpovědi se s hypotézou shodují nebo se liší. Správné stanovení tvrzení je důležité zejména pro zadavatele. Měl by mít představu o funkčnosti každé otázky, a i o tom, jestli nezapomněl na některé další potřebné otázky. (Havlíčková, 2015, s. 69)

### 4.2 Tvorba dotazníkového šetření

Aby získaná data měla požadovanou kvalitu a vypovídající hodnotu je dle Tahala (2017, s 54-55) nutné dodržet určitá pravidla:

- Ptát se na to, co opravdu potřebujeme vědět. Otázky, o nichž víme, že při vyhodnocení nepoužijeme, jsou nadbytečné.
- Otázky by měly být jednoduché a krátké.
- Klást otázky, na které je respondent ochoten a schopen odpovědět.

Dalšími pravidly by měla být dle Mulačové a Mulače (2013, s. 278, cit. dle Kotler a Keller, 2007 a Shlukla, 2008) nikdy nepoužívat zdvojené otázky (tj. dotazování se v jedné otázce na dva aspekty), vysvětlovat odborné názvy a zkratky, používat jednoduchý jazyk, vyhnout se zaměnitelným či zavádějícím slovům nebo nepoužívat otázky obsahující zápor.

#### 4.2.1 Typy otázek

Nejčastěji využívanými otázkami v dotazníkovém šetření jsou tak zvané **uzavřené otázky**. Nabízejí respondentovi předem připravené varianty odpovědí, přičemž získaná data jsou pak statisticky vyhodnocována. Při použití těchto otázek je potřeba dbát na předdefinované odpovědi a jejich logickou a věcnou uspořádanost. U uzavřených otázek lze použít pro odpovědi také výběr ze škály, přičemž nejčastěji se využívá třístupňová nebo pětistupňová škála. Respondent na této stupnici vyjadřuje míru souhlasu s konkrétním tvrzením či výrokem. Škála může být číselná nebo slovní. (Havličková, 2015, s. 70-71; Tahal, 2015, s. 43-45)

Druhým typem jsou **otevřené otázky**, které dávají respondentovi možnost odpovědět na otázku svými slovy a vyjádřit tak svůj názor. Dotazovaný nemá k dispozici od zadavatele nabídku předem připravených možností odpovědí. Nevýhodou těchto otázek je však náročnost vyhodnocování a obtížnější aplikace statistických postupů. (Havličková, 2015, s. 71-72; Tahal, 2015, s. 41-42)

Využít lze také **polootvřené otázky**. Samotný název napovídá, že se jedná o kompromis mezi otevřenou a uzavřenou otázkou. Respektive jedná se o takové otázky, ve kterých je kromě předem připravených odpovědí i varianta „jiná, vypište...“. (Havličková, 2015, s. 72; Tahal, 2015, s. 43)

Dalším typem otázek jsou **filtrované otázky**, při kterých respondenti odpovídají na základě své předchozí odpovědi. Příkladem takové otázky může být: „Jste-li nespokojen s úrovní akcí, napište důvody vaší nespokojenosti.“. (Havličková, 2015, s. 72)

V praxi často využívanými jsou také **baterie otázek**, což je specifický typ uzavřené otázky. Také je lze označit pojmem „matice výběru možností“. Principem tohoto typu otázek je, že respondentovi je položena základní globální otázka, a následně odpovídá vždy na stejné škále odpovědí na velmi stručné atributy či parametry vztahující se k dané otázce. (Tahal, 2015, s. 44-45)

#### 4.2.2 Délka dotazníku

Při přípravě dotazníku se zadavatel soustředí zejména na počet a typ otázek. Jiným pohledem na to pohlíží respondent, pro něhož je podstatnější délka dotazníku v minutách. Časová náročnost zodpovězení otázky se liší v závislosti na typu otázky. U otázek typu ano/ne je rychlost zodpovězení podstatně větší než při otázce, kde má respondent sestavit pořadí

pěti nejoblíbenějších televizních seriálů. Schopnost respondenta udržet pozornost se pohybuje v rozmezí 10-15 minut. Jestliže je délka dotazníku delší než 25 minut, může se vyskytovat větší pravděpodobnost, že respondent bude otázky procházet jen letmo a odpovědi značit bezmyšlenkovitě. Pokud dotazník musí být delší než několik desítek minut, je vhodné dát respondentovi možnost dotazování přerušit a pokračovat později. (Tahal, 2017 s. 55)

### 4.3 Členění dotazníku

Při uspořádání dotazníku do sekcí, které na sebe logicky navazují, je respondentovi zajištěna přehlednost a výzkumníkovi efektivita sběru dat. Grafická úprava dotazníku je též podstatná – jeho vzhled by měl „lákat“ k vyplnění. Především se jedná o to, aby byl dotazník na první pohled přehledný, čitelný, poskytoval dostatek místa na otevřené otázky a aby bylo znázorněno srozumitelné označování odpovědí. (Havlíčková, 2015, s. 73; Tahal, 2017, s. 55)

Každý sběr dat by měl začínat **úvodním slovem** výzkumníka. Měl by obsahovat: oslovení respondenta a instrukce pro respondenta, představení se, sdělení názvu firmy, jejímž jménem zadavatel vystupuje, informovat o účelu dotazování, ale i zaručení anonymity. Cílem je motivovat k vyplnění dotazníku. Do této části je vhodné zařadit otázky jednoduššího a srozumitelnějšího charakteru. (Sedláková, 2014, s. 176-181; Tahal, 2017, s. 55-56)

Dále lze použít **filtrační otázku**, jejímž smyslem je určení, zda respondent spadá do cílové skupiny potřebné k výzkumu, či nikoliv. Odpověď na tuto otázku bude rozhodujícím kritériem pro pokračování v dotazování, či ukončení a poděkování respondentovi za ochotu. (Sedláková, 2014, s. 176-181; Tahal, 2017, s. 56)

**Meritorní otázky** patří do klíčové části dotazníku. Týkají se vlastního tématu výzkumu. Je přípustné je logicky seskupit do celků a postupovat od obecného ke konkrétnímu. (Tahal, 2017, s. 56)

Poslední částí jsou **identifikační otázky**. Slouží k roztřídění respondentů do skupin – dle pohlaví, bydliště, věku, vzdělání a jiných kategorií. Použity jsou pouze takové otázky, které pro daný výzkum budou mít význam. Jsou řazeny na konec dotazníku. Výjimkou však je, pokud je využíván kvótní výběr respondentů – v takovém případě se zařazují tyto otázky na začátek, aby se zjistilo, zda potenciální respondent patří mezi požadované osoby a jeho vlastnosti vyhovují stanoveným kvótám. V tomto případě se nazývají **kvótními otázkami**. (Havlíčková, 2015, s. 73; Sedláková, 2014, s. 176-181)

### 4.3.1 Sběr dat

Nejdříve jsou vybráni respondenti odpovídající cílové skupině, cílům a metodám šetření. Metody šetření mohou být:

- **Prostý náhodný výběr** – z celkové množiny prvků základního souboru je náhodně vybrán požadovaný počet prvků do výběrového souboru. Ze statistického hlediska se jedná o nejlepší metodu. Jestli bude vybrána do výzkumu konkrétní jednotka závisí na výsledku matematického algoritmu, nikoliv na úsudku výzkumníka.
- **Kvótní výběr** – jsou vytvářeny výběrové soubory pomocí kvótních znaků. Jaké znaky jsou využívány závisí na úsudku realizátora.
- **Systematický výběr** – využívá se v případě, kdy není k dispozici seznam všech jednotek základního souboru a ani nejsou k dispozici informace o struktuře a složení základního souboru. Princip spočívá ve výběru určitých respondentů podle pevně zvoleného kroku ze základního souboru pro výzkum. První respondent je vybrán náhodně, všechny další jsou pak vybíráni ve stejných intervalech. Například oslovení každého dvacátého návštěvníka kina.
- **Stratifikovaný výběr** – spočívá v rozdělení respondentů do několika vzájemně se neprolínajících skupin. Nazývají se strata.
- Další postupy – **metoda sněhové koule** (oslovený respondent je žádán, aby poskytl kontakt na dalšího respondenta, případně mu sám poslal odkaz na dotazník) či **úsudkový výběr** (výběr je stanovený podle subjektivního úsudku výzkumníka).

Techniky sběru dat pak mohou být: osobní, telefonické či internetové.

(Tahal, 2017, s. 50-54)

### 4.3.2 Vyhodnocení a interpretace výsledků

Jakmile jsou data sesbírána, následuje část jejich zpracování a vyhodnocování. Údaje se různě registrují, zapisují atd. a následně se zpracovávají do tabulek, grafů aj. Sčítají se škály u uzavřených otázek a třídí se odpovědi otevřených otázek. Je potřebné zajistit kvalitu a přehledné uspořádání vyhodnocených dat, jelikož se tak lépe interpretují výsledky. (Havlíčková, 2015, s. 74)

Ve fázi interpretace se vysvětlují získané údaje, dávají se do souvislosti s dosavadním poznáním a uvádí se využitelnost v praxi. Je doporučeno navrátit se ke stanoveným

hypotézám a cílům a ne/potvrdit tak jejich interpretaci. Ke slovnímu vyjádření je vhodné doplnit pro přehlednost grafickou podobu pomocí grafu, či tabulky. (Havlíčková, 2015, s. 74)

## 5 SWOT ANALÝZA

SWOT analýza nebo také analýza vnitřního a vnějšího prostředí je jednou z nejnámějších a nejpoužívanějších analýz prostředí. Jejím cílem je identifikovat míru současné strategie firmy a její specifická silná a slabá místa a také výrazné příležitosti a ohrožení, které firma může využít či případně jim musí čelit. (Horáková, 2014, s. 77; Jakubíková, 2013, s. 129) Kaňáková (2008, s. 141-142) doplňuje, že se jedná o velice všestrannou analýzu, kterou je možné použít nejen pro pracovní, ale i osobní témata a napomáhá člověku vyznat se v sobě samotném a dosahovat lepších výsledků na úrovni pracovního i soukromého života.

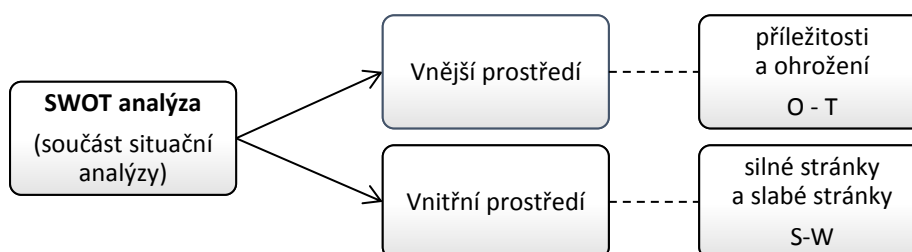
SWOT analýza se skládá z kombinace dvou analýz:

- analýza SW – silné a slabé stránky týkající se prostředí uvnitř firmy;
- analýza OT – příležitosti a hrozby přicházející z vnějšího prostředí.

Dle Jakubíkové (2013, s. 129) je při použití SWOT analýzy nejdříve vhodné začít analýzou OT, která obsahuje analýzu **makroprostředí** (zahrnuje ekonomické, sociálně-kulturní, politicko-právní, technologické faktory), a **mikroprostředí** (zde spadají zákazníci, dodavatelé, odběratelé, konkurence aj.). V dalším kroku poté provést analýzu SW zahrnující cíle, systémy, firemní zdroje, materiální prostředí, mezilidské vztahy a další faktory vnitřního prostředí firmy.

Horáková (2014, s. 77) upřesňuje zkratku pojmu SWOT značící začáteční písmena anglických termínů:

- S = Strengths – silné stránky
- W = Weaknesses – slabé stránky
- O = Opportunities – příležitosti
- T = Threats – ohrožení



Obr. 2. Marketingové prostředí a SWOT analýza (vlastní zpracování, 2020 dle Paulovčáková, 2015, s. 79)

**Silné stránky**

Do silných stránek patří faktory výrazně ovlivňující prospěšnost a úspěšnost organizace. Firmě vytvářejí konkurenční výhodu. Pro organizaci mohou být silnými stránkami know-how, silná značka nebo například nízké výrobní náklady. (Paulovčáková, 2015, s. 85)

**Slabé stránky**

Druhou stránkou analyzující vnitřní prostředí jsou slabé stránky, které pro firmu představují omezení, nedostatky, kritická místa a další faktory bránící efektivnímu výkonu organizace. Může se jednat o špatnou pověst podniku, málo kvalifikované lidské zdroje a jiné faktory. Je snahou slabé stránky potlačovat, aby nepřevažovaly nad silnými stránkami nebo aby neohrozily příležitosti či neposílily vliv hrozeb. (Kaňáková, 2008, s. 142; Paulovčáková, 2015, s. 85)

**Příležitosti**

Jde o využívání silných stránek pro posílení a využití příležitostí. Je potřeba dávat pozor na to, aby příležitosti nebyly ohroženy slabými stránkami. (Kaňáková, 2008, s. 142)

**Hrozby**

Je zde snaha o vyhodnocení jejich významnosti, omezení vlivu hrozeb a slabých stránek s využitím silných stránek. (Kaňáková, 2008, s. 142)

## SHRNUTÍ POZNATKŮ Z TEORETICKÉ ČÁSTI

V teoretické části této diplomové práce byly zpracovány poznatky týkající se především cestovního ruchu a marketingu cestovního ruchu. Poznatky pocházejí z různých prostudovaných literárních děl, jejichž obsah je východiskem ke zpracování následující praktické části.

První kapitola teoretické části byla věnována cestovnímu ruchu. Kromě definice samotného pojmu – „cestovní ruch“, zde byla uvedena také typologie cestovního ruchu, při níž bylo zjištěno, že autoři různých děl se neshodují na konkrétním vymezení druhu a formy cestovního ruchu. Autorů zabývajících se cestovním ruchem je celá řada, přičemž mezi nejčastěji publikované patří Hesková, Ryglová, Vajčnerová a Zelenka. Cestovní ruch je potřeba rozvíjet, proto v této kapitole byly uvedeny také předpoklady ovlivňující odvětví cestovního ruchu.

Další a nejobsáhlejší kapitola byla věnována marketingu cestovního ruchu. Ze všeho nejdříve byl definován marketing jako takový a poté marketing zaměřený na cestovní ruch. Dalším tématem byl marketingový mix, který se v souvislosti s cestovním ruchem vyskytuje v rozšířené podobě osmi „P“. Větší pozornost pak byla věnována marketingové komunikaci. Autoři v této části přisuzovali největší význam vztahům s veřejností a osobnímu prodeji. Část kapitoly byla věnována segmentaci trhu a atraktivitě turistické destinace, jakožto pomocné složce k rozvoji cestovního ruchu. Následující část se zaměřovala na marketing měst a obcí a jeho marketingový mix, neboť s obcí se bude v praktické části spolupracovat. Jelikož se tato diplomová práce bude zabývat budováním naučné stezky, třetí kapitola patřila právě tomuto tématu. Autoři disertačních a metodických manuálu pro tvorbu naučných stezek vymezili také určitou typologii naučných stezek. Starší literatura pohlíží zejména na výchovně vzdělávací oblast a údržbu naučných stezek.

Dvě poslední kapitoly obsahují praktické poznatky k metodám, které budou použity v rámci analytické části diplomové práce.

Veškeré tyto poznatky získané v teoretické části jsou důležitými zdroji pro vypracování praktické části zaměřené na vybudování naučné stezky v obci Horní Bečva.



## **II. PRAKTICKÁ ČÁST**

## 6 ANALÝZA OBCE HORNÍ BEČVA

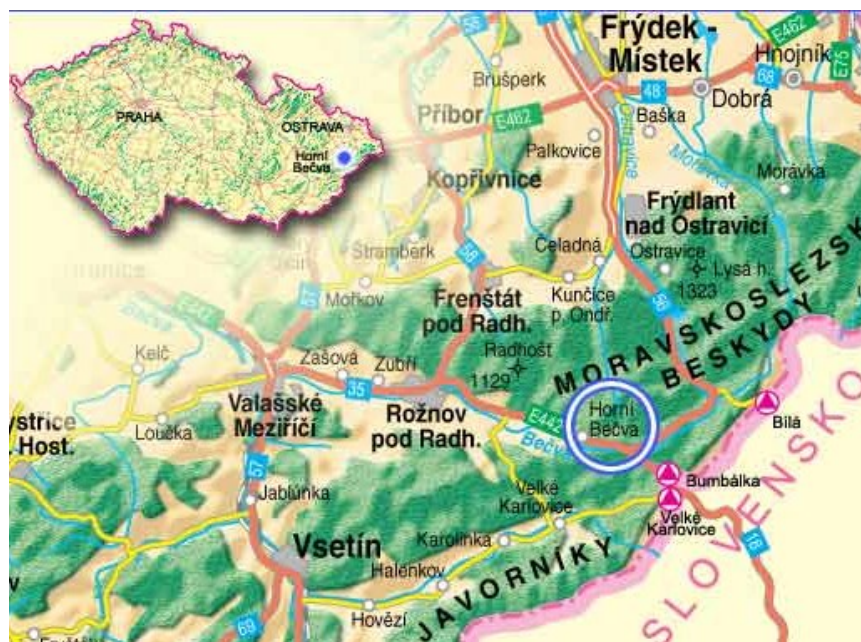
V praktické části je nejprve provedena analýza obce Horní Bečva (zkráceno HB). Kapitola se zaměřuje na zhodnocení všeobecné charakteristiky obce Horní Bečva a na předpoklady cestovního ruchu v obci. V závěru kapitoly je také analýza návštěvnosti Zlínského kraje.

### 6.1 Historie obce

Od druhé poloviny 16. století začalo být osídlováno údolí Rožnovské Bečvy. Podstatnou roli při osídlování sehráli především rožnovští měšťané a zámožní sedláci z okolních vsí. Budovali zde především pole a paseky, na kterých později vznikaly trvale obydlené pasekářské usedlosti. První písemná zmínka o obci Horní Bečva se nachází v gruntovní knize Valašského Meziříčí a pochází z roku 1659. Koncem 17. století se obyvatelé obce živilí převážně lesními pracemi, sběrem plodů (borůvek, malin, hub aj.), chovem ovcí ale také výrobou šindelů a dřevěného nádobí. V roce 1792 byl vybudován kostel zasvěcený Janu a Pavlu a také byla zřízená fara, ve které probíhalo školní vyučování. V letech 1849–1960 patřila obec k politickému okresu Valašské Meziříčí, s výjimkou let 1855–1868, kdy byla součástí tzv. smíšeného okresu Rožnov pod Radhoštěm. Součástí politického a soudního okresu Vsetín je obec od roku 1960. Velký rozvoj obce nastal po druhé světové válce, tedy po roce 1945, kdy bylo v obci vybudováno mnoho rodinných domů, zřízena byla nová budova pošty a obvodního oddělení Veřejné bezpečnosti, požární dům, měšťanská škola, mateřská škola a další. (Povídání, ©2017)

### 6.2 Poloha obce Horní Bečva

Obec Horní Bečva leží ve Zlínském kraji v půvabné Valašské krajině, konkrétně v Chráněné krajinné oblasti Beskydy. Jedná se o příhraniční okrajovou oblast. Rozkládá se po obou březích horního toku Rožnovské Bečvy, která odděluje pásmo Vsetínských vrchů od Beskyd. Pouhých 12 kilometrů od obce se nachází město Rožnov pod Radhoštěm, které je proslaveno především Valašským muzeem v přírodě. Horní Bečva je typickou horskou obcí s nadmořskou výškou v centru 505 m n. m. Nejvyšším vrcholem je Vysoká se 1024 m n. m. Díky svému horskému charakteru je obec i poměrně rozlehá. (Obec Horní Bečva, ©2017)



Obr. 3. Poloha obce HB (Dopravní přístupnost obce Horní Bečva, 2008)

### 6.2.1 Rajonizace

Obec Horní Bečva leží na východě České republiky (NUTS 0, NUTS I) a náleží do NUTS II Střední Morava, jejíž území je tvořeno Olomouckým a Zlínským krajem (NUTS III). Konkrétněji obec spadá do okresu Vsetín (NUTS IV) a základní územní jednotkou je samotná obec Horní Bečva (NUTS V).

Obec HB je také součástí Mikroregionu Rožnovsko, do kterého dále patří obce Dolní Bečva, Hutisko-Solanec, Prostřední Bečva, Valašská Bystřice, Vidče, Vigantice a města Rožnov pod Radhoštěm a Zubří.

## 6.3 Analýza předpokladů cestovního ruchu v obci Horní Bečva

Kapitola je zaměřena na předpoklady cestovního ruchu v obci Horní Bečva, a to konkrétně na selektivní, lokalizační a realizační předpoklady.

### 6.3.1 Selektivní podmínky

Do kategorie selektivních (také stimulačních) podmínek patří objektivní faktory (politické, ekonomické, demografické a další) a subjektivní faktory, kde je možné zařadit image a propagaci obce.

### **Politické a bezpečnostní podmínky**

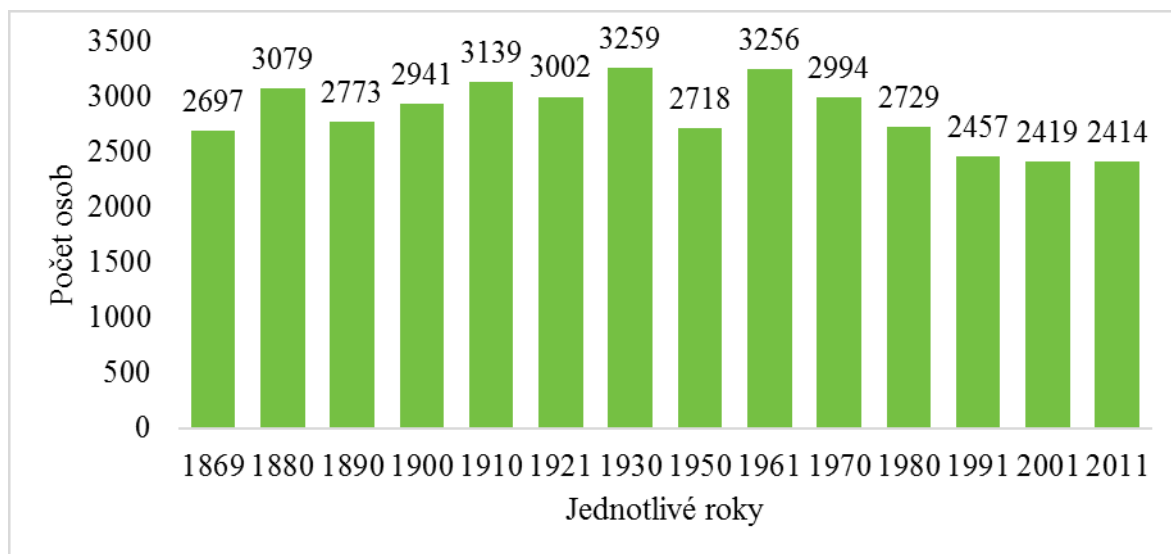
Podle *Koncepce prevence kriminality ve Zlínském kraji na léta 2018–2022* (©2020) patří celý okres Vsetín (do kterého spadá i obec HB) do oblasti s poměrně vysokou kriminalitou. Důvodů poměrně vysoké kriminality na Vsetínsku může být mnoho, mimo jiné například přítomnost významné komunikace vedoucí napříč okresem (č. I/35, I/57) směrem na Slovensko, případně atraktivita regionu, vzájemící na sebe vysoký počet návštěvníků a jejich migraci.

Obec Horní Bečva spadá do obvodního oddělení policie ČR Rožnova pod Radhoštěm společně s dalšími obcemi spadajícími do oblasti Mikroregionu Rožnovsko. Horní Bečva disponuje svojí vlastní policejní stanicí s územní působností pro obce Hutisko-Solanec, Prostřední Bečva a Dolní Bečva. (Policie České republiky – KŘP Zlínského kraje, ©2019)

Od roku 2016 je hejtmanem Zlínského kraje pan Jiří Čunek. Starostou obce Horní Bečva je od listopadu roku 2014 pan Bc. Rudolf Bernát.

### **Demografické podmínky**

Ze sčítání lidu od roku 1869 vyplývá, že v obci HB dochází ke střídavému růstu a poklesu obyvatel. Z obrázku č. 4 je zřejmé, že mezi lety 1910–1921 a roky 1930–1950 došlo k poklesu obyvatelstva, což mohlo být zapříčiněno následky první a druhé světové války. Zároveň nejvíce obyvatel bylo v obci HB v roce 1930. V padesátých letech 20. století začal stav obyvatelstva opět růst, přičemž příčinou mohla být mobilita obyvatelstva díky tehdejší době. Od šedesátých let 20. století obec zaznamenala další pokles obyvatelstva, přičemž klesající trend přetrvává až do posledního sčítání lidu v roce 2011. Důvodem zmíněného poklesu může být například stěhování lidí do velkých měst.



Obr. 4. Historický přehled vývoje počtu obyvatel dle výsledků sčítání lidu 1869-2011 (Veřejná databáze, ©2020a)

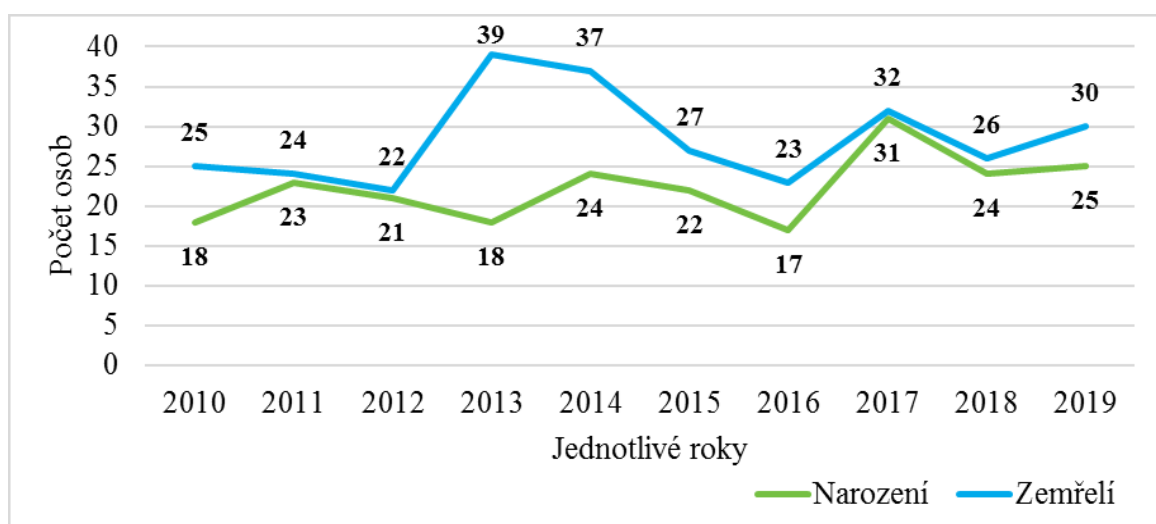
Český statistický úřad má k dispozici údaje o stavu obyvatelstva k 31.12. určitého roku (viz. tabulka 1), kdy rozlišuje počet obyvatel dle pohlaví a věkových skupin. V uvedené tabulce lze vidět, že v letech 2015-2018 počet obyvatel mírně roste, přičemž struktura dle pohlaví zůstává neměnná s mírnou převahou mužského pohlaví. Co se věkové kategorie týče, největší podíl na obyvatelstvu Horní Bečvy má věková kategorie osob ve věku 15-64 let. Druhou nejpočetnější skupinou jsou senioři nad 65 let a v neposlední řadě mají zhruba 15% podíl na obyvatelstvu Horní Bečvy děti v předproduktivním věku. Průměrný věk obyvatel se v průběhu analyzovaných let takřka nemění. Má rostoucí tendenci v rámci desetinných míst, pouze v roce 2017 dochází k jeho poklesu o jednu desetinu oproti předchozímu roku.

Tab. 1. Stav obyvatel Horní Bečvy k 31.12 (Veřejná databáze, ©2020a)

		2015	2016	2017	2018
<b>Počet obyvatel celkem</b>		2434	2455	2460	2461
<b>V tom podle pohlaví</b>	muži	1237	1243	1238	1231
	muži v %	50,8	50,6	50,3	50,02
	ženy	1197	1212	1222	1230
	ženy v %	49,2	49,4	49,7	49,98
<b>V tom ve věku (let)</b>	0-14	341	354	360	366
	15-64	1575	1568	1558	1538
	65 a více	518	533	542	557
<b>Průměrný věk</b>		43,7	43,9	43,8	44,1

K datu 31.12.2019 byl stav obyvatelstva v obci 2451 obyvatel. Stejný údaj platí také k datu 1.1.2020, přičemž 50,1 % z nich představují muži a 49,9 % reprezentují ženy. Děti do 14 let včetně je k datu 1.1.2020 v obci 376, mladiství od 15-18 let jsou zastoupeni počtem 65 osob a 2010 zbývajících osob jsou dospělí včetně seniorů. Průměrný věk obyvatel je k datu 1.1.2020 43,6 let. Katastrální výměra obce činí 4241 ha. Podílem počtu obyvatel a katastrální výměry lze zjistit hustotu zalidnění obce, která je poměrně nízká s hodnotou 57,7 obyvatel na kilometr čtvereční. Důvodem nízkého osídlení je sídelní struktura charakteristická pro území ovlivněné horskými podmínkami. (Horní Bečva; Hornobečvanský zpravodaj, 2020, s. 6)

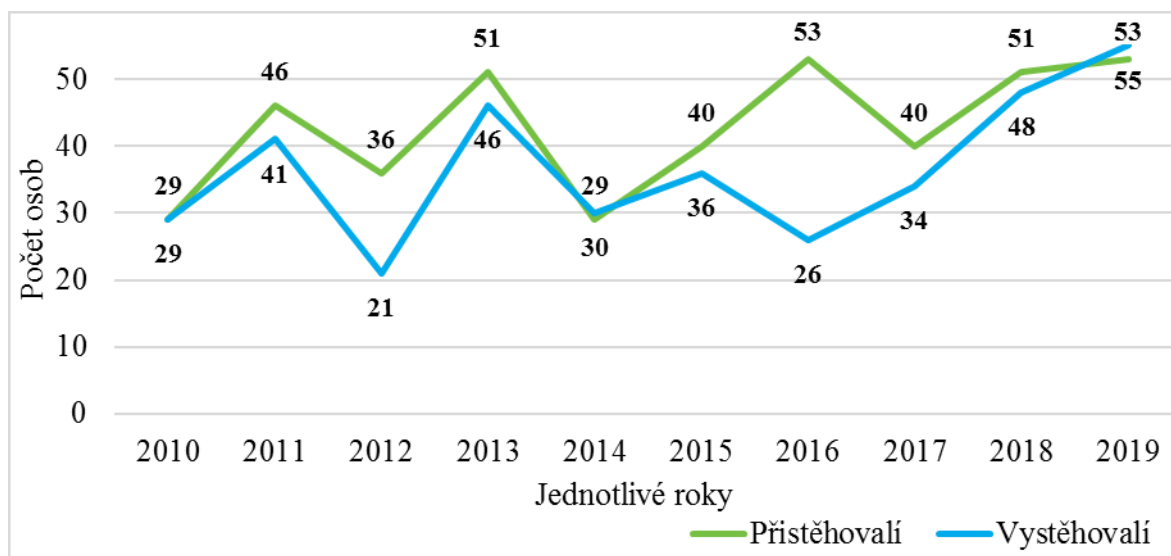
Z vývoje porodnosti a úmrtnosti za léta 2010-2019 znázorněném na obrázku č. 5 je patrný trend nižší porodnosti oproti úmrtnosti. Mezi léty 2010-2016 lze vypočítat kolísající charakter porodnosti, nicméně v roce 2017 počet narozených vzrostl ze 17 narozených dětí (rok 2016) na hodnotu 31 narozených dětí. Lze tedy považovat rok 2017 za silný ročník v obci HB. Co se úmrtnosti týče, největší rozdíl nastal v mezi léty 2012 (22 zemřelých) a 2013 (39 zemřelých). Následující tři roky byly klesajícími co do počtu zemřelých, až v roce 2017 jejich počet opět narostl stejně tak, jako tomu bylo u narozených. V roce 2019 se narodilo 25 dětí a zemřelo 30 obyvatel obce HB.



Obr. 5. Vývoj porodnosti a úmrtnosti v obci HB (Veřejná databáze, ©2020a; Hornobečvanský zpravodaj, 2020, s. 6)

Z pohledu počtu nastěhovaných a vystěhovaných osob jsou z obrázku č. 6 v letech 2010–2015 vidět střídavé charaktery u obou křivek. V roce 2016 lze vypočítat největší rozdíl mezi oběma skupinami – přistěhovalo se 53 osob a 26 se jich vystěhovalo, přírůstek stěhování byl v tomto roce tedy 27 osob. Od roku 2017 počty obou sledovaných křivek

rostou. V posledním zaznamenaném roce se počet přistěhovalých a vystěhovalých rovnal téměř stejné hodnotě, nicméně byl zaznamenán migrační úbytek, a to v počtu dvou osob.



Obr. 6. Počet obyvatel nastěhovaných a vystěhovalých v obci HB (Veřejná databáze, ©2020a)

### 6.3.2 Lokalizační podmínky

Lokalizační podmínky je možné rozdělit na dvě skupiny – přírodní podmínky a podmínky společenského charakteru.

#### Přírodní podmínky

##### *Klima a vodstvo*

Obec Horní Bečva je pro svou geografickou polohu poměrně vyhledávaným místem jak k letní, tak i zimní rekreaci. Na cestovní ruch v určité oblasti má nemalý vliv tamější klima, a to především teplota vzduchu, srážky, délka slunečního svitu (v letní sezóně) a sněhová pokrývka v zimní sezóně.

Jelikož je Horní Bečva typicky horskou obcí, podmínky pro zimní sezónu jsou většinou příznivé. Zimní sporty se provozují zpravidla od prosince do března a jejich nabídka je opravdu pestrá.

Celoročně mohou návštěvníci, ale i občané využívat množství značených turistických tras k výletům, procházkám a cykloturistice, které také mohou vést po horských hřebenech přes Soláň, Pustevny, Radhošť, Lysou Horu až k vrcholům Malého Javorníku.

Na katastrálním území Horní Bečvy se nachází pramen Rožnovské Bečvy. Řeka pramení v nadmořské výšce 950 m ve Vsetínských vrších na severním úbočí hory Vysoká (1024 m).

K prameni vede turisticky značená stezka, je možné ho tedy navštívit. Soutokem Rožnovské Bečvy a Vsetínské Bečvy ve městě Valašské Meziříčí se stává řeka Bečva, která se dále vlévá do řeky Moravy. Na Rožnovské Bečvě, tři kilometry východně od středu obce HB, se nachází přehrada (12 ha), která se stala významnou součástí cestovního ruchu v obci. Využívaná je především k rekreaci – ke koupání, k provozování vodních sportů a k rybaření. Její hloubka je až 7 metrů a délka hráze v koruně je 250 metrů. K dispozici jsou dvě větší upravené pláže. Podmínky pro letní pobyt u vody jsou však poměrně krátkého trvání, a to především v letních měsících (červenec, srpen). Ojedinele je teplota vody v přehradě příznivá i v červnu.

Turisticky vyhledávaným pramenem je také Sachova studánka, ležící u silnice I/35, která se vyznačuje velmi dobrou kvalitou vody a lidé si jí často nabírají „do bandasek“.

(Hruban, 2015; Socioekonomická analýza obce Horní Bečva, 2017)

#### *Přírodní zajímavosti*

Kromě toho, že obec spadá do CHKO Beskydy, je možné navštívit tři maloplošné přírodní památky, které se v katastru obce nachází. Jsou jimi: Kladnatá – Grapy, Kudlačena a Pod Juráškou.

- **Přírodní památka Kladnatá – Grapy** – nachází se v nadmořské výšce 765–880 m a její rozloha činí 62,82 ha. Přírodní památkou je od roku 1999. Tvořena je podmáčenými smrčiny s pestrou mozaikou různých stanovišť, balvanitými svahy se skalními výchozy, rašeliništi a prameništi. Rozmanitost půdních typů a výskyt vzácných a ohrožených druhů rostlin v této oblasti jsou motivem ochrany tohoto území. Oblast je také areálem výskytu rysa ostrovida.
- **Přírodní památka Kudlačena** – přírodní památkou je od roku 1988 a její rozloha činí 5,48 ha. Je tvořena podhorskými, převážně mokřými a rašelinnými loukami s prameništi a několika tůněmi nad údolím potoka Dížená. Specifické podmínky umožnily v této oblasti vznik mokřadního společenstva, jehož součástí je také několik zvláště chráněných druhů. Přírodní památka se nachází v nadmořské výšce 645–695 metrů.
- **Přírodní památka Pod Juráškou** – území s rozlohou 1 ha je nejstarší přírodní památkou v oblasti vyhlášenou roku 1952. Tvořena je silně podmáčenou rašelinnou loukou pod prudkým svahem vrchu Kotelnice v údolí potoka Kněhyně. Hlavním



motivem ochrany tohoto území je zachování mokřadního společenstva s výskytem vstavačovitých rostlin.

(Socioekonomická analýza obce Horní Bečva, 2017)

### **Kulturní zařízení (vybavenost):**

V obci se nachází několik objektů kulturní vybavenosti. Nejatraktivnějším z nich je především Kulturní dům, ve kterém jsou pořádány přednášky a besedy různého typu, promítány filmy a jsou hrány divadla nejen z ochotnických spolků okolních obcí a měst, ale i hostitelské představení (například pražské, ostravské a další divadla). Kulturní dům se nachází přímo v centru obce a jeho součástí je i nově zřízená kavárna/cukrárna/vinárna LuCafe, která příležitostně pořádá různé přednášky a degustace.

Velkým podílem se na kulturních akcích obce podílí místní knihovna, která například pořádá besedy pro děti z mateřských škol a žáky základní školy, přednášky pro dospělé, zajišťuje loutková představení pro děti a další. Mimo knih je možné si vypůjčit některé časopisy nebo deskové hry. Knihovna navíc slouží jako zázemí pro přípravu zpravodaje obce Horní Bečva. Zpravodaj vychází periodicky každý měsíc a nacházejí se v něm užitečné zprávy ohledně dění v obci, pozvánky na připravující se akce, kulturní program na další měsíce a mnoho dalšího. Součástí knihovny je i Informační centrum (zkráceně IC) pro turisty, kde je možnost si zakoupit drobné upomínkové předměty, mapy, pohlednice a další. Následující tabulka č. 2 zobrazuje počet návštěvníků informačního centra v letech 2017-2019. Lze vidět, že počet návštěvníků IC neustále roste. Největší počet návštěvníků informačního centra je ve třetím čtvrtletí (tedy v červnu, červenci a srpnu) a jejich počet je o více než 1000 návštěvníků více než v ostatních čtvrtletích. Z toho lze usuzovat, že obec je turisticky atraktivní především v období 3. čtvrtletí.

V roce 2017 proběhla rekonstrukce místní sokolovny, která nyní slouží jako prostor pro veřejné kulturně-společenské a vzdělávací akce.

(Socioekonomická analýza obce Horní Bečva, 2017)

Tab. 2. Počet návštěvníků IC v obci HB  
(Hornobečvanský zpravodaj, 2020, s. 9)

	2017	2018	2019
1. čtvrtletí	231	142	197
2. čtvrtletí	196	588	422
3. čtvrtletí	1295	1607	1758
4. čtvrtletí	106	141	190
<b>Celkem</b>	<b>1828</b>	<b>2478</b>	<b>2567</b>

### Kulturní, společenské a sportovní akce a zajímavosti

Kromě promítání filmů a hraní divadel se v obci pořádá mnoho akcí různého typu. Poměrnou část z nich zajišťuje „Spolek Ohlá klika“. Několikrát do roka zmíněný spolek pořádá cestovatelské přednášky zvané „Promítání s Klikou oklikou“, kde členové spolku či jejich kamarádi vypráví zážitky ze svých cest po světě a seznamují veřejnost s tamější kulturou a zvyky. Během roku také pořádají různé sportovní akce a turnaje. Mimo jiné spolek každoročně pořádá:

- **Bečvanské gruntování** – každoročně ke Dni Země je pořádána akce, do které se může zapojit veřejnost za účelem úklidu obce Horní Bečvy, obce Prostřední Bečvy nebo obce Dolní Bečvy.
- **Valašský orient'ák a miniFEST** – v roce 2019 se konal již 15. ročník této akce. Jedná se o orientační závod na horských kolech. Závodníci jsou rozděleni do různých kategorií (dle věku, dle pohlaví aj.). Účastníci sbírají body na jednotlivých, předem určených, stanovištích, které se nacházejí v různých nadmořských výškách. Dle počtu bodů a zvládnutých míst jsou vyhlášeni vítězové. Večer jsou přichystány koncerty různých žánrů.

Další organizací, která se zaměřuje na pořádání sportovních akcí, na lekce zaměřené na zimní sporty, Nordic Walking, koloběh, cyklistiku a reklamní činnosti je SWAH. Provozují také půjčovnu a prodej koloběžek. Mezi akce, na kterých se tato organizace podílí patří:

- **Setkání na Kotlové** – v roce 2019 proběhl již pátý ročník této akce. Setkání na Kotlové je akcí se soutěžním kláním čtyř obcí (Horní Bečva, Prostřední Bečva, Hutisko-Solanec a Velké Karlovice) a Pasekářů s hudebním doprovodem cimbálové muziky. Soutěžní týmy jednotlivých obcí mezi sebou soupeří v pasekářských

soutěžích, například v řezání dřeva, kosením trávy, pивní štafetě, přetahování lana a další.

- **Bobcross** – jedná se o závod dospělých lidí na dětských plastových bobech s benefičním charakterem. Šestý ročník této akce se měl uskutečnit v březnu 2020, kvůli nepřízní počasí však musel být zrušen.

Tradiční akcí pořádanou obcí Horní Bečva a spolkem Šorstýn, je **Haferobraní**. Jelikož se obyvatelé Bečvy již od minulosti zabývají sběrem borůvek (na Valašsku jsou nazývány jako hafery), byla vytvořena tato akce. Na slavnosti je možné ochutnat různé, i netradiční, pokrmy z borůvek, například hafero-knedle, hafero-zelo, moučníky z borůvek, dále také haferové pivo, víno a mnoho dalšího.

Jistou tradici má na Horní Bečvě také **Macurův memoriál**. Jedná se o běžecký závod, který připomíná osobnost Josefa Macuru a historii obce z druhé světové války. Koná se většinou 4. května a připomíná tak den osvobození obce Horní Bečva (4. 5. 1945).

### **Památky**

Nejstarší památkou obce je Farní kostel sv. Jana a Pavla z roku 1792. Dále se v obci nachází dvě nemovité kulturní památky. Jedna z nich je venkovská usedlost (č.13912/8-242: číslo popisné 289), která však byla přenesena do Valašského muzea v přírodě v nedalekém Rožnově pod Radhoštěm. Druhou z nich je památník na Kladnaté, postaven na místě bývalé usedlosti Tkáčových, která byla vypálena po přestřelce mezi partyzány a německými vojáky na podzim roku 1944. (Socioekonomická analýza obce Horní Bečva, 2017)

### **6.3.3 Realizační podmínky**

Obec HB poskytuje svým obyvatelům relativně široké portfolio služeb. Zastoupená je zde zdravotnická péče včetně lékárny. Nezbytnou součástí obce je také pošta, policejní stanice, hasičská stanice, základní a mateřská škola či autoservis a čerpací stanice. Samozřejmostí je pak nabídka několika obchodů s potravinami a drogérii. V samotném centru obce je také bankomat, obchod s oděvy, a již zmíněná knihovna, jejíž součástí je také informační centrum, které spolupracuje s několika sousedními obcemi a městy a mohou tak návštěvníkům poskytnout rady a tipy k výletům či ubytování a mnoho dalšího. Součástí obce je také již zmíněné kulturní zařízení včetně kina, kavárna s cukrárnou a mnoho dalších služeb. (Služby, ©2017)

Údržbu místních komunikací, zeleně, hřbitova, svoz a likvidaci komunálního odpadu a další místní provozy infrastruktury obce zajišťuje firma Služby HB s.r.o. (O nás, ©2010)

### Doprava

- **Automobilová doprava** – obec se rozkládá kolem silnice I. třídy číslo E442 (část silnice I/35) vedoucí z Valašského Meziříčí – Rožnov pod Radhoštěm – Makov (zde se nachází hraniční přechod do Slovenské republiky) až do Žiliny. Jedná se o poměrně kvalitní a dosti frekventovanou komunikaci, která má zásadní význam pro přístupnost obce a jejího širšího okolí.
- **Autobusová doprava** – místní dopravní linku Rožnov pod Radhoštěm – Horní Bečva zajišťuje společnost ČSAD Vsetín. Další společnost Arriva Morava a.s. zajišťuje přímou linku Ostrava – Horní Bečva. Na území obce HB se nachází celkem sedm autobusových zastávek.
- **Železniční doprava** – v obci HB železniční doprava není. Nejbližší železniční stanice se nachází v Rožnově pod Radhoštěm, kde zároveň končí trať Českých drah č. 281 (Valašské Meziříčí – Rožnov pod Radhoštěm). V Rožnově pod Radhoštěm spolu vlakové a autobusové nádraží „sousedí“, není proto problém uskutečnit rychlý přestup.

(Socioekonomická analýza obce Horní Bečva, 2017)

- **Cyklodoprava** – obcí Horní Bečva prochází cyklistická stezka o délce 2,8 kilometrů, která je součástí cyklostezky Bečva. Cyklostezka Bečva se skládá ze tří hlavních úseků: Velké Karlovice – Valašské Meziříčí (56,8 km), Horní Bečva – Valašské Meziříčí (30,8 km), Valašské Meziříčí – Tovačov (65 km). Její celková délka je 152,6 km a vede od pramene Rožnovské či Vsetínské Bečvy až po soutok Bečvy s řekou Moravou. Jelikož je povrch cyklostezky živičný, je vhodná také pro in-line bruslaře. Cyklistická stezka je také oblíbeným prostředkem pro denní dopravu do zaměstnání. V letní měsících je možné také využít cyklobusy, které cyklisty přepraví na trase z Přerova až na Bumbálku (blízkost hraničního přechodu do Slovenské republiky).

(O cyklostezce, ©2018; Socioekonomická analýza obce Horní Bečva, 2017)

**Materiálně-technická základna***Ubytovací služby*

Následující tabulka č. 3 zobrazuje kapacitu a návštěvnost hromadných ubytovacích zařízení v Horní Bečvě v letech 2014-2019. Lze vidět, že do roku 2016 počet zařízení narůstal, nicméně v roce 2017 jejich počet klesl na hodnotu 24. V roce 2019 počet zařízení vzrostl na počet 26 zařízení. Poslední zaznamenaný rok je také nejvyšším rokem co do počtu všech sledovaných faktorů. Oproti roku 2018 vzrostl počet hostů v ubytovacích zařízeních v roce 2019 o více než šest a půl tisíc, na konkrétních 47 831 hostů, což je největší počet od roku 2014. Kromě hromadných ubytovacích zařízení se v katastru obce nachází více než 600 soukromých (individuálních) a více než sto podnikových chat. Kromě toho také místní lidé poskytují často ubytování ve svých rodinných domech. Hotely a penziony jsou převážně situovány v blízkosti přehrady nebo lyžařských vleků. (Socioekonomická analýza obce Horní Bečva, 2017)

Dle podrobnější analýzy z Českého statistického úřadu vyplývá, že nejvíce (z 26 zařízení v roce 2019) spadá do kategorie „ostatní hromadná ubytovací zařízení“ v počtu 10. Penzionů se na Horní Bečvě nachází šest, hotel se 4\* pouze jeden, hotely se 3\* jsou čtyři a tři hotely jsou s označením 2\*. V obci je také k dispozici kemp, nacházející se v blízkosti přehrady, a turistická ubytovna.

*Tab. 3. Kapacita a návštěvnost hromadných ubytovacích zařízení v Horní Bečvě v letech 2014-2019 (Veřejná databáze, ©2020b)*

	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>
<b>Počet zařízení</b>	27	28	29	24	25	26
<b>Pokoje</b>	538	554	559	472	482	509
<b>Lůžka</b>	1636	1629	1635	1387	1370	1480
<b>Hosté</b>	32923	38303	40570	31392	41179	47831
<b>Z toho nerezidenti</b>	2997	5722	7304	4276	3206	6930
<b>Přenocování</b>	92333	108167	105741	83123	97067	111938
<b>Z toho nerezidenti</b>	7008	10325	11664	8020	6984	14320
<b>Průměrný počet přenocování (noci)</b>	2,8	2,8	2,6	2,6	2,4	2,3

### *Stravovací služby*

Co se stravování v této oblasti týče, je možné si vybrat z několika místních restaurací. Mezi nejznámější pravděpodobně patří Penzion Staré časy, který se zaměřuje na tradiční českou kuchyni v moderním pojetí. Zároveň je tento penzion poměrně vyhledávaným místem k pořádání společenských akcí, jako jsou svatby, oslavy aj., nejen rezidenty, ale i nerezidenty obce. Druhým nejznámějším nejen stravovacím zařízením, který se nachází na trase Horní Bečva – Slovensko a je tak častou zastávkou návštěvníků je Relax Hotel Valaška. Již název hotelu napovídá, že interiér restaurace a celého hotelu má valašský podtext. Základním materiálem vybavení je dřevo. Taktéž restaurace se zaměřuje na tradiční valašská jídla, nicméně své „místo“ si tu našla i moderní kuchyně. Mezi další stravovací zařízení patří například: Motorest Bečvan, Hotel Duo, Penzion Silverado, Penzion Pod přehradou a další.

### *Kulturní a sportovní zařízení*

Mezi kulturní zařízení patří již výše zmíněna knihovna společně s informačním centrem či Kulturní dům. Dále do této kategorie patří také místní Sokolovna, jejíž spodní patro slouží jako „základna“ pro místní fotbalový tým a jejich soupeře. Součástí sokolovny je také bufet. Zdejší fotbalové hřiště disponuje rozměry 105 x 60 metrů a jeho kapacita je až 1500 diváků (z čehož 200 sedících míst). Součástí areálu sokolovny je také hřiště pro plážový volejbal nebo pumptrack.

Pronajmout si je možné i sportovní halu (resp. tělocvičnu), která se nachází na Základní škole T.G. Masaryka. Škola nabízí také možnost pronájmu víceúčelového venkovního hřiště, které se nachází hned vedle ní.

Nejvíce vyhledávanými a taky utvářejícími zdejší cestovní ruch jsou zimní sporty, a s nimi související lyžařské areály. Jsou uzpůsobeny tak, aby vyhovovaly pokročilejším lyžařům ale i začátečníkům či rodinám s malými dětmi. Na území obce je několik lyžařských vleků:

- Lyžařský areál Rališka;
- Lyžařský areál Solisko;
- Lyžařský areál Kubiška;
- Ski areál U Sachovy studánky;
- Ski areál Mečová;
- Lyžařská sjezdovka Martiňák.

Jednotlivé lyžařské areály se odlišují svým technickým zázemím a nabídkou doplňujících služeb, jako jsou například půjčovny, ski servisy, lyžařské školy a další. Ski areál U Sachovy studánky má také dětský park s pohádkovými a zvířecími postavami, různými průjezdy a provazovým vlekem.

Mimo lyžování poskytuje oblast Horní Bečvy vhodné podmínky pro běžecké tratě. Hřebeny zdejších hor jsou značeny turistickými značkami, tudíž není problém s orientací. Běžecké tratě se liší svojí délkou i obtížností. Jednou z nejvyhledávanějších běžkařských tratí je trasa Martiňák – Pustevny v délce 8 kilometrů se 173 metry převýšení. Oblíbená je také 15 kilometrů dlouhá trasa Bumbálka – Soláň. Mnoho tras je také upraveno i pro cykloturistiku.

Po turistických stezkách je možné se vydat v jakémkoliv ročním období a užívat si půvaby Valašska, krásnou krajinu, voňavou přírodu a klidné prostředí.

Mezi další sportovní a zábavné využití volného času, které se dá v obci realizovat je:

- bowling (Retaso spol. s.r.o., Hotel Bečva);
- koňská jízďárna (Penzion Pod přehradou);
- tenisové kurty (Hotel Mesit, Hotel Bečva a další soukromé hřiště);
- vnitřní nebo vnější bazén (Hotel Duo, Hotel Mesit, Endemit Boutique Hotel a Spa a další).

#### **6.4 Analýza návštěvnosti Zlínského kraje**

Co se týká návštěvnosti celého Zlínského kraje, z dat Českého statistického úřadu zveřejněných 7.2.2020 vyplývá, že návštěvnost Zlínského kraje roste. Zvyšuje se jak počet příjezdů, tak i počet přenocování. Za rok 2019 se ve Zlínském kraji v hromadných ubytovacích zařízeních ubytovalo 808,9 tisíc hostů, což je o 29,8 tisíc návštěvníků (resp. 3,8 %) více než v předchozím roce. Návštěvníci zde strávili celkem 2 270,8 tisíc nocí. Z tuzemska navštívilo Zlínský kraj 84,5 % z celkového počtu návštěvníků. Nicméně počet zahraničních návštěvníků oproti roku 2018 lehce poklesl na 125,2 tisíc osob (to je o 0,2 % méně než v roce 2018). Co se počtu přenocování týče, u domácích hostů se jejich počet zvýšil o 2,3 %, avšak opět došlo ke snížení u zahraničních návštěvníků – zde se počet strávených nocí snížil o 0,4 % na 285,2 tisíce nocí. Tato hodnota představuje téměř 1,2 tisíc nocí méně než v roce 2018. (Návštěvnost ve Zlínském kraji v roce 2019, 2020)

Mezi 125,2 tisíci návštěvníky, kteří zavítali do Zlínského kraje byli nejvíce zastoupení hosté ze sousedních států České republiky, konkrétně ze Slovenské republiky a to 36 %. Dále byli zastoupeni návštěvníci z Polska (12,5 %), Německa (11,6 %) a Rakouska (4,5 %). Kolem dvou procent se pohybovala návštěvnost z Nizozemí, Francie, Spojeného království, Spojených států amerických, Maďarska, Ruska, Ukrajiny a Itálie. Do kategorie „ostatní“ spadá 17,3 % návštěvníků. (Návštěvnost ve Zlínském kraji v roce 2019, 2020)



## 7 ANALÝZA NAUČNÝCH STEZEK V OKOLÍ

Následující kapitola informuje o naučných stezkách poblíž analyzované obce Horní Bečva. Jedná se o naučné stezky, které jsou zaměřeny zejména na dětské návštěvníky, respektive na rodiny s dětmi. V příloze P I jsou pro přehlednost naučné stezky, zmíněné v této kapitole, vyznačeny v mapě.

### **Kulíšková naučná stezka**

Kulíšková naučná stezka (K NS) se nachází v jedné z největších obcí České republiky – ve Velkých Karlovicích, to je přibližně 20 kilometrů od Horní Bečvy. Byla vytvořena především pro rodiny s dětmi a díky nízkému převýšení jí zvládnou i malé děti či rodiče s kočárky. Kulíšková naučná stezka měří zhruba 2,5 km a po této trase je 11 zastavení. Typickým materiálem pro zástavbu valašské krajiny je dřevo, ze kterého jsou také jednotlivé informační tabule a hrací prvky vyrobeny. Naučná stezka nese jméno po nejmenší sově žijící v České republice, chráněné v rámci celé Evropské unie a hnízdící právě ve Velkých Karlovicích – Kulíšek nejmenší. „Průvodcem“ po stezce je právě Kulíšek, díky kterému se návštěvníci dozvídají na jednotlivých zastaveních o životě zdejších zvířat, jejich potravě, bydlení a mnoho dalších zajímavostí. Součástí zastavení jsou také informační tabule a interaktivní prvky, kde děti dostávají různé hádanky a úkoly. Texty na těchto tabulích jsou také v anglickém jazyce. Na posledním stanovišti je k dispozici automat s krmivem pro ovce, které obývají tamější pastviny. (Kulíšková naučná stezka, ©2020)

### **Naučná stezka Pustevenská ZOO**

Zábavně-naučná stezka „Pustevenská ZOO“ (NS P. ZOO) je v provozu od května roku 2018. Je nenáročná a dlouhá 1,5 km – byla přizpůsobena rodičům s nejmenšími dětmi. Z názvu stezky vyplývá, že je umístěna na Pustevnách, resp. 12 km vzdálena od Horní Bečvy. Na jednotlivých stanovištích jsou umístěny dřevěné sochy zvířat v životní velikosti, například zajíci, rys, jezevec, prasata nebo medvěd. U každého zvířete je informační tabule, kde se návštěvníci mohou dozvědět zajímavosti o daném zvířeti. (Pustevenská Zoo, ©2018)

### **Pašerácká stezka**

Pašerácká stezka (PS) se nachází v obci Bílá v Beskydech (Moravskoslezský kraj) – 14 km od HB. Jedná se o stezku, která chce přiblížit nejen dětem, ale i dospělým, historii pašování v Beskydech. Její délka je necelé dva kilometry. Svým terénem však není vhodná pro rodiny s kočárkem. Aby bylo možné stezku navštívit, je vhodné nejdříve zavítat do informačního

centra, kde je možnost za poplatek a vratnou kaucí pořídit pašeráckou brašnu, která bude pomocníkem dětí pro zdolání stezky. „Vyfasovat“ je možné také pašerácký deník, kde si děti mohou zapisovat své poznámky a plnit úkoly. Dále je potřeba vyjet lanovkou na Zbojník (horní stanice lanové dráhy z Bílé), kde po pár metrech stezka začíná. Po zdolání části stezky lesem se nachází trojce visutých mostů ve výšce až 15 metrů nad zemí, prolézačky, vyhlídka, lanové bludiště a další. U každého stanoviště je poté popis úkolů pro děti. (Stezkou beskydských pašeráků, ©2007-2020; Rodiny s dětmi, ©2019)

Horní stanice lanové dráhy je také výchozím místem **Zbojnického chodníku (ZCh)**. Jeho trasa je kolem tří kilometrů a je vhodná pro pěší turisty a rodiny s dětmi (s kočárkem se zvýšenou opatrností). Po cestě dolů děti odpovídají na různé otázky a učí se o Zbojnicích z Beskyd. (Rodiny s dětmi, ©2019)

### **Poznáváme Valašsko**

V roce 2019 zaujal region Valašsko novou regionální hrou s názvem „Poznáváme Valašsko“ (PV). Ve hře návštěvníci měli za úkol nasbírat alespoň deset razítek z celkového počtu 20 razítek umístěných napříč regionem, a to v termínu 30.6.2019 – 30.9.2019. Cílem bylo nadchnout turisty pro návštěvu i méně známých míst v regionu. Vyzvednutím v infocentru či stáhnutím z internetu si zájemce obstaral hrací kartu, na níž sbíral razítka z předem určených míst. Po odevzdání karty každý účastník získal pamětní list a malou odměnu. Hrací karta ale dále „putovala“ do slosování, kdy se soutěžilo o 176 výher různého druhu. „Průvodcem“ a maskotem hry byl medvěd, pojmenovaný Jura. Nápad zvolit medvěda jako maskota se stal díky mediálně známému případu medvěda, který se toulal tímto regionem. Hra měla poměrně úspěch a v roce 2020 organizátoři chystají uskutečnit druhý ročník. (Valašsko, 2019; V nové hře sbírají turisté razítka, Valašskem je provede medvěd Jura, ©2020;)

### **Další naučné stezky v okolí Horní Bečvy:**

- Naučná stezka Radegast (NS R)
- Naučná stezka Čertův mlýn (NS ČM)
- Naučná stezka Hradisko (NS H)

Tab. 4. Srovnání naučných stezek (vlastní zpracování, 2020)

	<b>K NS</b>	<b>NS P. ZOO</b>	<b>PS</b>	<b>ZCh</b>
<b>Vzdálenost od centra HB</b>	18,4 km	12 km	14,2 km	14,2 km
<b>Délka NS</b>	2,5 km	1,5 km	1,6 km	3 km
<b>Počet informačních tabulí</b>	11	10	X	X
<b>Téma</b>	zábavné, přírodní, naučné	zábavně- naučné	zábavně- naučné	zábavně- naučné
<b>Cílová skupina</b>	rodiny s dětmi	rodiny s dětmi	rodiny s dětmi	rodiny s dětmi
<b>Bezbariérový přístup</b>	ano	ano	ne	s opatrností
<b>Vlastní web. stránka</b>	ano	ano	ano	ano
	<b>PV</b>	<b>NS R</b>	<b>NS ČM</b>	<b>NS H</b>
<b>Vzdálenost od centra HB</b>	dle místa	11,5 km	11,9 km	13,6 km
<b>Délka NS</b>	X	9 km	7 km	3 km
<b>Počet informačních tabulí</b>	X	10	9	11
<b>Téma</b>	polytematické	kulturně, historicko, přírodovědné	kulturně, historicko, přírodovědné	kulturně, historicko, přírodovědné
<b>Cílová skupina</b>	rodiny s dětmi	různá	různá	různá
<b>Bezbariérový přístup</b>	dle místa	ne	s opatrností	ne
<b>Vlastní web. stránka</b>	ano	ne	ne	ne

## 8 DOTAZNÍKOVÉ ŠETŘENÍ

Cílem dotazníkového šetření je zjištění zájmu o nově připravovanou naučnou stezku v obci Horní Bečva, jejímž tematickým podnětem mají být bájně bytosti z oblasti Valašska. Dále byla definována výzkumná otázka, zda lidé navštěvují naučné stezky převážně se svými rodinami (s dětmi, s kočárky).

Dotazníkový průzkum probíhal v období od 18.12.2019 do 31.1.2020. Dotazník byl zveřejněn ve dvou podobách. První formou bylo zveřejnění elektronického dotazníku na sociální síti obce Horní Bečva. Druhou formou, se kterou se mohli respondenti setkat, byl tištěný dotazník umístěn v informačním centru (resp. v knihovně) Horní Bečvy a dále poté ve třech ubytovacích zařízeních v obci. Tištěným dotazníkem bylo cíleno převážně na návštěvníky obce Horní Bečva.

Na počátku výzkumu byl stanoven cíl získat alespoň 220 respondentů – tento cíl se podařilo splnit. Na dotazník poskytlo odpověď celkem 249 respondentů, přičemž pět z nich nebylo možné do vyhodnocení zařadit z důvodu nezodpovězení některých otázek či použitých vulgarismů. Celkem bylo použito tedy 244 dotazníků, z čehož 176 bylo získáno prostřednictvím internetu a 68 prostřednictvím tištěných dotazníků.

Na začátku dotazníkového šetření byl respondent seznámen s účelem dotazníku a byla mu zaručena anonymita. Podoba dotazníku je k nahlédnutí v příloze P II.

### 8.1 Vyhodnocení dotazníkového šetření

Samotný dotazník je tvořen devíti otázkami – sedm uzavřených otázek a dvě polootevřené otázky. Na všechny otázky byla potřeba odpovědět. V následující části jsou jednotlivé otázky dotazníkového šetření podrobněji interpretovány a pro lepší přehlednost jsou nejdůležitější z nich doplněny o grafickou podobu.

#### **Bydlíte v obci Horní Bečva?**

První otázka byla zaměřena na informaci, zda je respondent obyvatelem Horní Bečvy či nikoliv. Výsledky této otázky jsou téměř vyrovnané. Respondentů, kteří se zúčastnili dotazníkového šetření a bydlí v obci Horní Bečva je 52,5 % respektive 128. Zbylých 47,5 % (tzn. 116 dotazovaných) jsou nejspíše návštěvníci obce nebo lidé z okolních obcí a měst.

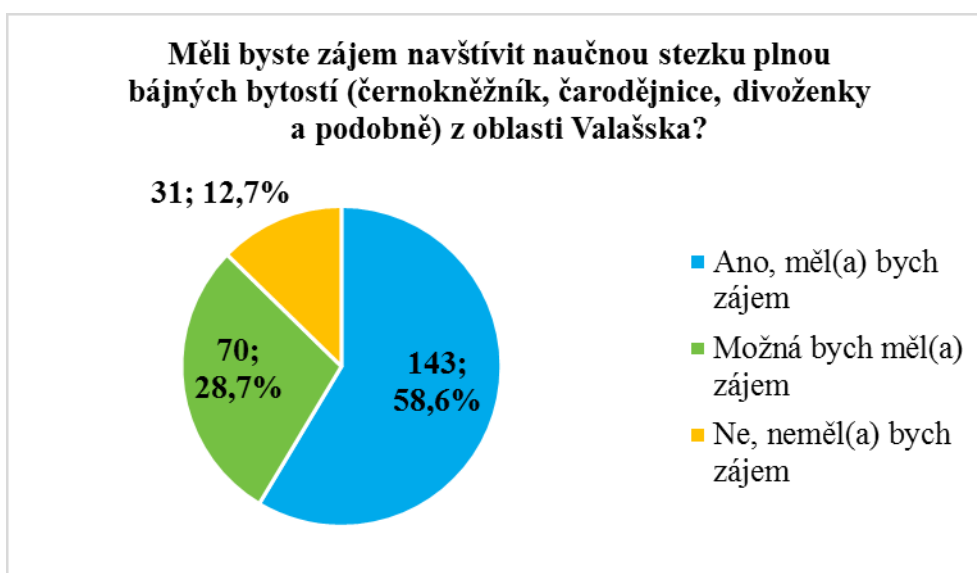
### Navštěvujete naučné stezky?

Zdali respondenti navštěvují naučné stezky bylo největší částí zvolena odpověď „pouze výjimečně“ – odpověď zvolilo 120 respondentů (resp. 49,2 %) z celkového počtu 244. Skupina respondentů s odpovědí „ano, navštěvuji je několikrát ročně“ byla druhou nejpočetnější s hodnotou 29,1 %. Odpovědi „ne, ale rád(a) bych“ zvolilo 17,2 % respondentů – u této skupiny respondentů je možnost, že v budoucnosti využijí návštěvu jakékoliv naučné stezky. Pouze jedenáct respondentů (tzn. 4,5 %) uvedlo, že nemají zájem o návštěvu naučných stezek.

### Měli byste zájem navštívit naučnou stezku plnou bájných bytostí (černokněžník, čarodějnice, divoženky a podobně) z oblasti Valašska?

Otázka, zdali by měli respondenti zájem navštívit naučnou stezku plnou bájných bytostí byla hlavním důvodem dotazníkového šetření. Pozitivní zájem o navštívení stezky vyjádřila větší polovina respondentů, resp. 58,6 % (143 respondentů). O stezku by dále mělo možná zájem 28,7 % dotazovaných – tedy 70 respondentů. Absolutní nezájem o navrhovanou stezku vyjádřilo 12,7 % respondentů (počtem 31 respondentů).

Z podrobnějšího průzkumu získaných odpovědí bylo zjištěno, že ze 143 získaných odpovědí „ano, měl(a) bych zájem“ je 80 z nich od obyvatel obce Horní Bečvy a zbylých 63 od nerezidentů.



Obr. 7. Zájem o naučnou stezku (vlastní zpracování, 2020)

### Jaká je pro Vás přijatelná délka naučné stezky?

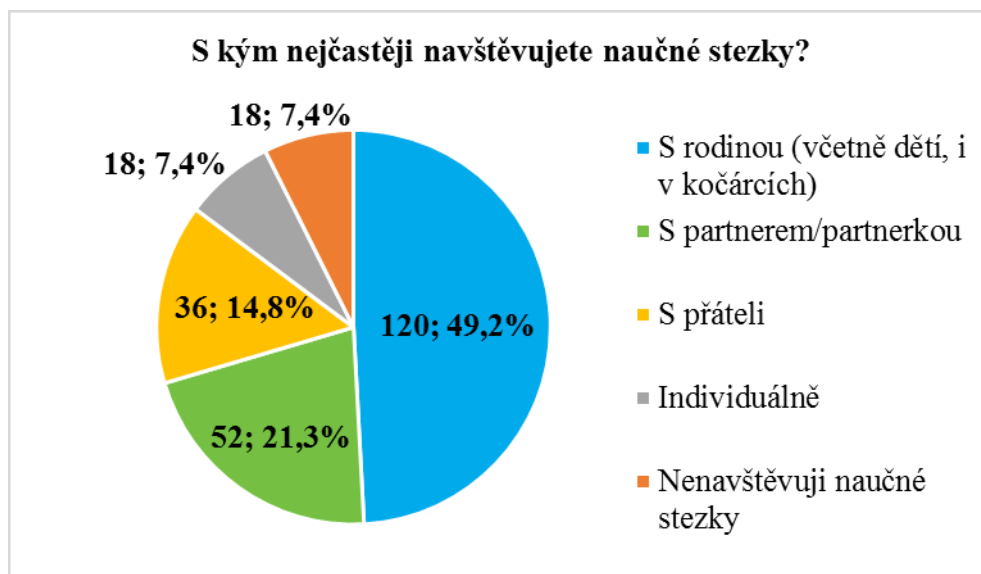
Tabulka č. 5 znázorňuje odpovědi respondentů na přijatelnou délku naučné stezky. Nejvíce akceptovatelná je pro respondenty trasa o délce „více než tři kilometrů a současně méně než pět kilometrů“ – takto odpovědělo 95 dotázaných. Téměř stejný počet dotázaných (91) odpovědělo, že je pro ně přijatelnější délka trasy „do tří kilometrů“. Pěti a více kilometrovou trasu zvolilo 48 dotázaných a pouze deset účastníků dotazníkového šetření zvolilo odpověď „žádná“.

Tab. 5. Přijatelná délka trasy (vlastní zpracování, 2020)

	Absolutní vyjádření	Relativní vyjádření
Do 3 km	91	37,3 %
Více než 3 km a současně méně jak 5 km	95	38,9 %
5 km a více	48	19,7 %
Žádná	10	4,1 %
Součet	244	100 %

### S kým nejčastěji navštěvujete naučné stezky?

Další otázka byla zaměřena na skupiny, které nejčastěji navštěvují naučné stezky. Výsledky dotazu přináší odpověď na výzkumnou otázku. Z odpovědí vyplývá, že respondenti naučné stezky nejčastěji navštěvují se svou rodinou (včetně dětí – i těch, které jsou ještě v kočárku) – takto odpovědělo 49,2 % respondentů. Výzkumná otázka byla potvrzena. Další skupinou se 21,3 procenty jsou respondenti, kteří navštěvují naučné stezky se svou partnerkou či partnerem. Menší zastoupení, konkrétně 14,8 procent, jsou respondenti navštěvující stezky s přáteli. Stejným procentuálním podílem (7,4 %) jdou zastoupeni respondenti, kteří preferují návštěvu stezek individuálně, případně stezky nenavštěvují.



Obr. 8. Typ společnosti (vlastní zpracování, 2020)

### Motivovala by Vás odměna v podobě tematické deskové hry k navštívení naučné stezky?

V souvislosti s vybudováním naučné stezky souvisí také nápad vytvoření tematické deskové hry. Necelá polovina respondentů, konkrétněji 46,7 % vyjádřilo, že by je desková hra motivovala k navštívení naučné stezky. V souvislosti s deskovou hrou by o návštěvě stezky možná uvažovalo 23,4 procent respondentů. Větší část však zaujímá kategorie, kterou by desková hra k navštívení nijak nemotivovala – do této skupiny spadá 29,9 procent dotázaných lidí.

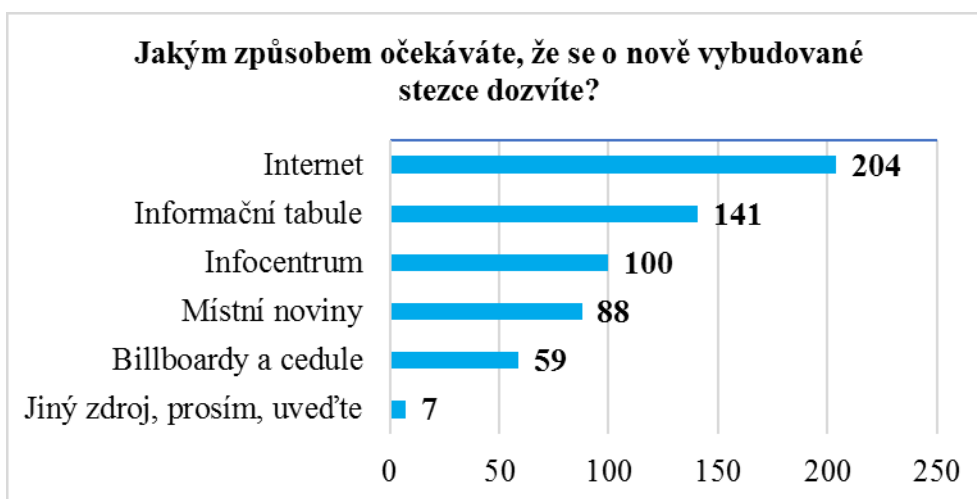
Po podrobnější analýze získaných dat bylo zjištěno, že odpověď „ano, motivovala by mě“ zvolili především ti, kteří v předchozí otázce odpověděli, že naučné stezky navštěvují nejčastěji s rodinami – konkrétně 74 odpovědí ze 114. Zároveň šedesát čtyři dotazovaných ze 114 jsou také ti, kteří vyjádřili zájem o navštívení naučné stezky.

Tab. 6. Motivace deskové hry (vlastní zpracování, 2020)

	Absolutní vyjádření	Relativní vyjádření
Ano, motivovala by mě	114	46,7 %
Možná bych o návštěvě uvažoval(a)	57	23,4 %
Ne, nemotivovala by mě	73	29,9 %
Součet	244	100 %

**Jakým způsobem očekáváte, že se o nově vybudované stezce dozvíte? (max. 3 odpovědi)**

Otázka, jakým způsobem by respondenti očekávali, že se dozvědí o nové naučné stezce byla otázkou polootevřenou a dotazovaní mohli vybrat až tři možnosti z nabízených odpovědí. Celkem 204 lidí zvolilo jako informační médium internet, pod kterým je možné si představit webové stránky či sociální sítě. Druhým, nejčastěji voleným komunikačním kanálem, jsou informační tabule s počtem 141 respondentů. Infocentrum volilo sto lidí a místní noviny 88 respondentů. Místní noviny přitom volilo šedesát respondentů, kteří bydlí v obci HB. Poslední navrženou možnost „billboardy a cedule“ zvolila menší čtvrtina respondentů v počtu 59. Možnost vyjádřit jiný zdroj využilo celkem sedm lidí, mezi jejichž odpovědi patřily zdroje: místní lidé, Facebook obce HB, doslech, či neočekávali žádné informace.

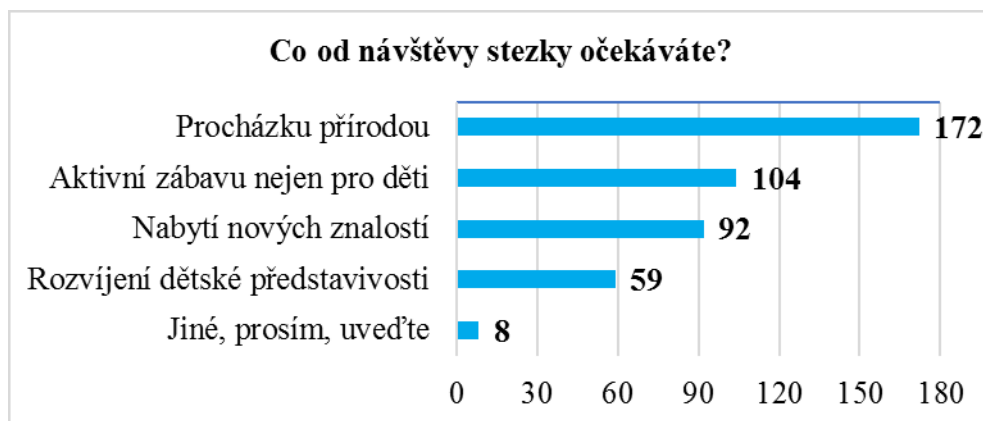


Obr. 9. Způsob informování o stezce (vlastní zpracování, 2020)

**Co od návštěvy stezky očekáváte? (max. 2 odpovědi)**

U této otázky byla možnost zvolit maximálně dvě možnosti a jednalo se opět o polootevřenou otázku. Nejvíce lidé od návštěvy naučné stezky očekávají „procházku přírodou“ – možnost zvolilo 172 dotazovaných. Další nejvíce zastoupenou odpovědí byla „aktivní zábava nejen pro děti“ – počtem 104 respondentů. Nabytí nových znalostí od stezky očekává 92 zúčastněných dotazníkového šetření a padesát devět zvolilo „rozvíjení dětské představivosti“. I v této otázce platí, že respondenti možnost vyjádřit svůj nápad (názor) využívají v malé míře. V tomto případě se jednalo o osm jednotlivců, kteří zvolili možnost „jiné“. V těchto odpovědích se však nejvíce (počtem 4) odpovídalo slovem „nic“. Další tři lidé by od návštěvy stezky očekávali poznání okolí a jeden člověk nové poznatky.





Obr. 10. Očekávání respondentů (vlastní zpracování, 2020)

### Jak daleko jste ochotni cestovat, abyste stezku na Horní Bečvě navštívili?

Při poslední otázce se zjišťovalo, jak daleko by byli respondenti ochotni cestovat, aby naučnou stezku navštívili. Čtvrtina respondentů uvedla, že jsou ochotni cestovat „do pěti kilometrů“. Menší podíl na ochotě cestovat měla možnost „více než 5 kilometrů a méně než 10 km“ s 10,7 procenty. Vzdálenost „více než 10 km a méně než 15 km“ byla zvolena jako třetí nejčastější se 14,3 procenty – tato vzdálenost odpovídá například městu Rožnov pod Radhoštěm. O něco méně, konkrétně 11,9 % dotazovaných, zvolilo možnost „více než 15 km a méně než 20 km. Nejvíce dotazovaných (31,6 %) uvedlo, že by byli ochotni cestovat „více než dvacet kilometrů“. Vzdálenost dvaceti a více kilometrů odpovídá například městu Valašské Meziříčí. Neochotu cestovat vyjádřilo 6,6 % zúčastněných dotazníkového šetření – jedná se především o takové respondenty, kteří v dotazníkovém šetření uvedli, že o navštívení naučné stezky nemají zájem (10 dotazovaných ze 16) nebo by možná měli zájem o navštívení (6 dotazovaných ze 16).

Následující obrázek číslo 11 naznačuje kružnice znázorňující jednotlivé vzdálenosti obcí od Horní Bečvy. Nejmenší kružnice zachycuje vzdálenost do pěti kilometru, naopak obce, které se nacházejí vně největší kružnice jsou vzdáleny více než dvacet kilometrů od obce HB. Pro lepší přehlednost jsou kružnice vzdáleností obcí uvedeny také v příloze P III.



Obr. 11. Vzdálenost obcí od HB (vlastní zpracování, 2020 dle Draw a circle)

## 8.2 Závěry dotazníkového šetření

Cílem dotazníkového šetření bylo zjištění zájmu o naučnou stezku tematicky zaměřenou na bájně postavy z oblasti Valašska. Je možné konstatovat, že zájem o tuto stezku zúčastnění respondenti mají. Potvrzena byla také výzkumná otázka a to, že naučné stezky navštěvují respondenti nejčastěji s rodinami. Ukázalo se, že právě skupinu respondentů mající zájem o návštěvu naučné stezky s rodinou, by motivovala odměna za navštívení této stezky v podobě deskové hry – těchto respondentů je 64, což představuje 26,2 % respondentů. Potvrdila se také vhodnost zvolení komunikačního kanálu „internet“, přes něhož je v dnešní době zjišťováno mnoho informací i z oblasti cestovního ruchu a tipů na výlety. Pozitivně se vyjádřili také respondenti Horní Bečvy, kteří by měli zájem o vybudování a navštívení této stezky, případně by návštěvu možná zvažovali – těchto respondentů bylo 114.

Z výsledků dotazníkového šetření lze tedy konstatovat, že byl zjištěn zájem o vytvoření nového lákavého místa pro občany i návštěvníky obce Horní Bečva.

## 9 SWOT ANALÝZA

Pro vytvoření SWOT analýzy bylo čerpáno z předcházejících kapitol věnovaných obci Horní Bečva a také z vlastního dotazníkového šetření. SWOT analýza se skládá ze silných a slabých stránek, příležitostí a hrozeb obce Horní Bečva a také nově připravujícího projektu naučné stezky.

*Tab. 7. SWOT analýza – silné a slabé stránky obce HB (vlastní zpracování, 2020)*

Silné stránky	Slabé stránky
<ul style="list-style-type: none"> <li>• zachování folklorních tradic a zvyků</li> <li>• výhodná geografická poloha (CHKO Beskydy)</li> <li>• krásná příroda/krajina</li> <li>• prostředí hor</li> <li>• množství turistických tras</li> <li>• mnoho dostupných služeb</li> <li>• kulturní život</li> <li>• široká nabídka sportovního využití volného času v jakémkoliv ročním období</li> <li>• mnoho ubytovacích zařízení různých kategorií</li> <li>• místo ideální k relaxaci/odpočinku</li> <li>• letní chladnější klima</li> <li>• vynikající dopravní dostupnost hlavního tahu</li> <li>• rozvinuté služby IC</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• chybějící centrum obce (náměstí)</li> <li>• omezená nabídka turistických služeb (půjčovna lyží, kol atd.)</li> <li>• nemožnost rozšíření infrastruktury</li> <li>• dopravní infrastruktura (provázanost spojení)</li> <li>• dopravní zátěž</li> <li>• vysoká sezónnost cestovního ruchu (3. kvartál)</li> <li>• krátký pobyt návštěvníků</li> <li>• vandalství</li> </ul>

Co se silných stránek týče, za nejpodstatnější z nich je považována geografická poloha obce Horní Bečvy, díky které se zdejší místo stává turisticky vyhledávaným a oblíbeným k různému, nejen sportovnímu, využití. Návštěvníky může lákat také fakt, že obec leží v Chráněné krajinné oblasti Beskydy, která je největší v České republice. K návštěvnosti je potřeba také dobrá dopravní dostupnost, kterou obci zajišťuje silnice I. třídy. K návštěvnosti

je však zapotřebí dostačující nabídka ubytování. Díky poměrně velkému portfoliu hotelů, penzionů, soukromých chat a jiných ubytovacích zařízení tuto nezbytnost obec splňuje.

Mezi slabé stránky je právě díky dobré komunikační dostupnosti obce zapotřebí zařadit dopravní zátěž komunikace, kvůli které mohou vznikat kolony (i vzhledem k blízkému hraničnímu přechodu do Slovenské republiky) ale také je potřeba ji udržovat pravidelnými opravami. V této oblasti je největší návštěvnost ve třetím kvartále jednotlivých let, což může způsobovat „přeplněnost“ obce a znevýhodnit tak její občany. Do slabých stránek je možné také zařadit chybějící centrum obce, které by utvářelo vizuální „tvář“ obce.

Tab. 8. SWOT analýza – příležitosti a hrozby obce HB (vlastní zpracování, 2020)

Příležitosti	Hrozby
<ul style="list-style-type: none"> <li>• příznivý demografický vývoj</li> <li>• vybudování naučné stezky</li> <li>• rostoucí poptávka lidí po trávení volného času v obci</li> <li>• vytvoření nových atraktivních míst</li> <li>• rostoucí zájem občanů o naučnou stezku</li> <li>• vytvoření nového turistického cíle pro rodiny s dětmi</li> <li>• rozšíření a návaznost cyklotras</li> <li>• doplnění webových stránek o cizí jazyk</li> <li>• imigrace mladých lidí či rodin s dětmi do obce</li> <li>• posílení bezpečnosti v obci</li> <li>• zvyšující se zájem o stezky</li> <li>• letní chladnější klima</li> <li>• zvýšení návštěvnosti v mimosezónních měsících</li> <li>• rostoucí počet návštěvníků IC</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• demografické změny – stárnutí populace</li> <li>• snížení počtu pracovníků v terciálním sektoru</li> <li>• poškozování a chátrání stávajících budov materiálně-technického zařízení</li> <li>• nedostatečná kapacita ubytovacích zařízení z důvodu vysoké návštěvnosti obce</li> <li>• globální či ekonomické změny</li> <li>• klimatické změny</li> <li>• zvyšující se atraktivita okolních obcí a měst</li> <li>• úbytek lesů</li> <li>• podcenění péče o přírodu</li> <li>• nedostatek finančních zdrojů</li> <li>• nedostatečná či nezajímavá propagace naučné stezky</li> </ul>

Mezi příležitosti obce se řadí mimo jiné i vytvoření nových atraktivních míst v obci. V tomto ohledu se může jednat například o vytvoření nového turistického cíle pro rodiny s dětmi – například naučnou stezku. Také je zde možnost rozšířit cyklotrasy o další, třeba i náročnější terény. Těmito příležitostmi by se mohla zvyšovat nabídka dalšího sportovního využití. Příležitostí pro obec by se také mohla stát imigrace mladších lidí (rodin s dětmi) do této oblasti. Tato část populace v produktivním věku by mohla prospět obci ve smyslu nových pracovních sil v terciálním sektoru, kreativitě a tvorbě nových produktů cestovního ruchu v obci a v mnoha dalších ohledech. Letní chladnější klima, které je zařazené mimo jiné i mezi silné stránky obce, lze využít i jako příležitost, díky níž nemusí být turistika v oblasti natolik náročná na počasí.

Hrozbu by pro obec mohl představovat úbytek pracovníků v terciálním sektoru, který díky nabídce hotelů, penzionů, stravovacích zařízení atd. v obci představuje pravděpodobně největší část pracovníků. Právě tito zaměstnanci jsou součástí utváření cestovního ruchu v obci a jsou nezbytností pro jeho další působnost. Hrozbu také představuje nedostatečná propagace připravovaného projektu naučné stezky. V případě nedostatečného informování návštěvníků a občanů o novém projektu hrozí její malá návštěvnost. Zvyšující se atraktivita okolních obcí a měst může mít na obec HB negativní vliv v podobě „odlivu“ návštěvníků. Ohrožujícími mohou být například město Rožnov pod Radhoštěm, které poskytuje velké množství kulturních, společenských a jiných akcí a také disponuje historickým potenciálem v podobě Valašského muzea v přírodě. Druhým „konkurentem“ je obec Bílá, která má dostatek nabídky celoročního, převážně sportovního, využití.

## 10 SHRUTÍ ANALYTICKÉ ČÁSTI

Obec Horní Bečva může „těžit“ ze své geografické polohy. Tamější příroda, lesy a vyhlídky vytváří optimální podmínky pro rekreaci a odpočinek. Díky množství lyžařských areálů je zde potenciál rozvíjet cestovní ruch i v zimním období. Nabídka sportovního vyžití je zde poměrně různorodá, avšak orientovaná zejména na horskou turistiku a zimní sporty. Turisté si mohou vybírat z dostatečného množství turistických, cykloturistických ale i běžkařských tras a využívat tak sportovně orientovaný potenciál obce celoročně. Některé z tras jsou určeny pro fyzicky zdatnější jedince, avšak převažující část tras je uzpůsobena pro rodiny s dětmi a méně zdatnější sportovce.

Výhodná je taky pozice z hlediska infrastruktury, jelikož se obec rozkládá kolem silnice I. třídy frekventovaného tahu Valašské Meziříčí – Rožnov pod Radhoštěm – Makov.

V posledních letech se neustále zvyšuje poptávka po domácím turismu. Tomu přispívá například i situace ve světě, jako je například zvyšující se hrozba teroristických útoků. Vyšší zájem po domácím turismu zaznamenal i Zlínský kraj, který navštívilo v roce 2019 o necelé čtyři procenta více návštěvníků než v roce 2018. Horní Bečva zaznamenala v posledních třech letech růst návštěvníků informačního centra a je tedy pravděpodobné, že i do budoucna jejich počet bude narůstat. Otázka zvýšení počtu a kapacit hromadných ubytovacích zařízení bude jistě v následujících letech na místě.

Pozitivně lze hodnotit také angažovanost a práci knihovny při různých společenských a kulturních akcích. Také spolky a organizace působící v obci Horní Bečva se snaží svou nabídkou přednášek, závodů a dalších akcí udržovat podmínky pro aktivní život či krátkodobý pobyt v obci.

Co se vlastního výzkumu ohledně připravovaného projektu týče, jeho výsledky přinesly spoustu podstatných skutečností. Tím největším a zároveň nejpodstatnějším je potvrzení zájmu o vybudování naučné stezky. Pozitivním zjištěním bylo, že většina z dotazovaných respondentů, kteří byli rezidenty obce a vyjádřili svůj zájem o novou stezku se tak staví kladně k novému možnému turistickému cíli této oblasti.

Celkově lze konstatovat, že oblast obce Horní Bečvy má velkou nabídku turistických (zejména sportovních) atraktivit, tyto je ale potřeba neustále zachovávat či některé renovovat a zkvalitňovat (turistické značení, stav cyklostezky, údržba zeleně a další).

## 11 PROJEKT NAUČNÉ STEZKY V OBCI HORNÍ BEČVA

V této moderní době plně digitálních zařízení je potřeba zajistit stále nové a zajímavé možnosti trávení volného času. Jedním z úmyslů projektu naučné stezky je dostat lidi, zejména děti, do přírody a edukativně strávit a vyplnit volný čas.

Z výsledků analýz vyplývá, že v analyzované oblasti chybí varianta cestovního ruchu, která by více „stmelovala“ rodiny, resp. děti s dospělými a jejímž úkolem by bylo nejen sportovní a volnočasové pojetí stráveného času, ale také zábavné a naučné poslání. Projektem nové naučné stezky v této lokalitě by mohla vzniknout příležitost vytvořit nové turistické místo nejen pro rodiny s dětmi. Důvodem zvolení tématu naučné stezky je také podpora a propagace Valašska. Důraz je kladen také na pozvednutí regionálního prvku, zatraktivnění regionu, historie a folklóru v dané oblasti. Bájně bytosti, které mají v této oblasti historické kořeny, by měly být také jedinečným tematickým zaměřením, jelikož jiné stezky jsou zaměřeny především na zvířecí jedince a historii jako takovou. Díky tematickému zaměřením by se mohli jak dospělí, tak především děti dozvědět o bájných bytostech, které v dávné době v oblasti Valašska pobývaly. Také by se seznamovali s přírodou a získávali o ní nové poznatky. Z výsledků dotazníkového šetření rovněž vyplynulo, že právě tato skupina návštěvníků by měla zájem o tematickou deskovou hru, kterou by získali za splnění určitých podmínek. Projekt by mohl být důvodem pro větší návštěvnost této oblasti, a nejen z tohoto důvodu byl zvolen jako téma této diplomové práce.

Vybudování dalších turistických a naučných stezek by mohlo napomoci k propojení přírodních a historických památek v okolí a bylo by možné tak navázat na další, i vzdálenější, cíle. Co se cykloturistiky týče, dalšímu rozvoji by výrazně mohlo napomoci vybudování doprovodné turistické infrastruktury – informační cedule, přístřešky, odpočívadla, služby podél stezek a další.

S vytvořením projektu naučné stezky počítá také obec Horní Bečva v dokumentu „Rámcová strategie rozvoje obce Horní Bečva pro období 2018–2030“, na což je odkazováno ukázkou tohoto dokumentu v příloze P IV.

### 11.1 Cíle projektu

Předmětem navrhovaného projektu, jak již bylo zmíněno, je vybudování naučné stezky v obci Horní Bečva. **Hlavním** cílem projektu je rozšířit volnočasové aktivity na Horní Bečvě o naučnou stezku. **Díložními** cíli jsou:

- navrhnout postupy tvorby naučné stezky na Horní Bečvě;
- rozvoj pěší/cyklo turistiky v obci Horní Bečva;
- zvýšení poptávky cestovního ruchu (podpora příjezdového a domácího CR);
- zvýšení návštěvnosti obce Horní Bečva.

### **Přidaná hodnota projektu**

Přínosem tohoto projektu bude zejména poznání historie, získání informací o bájných postavách obce Horní Bečvy a Valašska a čas strávený s blízkými lidmi. Rovněž také poznání přírody nebo zlepšení zdravotního stavu návštěvníků v důsledku fyzické aktivity. Potencionální rozvoj turismu místní oblasti lze taktéž označit za přínos projektu.

## **11.2 Cílové skupiny projektu**

Nezbytností k usnadnění směru celého projektu je zvolit správné cílové skupiny. Je zapotřebí také myslet na motivaci návštěvníků, jinými slovy na to, co bude vést návštěvníky k tomu, aby danou oblast (stezku) navštívili. Cílové skupiny projektu jsou představeny pomocí následujících person:

- Petr (36 let) je IT pracovník. Jeho žena Marta (33 let) pracuje v řetězci drogistického zboží. Mají dvě děti – Aničku (6 let) a Davida (1,5 roku). Všichni společně mají rádi procházky, a to zejména v přírodě. Anička je navíc ve věku, kdy se ráda dozvídá nové věci. David však při procházkách bývá ještě v kočárku. Rodina tedy musí volit takové trasy, které zvládnou i kola od kočárku.
- Petra (26 let) ráda sportuje. Ze všeho nejvíce má však pěší turistiku a pokud to jde, nejraději vyrazí do hor nebo do přírody. Je také členkou spolku, který podporuje a zajímá se o folklór a tradice na Valašsku. Sama se je snaží podporovat a vyhledává tak nové informace o dřívějším životě na Valašsku.
- Marek (40 let) je vedoucí nákupu ve firmě. Má rád, když si po těžkém dni může sednout na kolo a vyjet na projížďku. Nejraději má obtížnější horský terén, někdy mu je však přednější poklidnější projížďka.
- Alena (48 let) pracuje jako učitelka v mateřské škole. Ráda vymýšlí pro děti nové aktivity. Nejvíce upřednostňuje, když může s dětmi na procházku do lesa, kde jim zadává různé úkoly, při kterých se děti zabaví. Její kamarádka Jana zase pracuje jako učitelka na prvním stupni základní školy. Snaží se děti učit týmové spolupráci



a vytvářet vztah k přírodě. Proto s dětmi při určitých událostech vyrazí do přírody, vypráví jim o starých dobách a zadává různé úkoly, které děti plní.

- Markéta (30 let) pracuje s lidmi. Občas si od nich ale potřebuje odpočinout. Bydlí v obci Horní Bečva a zajímá se o její historii a také historii Valašska. Nejraději má středně dlouhé procházky na čerstvém vzduchu. Často se zastavuje u informačních tabulí a čte si nové věci. Uvítala by v obci nějaký okruh do pěti kilometrů, který by mohla pravidelně procházet.
- Tomáš (40 let) bydlí v Rožnově pod Radhoštěm. Jeho kamarádka Jitka (42 let) bydlí v obci Valašská Bystřice. Oba mají psy a často spolu chodívají na výlety.
- Božena (59 let) má za sousedku kamarádku Ludmilu (62 let), která má v posledních letech problémy s chůzí. Ráda však tráví čas na čerstvém vzduchu. K dispozici má invalidní vozík, a tak ji Božena často pomáhá a chodí s ní na procházky. Povídají si o svém mládí a minulosti. Také si říkají příhody, různé legendy a pověry, které znají z vyprávění od svých rodičů a babiček.

Z předchozích odstavců lze shrnout:

- je vhodné, aby cesty naučné stezky byly přístupné pro kočárky a kola;
- naučná stezka je edukativní a věnuje se i tradicím Valašska;
- naučná stezka je pro všechny věkové kategorie.

### 11.3 Návrh projektové žádosti

**Název projektu:** Naučná stezka „Po stopách Špírka“

**Název žadatele:**

- název obce: Obec Horní Bečva
- právní forma: obec
- IČO: 00303771
- adresa: Horní Bečva, č. 550  
75657 Horní Bečva

**Kontaktní údaje:**

- telefon: +420571645105

- web: [www.hornibecva.cz](http://www.hornibecva.cz)
- email: [podatelna@hornibecva.cz](mailto:podatelna@hornibecva.cz)

**Identifikační údaje:**

- místo realizace projektu: katastr obce Horní Bečva
- kraj: Zlínský kraj
- okres: Vsetín

**11.4 Představení naučné stezky „Po stopách Špírka“**

Naučná stezka získala pracovní název „Po stopách Špírka“. Tématem stezky jsou již několikrát zmiňované bájně postavy z oblasti Valašska, například húkalky, černokněžník, divoženky a další. Důvodem zvolení tematického zaměření je minulost Valašska a časté pověry a legendy o bájných postavách této oblasti. „Průvodcem“ bude Špírek, taky zvaný jako Rarášek, který představuje kladnou postavu. Stezka bude zahrnovat čtyři různé okruhy, které se budou lišit délkou i terénem. Grafické znázornění okruhů je možné vidět v příloze P V. Stezka bude značena jedním symbolem, který se bude lišit barvou specifickou pro daný okruh. Symbol bude návštěvníkům napomáhat k orientaci na mapě a zároveň bude sloužit i jako turistické značení. Na každém okruhu budou vyobrazeny čtyři bájně bytosti. Tři ze čtyř okruhů budou přístupné i pro rodiče s kočárky, případně pro invalidní vozíky, aby i tyto cílové skupiny měly možnost stezku navštívit.

Návštěvník stezky bude mít možnost si před její návštěvou vyzvednout v informačním centru Horní Bečvy kartičku, na kterou bude sbírat razítka (jedno zastavení, resp. 1 bájná bytost = 1 razítko). Sběr razítek však není povinností. Kartička bude zároveň sloužit i jako mapa – z její druhé strany budou vyobrazeny jednotlivé okruhy odlišené barvou. Součástí této mapy budou také hornobečvanské historické názvy míst, které se v současných mapách již neobjevují a také odkaz na webovou stránku naučné stezky.

V rámci projektu se také uvažuje o vytvoření deskové hry, která bude k získání v infocentru Horní Bečvy za odevzdání plné kartičky s razítky. Hra má mít dvě úrovně – pro děti předškolního věku a děti školního věku. Principem hry je myšlena kooperace hráčů proti záporné postavě – smrtce – před kterou je potřeba zachránit bájně postavy.

Provozovatelem stezky bude obec Horní Bečva, která zaopatří provozní tým, starající se o chod naučné stezky. Jinými slovy předpokládá se údržba proti přírodním vlivům, vandalům a kontrola turistického značení dvakrát až čtyřikrát ročně.

Plánovaný termín otevření naučné stezky je naplánován na 1.8.2020.

Stezka bude využitelná celoročně, jak v pracovní, tak ve volné dny v jakékoliv hodině. Naučná stezka, stejně tak jako mnoho dalších turistických tras v obci, bude všem návštěvníkům přístupná zdarma. Výdaje, které mohou turistům vzniknout v souvislosti se stezkou tak mohou být spojeny například se spotřebou pohonných hmot, jízdenek, koupě jídla, pití a podobně.

*Tab. 9. Shrnutí základních informací (vlastní zpracování, 2020)*

<b>Lokace:</b>	obec Horní Bečva, Zlínský kraj
<b>Název naučné stezky:</b>	Po stopách Špírka
<b>Téma:</b>	monotematické – bájně postavy
<b>Typ tras:</b>	středně dlouhé, okružní
<b>Průvodce:</b>	Špírek (Rarášek)
<b>Okruhy:</b>	4
<b>Pilotní okruh:</b>	Bobišek
<b>Celková délka okruhů:</b>	cca. 16 kilometrů
<b>Celkový počet zastavení:</b>	16
<b>Hlavní cílová skupina:</b>	rodiče s dětmi
<b>Počet bezbariérových okruhů:</b>	3
<b>Plánovaný termín otevření:</b>	1. 8. 2020

### 11.5 Charakteristika jednotlivých stanovišť naučné stezky

Při navštívení naučné stezky se účastník může setkat až s šestnácti bájnými postavami. Každé stanoviště bude obsahovat dřevěnou tabuli, na které bude popis bájně postavy, její grafická podoba a dále také QR kód odkazující na vlastní webové stránky stezky (více kapitola 11.6). V budoucnu je v úmyslu vyobrazit bájnou postavu v blízkosti stanoviště z odolných materiálu – dřevo, sklo, kov aj. (například čarodějnice na stromě atd.). Následující podkapitoly jsou zaměřeny na charakteristiku jednotlivých stanovišť včetně rozdělení jednotlivých bájných postav a jejich jednoduchým povahopisem.

### 11.5.1 Popis stanoviště a informační tabule

Na čtyřech okruzích bude celkově 16 informačních tabulí o velikosti A1 (841 x 594 mm). Z důvodu splnutí s přírodou budou informační tabule vyrobeny ze dřeva a kryté menší stříškou. Umístěny budou na dvou stojkách ve výšce cca. 160 cm. Bude snaha vyhledávat takové pozemky na umístění informační tabule, které jsou ve vlastnictví obce. Na tyto tabule nebude potřebné stavební povolení. Dle § 79 odst. 3 písm. a) zákona č. 183/2006 Sb., o stavebním zákoně totiž platí, že „*rozhodnutí o umístění stavby ani územní souhlas nevyžadují informační a reklamní zařízení o celkové ploše menší než 0,6 m<sup>2</sup> umístovaná mimo ochranná pásma pozemních komunikací.*“ (Česko, 2006)

Pod informační tabulí, či z její zadní strany bude umístěna krabička obsahující příslušné razítko a razítkovací podušku. Tyto prvky budou řádně připevněny, aby nedocházelo k jejich odstraňování ať už vlivem přírody či krádeže.

Grafická podoba informačních tabulí bude mít jednotný charakter. Horní (levá) část tabule bude obsahovat název dané postavy, případně jeho synonyma. V pravém horním rohu dále bude logo obce Horní Bečva a číslo stanoviště uvedené v kruhu. Prostřední část cedule bude patřit obsahu, respektive charakteristice dané postavy. Hlavním prvkem tabule je však ručně malovaný obrázek dané postavy umístěný v dolní části. Posledním prvkem na informační tabuli má být QR kód pro přesměrování na webovou stránku. Ukázka informační tabule je k nahlédnutí v příloze P VI.

V centru obce, v blízkosti kavárny LuCafe, bude dále jedna informační tabule velikosti A0 (841 x 1189 mm), na kterou je nutné podat příslušnému stavebnímu úřadu ohlášení stavby se zjednodušenou prováděcí dokumentací. Na této tabuli bude jednoduchá charakteristika naučné stezky, logo obce Horní Bečva, také QR kód a mapa s jednotlivými okruhy.

Na každém okruhu, převážně v jeho polovině, bude instalován také odpadkový koš a lavička – tyto prvky není potřeba stavebnímu úřadu ohlašovat.

### 11.5.2 Okruh 1 – Bobišek

Okruh Bobišek je pilotní trasou celé naučné stezky. Trasa bude označena zelenou barvou, stejně tak jako turistické symboly, které budou návštěvníkům ukazovat směr trasy. Délka trasy je cca 3,6 km a jedná se o terénně nejméně náročnou trasu vhodnou zejména jako procházku pro kočárky či invalidní vozíky.

## ZELENÝ OKRUH - BOBIŠEK



Obr. 12. Návrh turistických symbolů (autor: Tereza Bártková, 2020)

Jednotlivá zastavení trasy jsou:

**č. 1 - Blud** – bludem se mohl stát člověk, který se vydal do hor, zabloudil a chodil stále kolem stejného místa. Proti takovému oblouznění stačilo sníst sousto chleba, kouzlo hned pominulo. Proto by měl každý, kdo se vypraví do hor, mít v batohu kromě jiného i krajíček chleba.

**č. 2 - Kúzlíř** – jinak také čarodějové, černokněžníci nebo horští mnichové byli mocní čarodějové lidem většinou na prospěch. Jejich úkolem bylo hlídat poklady v lesích či ve starých hradech. Z ukrytých pokladů obdarovávali chudé. Vyznali se také v léčení lidských neduhů.

**č. 3 - Had s korunkou** – byl v dané krajině králem všech hadů. Málo se ukazoval a shlédnout ho bylo nejnáze na svatého Bartoloměje, kdy se slézala hadí čeleď a on je počítal. Pokud měl dům svého hada hospodáře a nakládalo-li se s hadem dobře, přinášel do domu štěstí.

**č. 4 - Špírek** – taky zvaný jako Rarášek, byl malý domácí skřítek. Kdo ho vlastnil, tomu pomáhal k penězům, hospodáři uměl poradit, kde jsou zakopané poklady. Špírek přinášel hospodáři zprávy z blízkého i dalekého okolí a uměl mu vždy příhodně poradit. S jeho pomocí mohl hospodář léčit lidi i dobytek, ale také mohl na určité lidi poslat některé nemoci. Někteří rarášci se zjevovali na zavolání, jiní sídlili trvale u svého hospodáře.

### 11.5.3 Okruh 2 – Přehrada

Druhou trasou je Přehrada, značená modrou barvou. Její délka má být cca. 2,8 kilometrů a jedná se o nejkratší trasu naučné stezky. Na této trase se bude možné více dozvědět o:

**č. 5 – Vodník** – také basrmani, hasrmani, vodní mužíčci nebo vodní duchové bývali k vidění hlavně na březích potoků, řek, rybníků a mlýnských náhonů. V Bečvě a okolních potocích

jich žilo několik. Vodníci měli různé podoby. Povaha vodníka bývala nevyzpytatelná. Dobré skutky lidí dokázali stejnou měrou oplácet, zlé pak dvakrát tolik.

**č. 6 – Draci** – též smoci. Drak měl své místo například v jezeře. Nejprve byl hadem, pokud ho sedm let nespátřilo lidské oko, stal se smokem a po dalších sedmi letech se z něj stal drak. Draky a smoky obyčejně používali ke svým povětrným „plavbám“ Kúzlíři.

**č. 7 – Zaklínači** – nebo Božci odváděli kroupy z polí na hory, pomáhali od čar a kouzel, dokázali vypátrat ukradenou věc a udat zloděje. Zaklínači byli uznávanými a vyhledávanými proroky nejen na Valašsku, ale i jinde na Moravě a také v sousedním Slovensku.

**č. 8 - Slibka** – lidé se této bytosti často báli. Zjevovala se ve dne i v noci. Říkalo se, že to bývala bludná duše děvčete, které nedodrželo věrný slib lásky, a tak za trest musela bloudit po horách a hlubokých lesích Valašska. Lákala svým zpěvem pocestné k tanci. Když zpěvu podlehli, utancovala je k smrti.

#### 11.5.4 Okruh 3 – Kudlačena

Červenou barvou bude značena třetí trasa Kudlačena. Jedná se o nejdelší trasu naučné stezky v délce cca. 5,3 kilometrů. Stanovišti na této trase mají být:

**č. 9 – Húkalky** – taky známé jako húkavky. Byly to lesní panny, víly, obývající hluboké lesy. Lákaly k sobě lidi zpěvem, převážně húkáním. Pokud se jim člověk ozval, nebo posmíval se jim, hned u něho byly a tančily s ním až do omdlení.

**č. 10 – Světlonoh** – neboli bludičky, byli malí mužičci s lucerničkami, objevující se znenadání. Za nočního času mámili osamělé chodce, které zavedli do bažiny a sami zmizeli.

**č. 11 – Zimnica** – se zimnicí nebylo radno si nic začínat, existovalo jich až devadesát devět druhů. Když se člověka chytly, jen tak lehce se jich člověk nezbavil.

**č. 12 – Lucie** – svatá Lucie byla ochránkyní před čarodějnicemi. Na ochranu proti čarodějnicím se na Lucii natíraly dveře od obydlí i chléva česnekem. Na Lucii se také nesmělo nic dělat – to Lucie při obchůzkách po chalupách také kontrolovala a pokud její svátek někdo nesvětil, potrestala ho (např. rozházela nadržnuté peří). Lucie také předpovídala počasí na další rok.

### 11.5.5 Okruh 4 – Grapa

Posledním okruhem je Grapa, značena žlutou barvou. Jako jediná ze čtyř tras není díky svému terénu vhodná pro kočárky či invalidní vozíky. Její délka má být cca. 4,2 km a lze získat znalosti o:

**č. 13 – Obr** – daleko od všech obydlí, v hlubokých údolích a odlehlých horách, bylo možné spatřit zvláštní stvoření velkého vzrůstu. Těžko se mohl někdo obrovi rovnat v jeho síle a velikosti. Lidem se však většinou vyhýbali. Pokud se ale našel někdo, kdo obrovi nedal pokoj, ukázal mu obr svou sílu a bránil se.

**č. 14 – Strážce pokladů** – poklady hlídali duchové (strážci) společně s černým psem a kohoutem. Mezi lidmi se povídalo, že jsou různá místa, kde jsou poklady ukryty a na takovém místě svítí malý plamínek. Podle barvy plamínku byl ukrytý poklad dukátů, stříbrňáků, měďáků či grošů.

**č. 15 – Divoženky** – byly lesní žínky. Svá obydlí měly v lese a zdržovaly se v houfech při skalách, u studánek atd. Lidem byly docela příznivě nakloněny, pokud jim ale člověk vkročil do jejich „křižovatky“, svedly jej z pěšiny a člověk zabloudil. Spadeno měly převážně na muže, které utancovaly k smrti.

**č. 16 – Klekánica** – malé děti se strašily polednicemi, respektive klekánicemi, aby se po klekání (večer) už netoulaly a držely se domu. Prý je klekánice chytne, budou-li se po klekání toulat.

## 11.6 Návrh konkrétních nástrojů marketingové komunikace

Podkapitola se zaměřuje na návrhy konkrétních nástrojů marketingové komunikace, které by bylo možné v rámci projektu naučné stezky využít. Marketingové komunikaci je zapotřebí věnovat dostatečnou pozornost nejen aby potenciální návštěvníky zaujala a informovala je o připravovaném projektu, ale především v nich vzbudila „touhu“ novou stezku navštívit. V první řadě je nutné, aby o novém projektu byli informováni místní občané, kterých se projekt bude dotýkat nejvíce a dále hlavní cílová skupina – rodiny s dětmi. Propagace naučné stezky bude probíhat alespoň měsíc před dokončením celého projektu, resp. před jeho provozem.

Na základě definovaných cílových skupin jsou navrženy následující způsoby propagace:

- **Informační letáky**

Informační letáky budou ve velikosti A5 (148 x 210 mm) v kvalitě papíru 135 gramů/m<sup>2</sup> v barevném, jednostranném a lesklém provedení. Letáky budou umístěny na veřejných místech v obci Horní Bečva, například v infocentru, kavárně LuCafe, Coop Jednotě a dalších. Dále budou také umístěny v infocentrech či veřejných místech napříč mikroregionem Rožnovsko. Byly osloveny tři firmy zabývající se tiskovými službami v blízkosti Horní Bečvy. Cenovou nabídku však zaslala pouze jedna reklamní agentura, a to Miger advertising. Cena letáků se odvíjí od zvoleného množství. Za předpokládané množství 750 letáků bude výtisk stát 2050,95 Kč. Grafickou podobu zpracuje jedna ze členek realizačního týmu naučné stezky. Návrh bude obsahovat stručné základní informace o stezce, logo obce Horní Bečvy, odkaz na webové stránky, případně QR kód pro rychlejší přesměrování.

- **Inzerce v novinách (resp. zpravodaji)**

Možnost získání informací o nové naučné stezce pomocí místních novin zvolilo v dotazníkovém šetření 88 dotazovaných – resp. 36 % zúčastněných. Jelikož obec Horní Bečva vydává „Hornobečvanský zpravodaj“ měsíčně, nabízí se zde možnost uveřejnění reklamního sdělení právě do něj. Bude se jednat o reklamu (pozdávku) zabírající půlku stránky v barevném provedení a graficky velmi podobnou tištěnému materiálu (letáku). Pozvánka bude zveřejněna v Hornobečvanském zpravodaji s měsíčním předstihem. Zpravodaj je pro veřejnost zpoplatněn symbolickou částkou 3 Kč.

- **Webové stránky**

Naučná stezka bude mít vlastní webové stránky, jejichž odkaz bude také přístupný z hostingu obce → sekce „Turista“. Webové stránky a jejich následný provoz má na starosti člověk realizačního týmu naučné stezky. Na webovou stránku bude odkazovat také QR kód, který bude umístěn na každé informační tabuli na stanovišti. Pokud návštěvník QR kód využije, po přesměrování na webovou stránku zde najde úkol/soutěž související s daným stanovištěm. Na webové stránce si návštěvník bude moci přečíst základní informace o stezce, dále více informací o konkrétní bájně postavě a také o místě, na kterém se právě nachází. Tato forma si klade za cíl zatraktivnit průběh naučné stezky. Obsah webových stránek se může kdykoliv měnit, stejně tak jako soutěže a úkoly pro menší i větší děti.



- **Sociální síť (Facebook)**

Marketingová komunikace na sociálních sítích je v posledních několika letech jednou z nejatraktivnějších. Naučná stezka bude mít vlastní profil na sociální síti Facebook, kde se předpokládají příspěvky převážně informativního typu – stav stezky, další báje a postavy z jiného prostředí, různé povídky a pověry atd. Založeny budou také převážně na příspěvků s fotografií či obrázkem. Předpokládaná intenzita přidávání příspěvků:

- měsíc před otevřením stezky – 2 x týdně + vytvoření „události“ – Otevření naučné stezky;
- 14 dní před otevřením stezky – 3-4 x týdně;
- 1 týden před otevřením – 4x týdně.

- **Podpora prodeje**

Do sekce podpory prodeje je zařazena desková hra, s její realizací se však počítá až v budoucnu. Nicméně do plánování naučné stezky je vhodné ji zařadit již nyní.

- **Slavnostní otevření**

Uspořádání společenské akce u příležitosti otevření naučné stezky se jeví jako další vhodný způsob k propagaci. Slavnostní otevření naučné stezky proběhne v samotném centru obce, kde bude také jedna informační tabule upozorňující na stezku. Pozvánka na slavnostní otevření by mohla být uvedena ve zpravodaji obce a dále na webových stránkách a sociální síti nejen obce Horní Bečva, ale i Mikroregionu Rožnovsku.

## 12 ČASOVÁ ANALÝZA PROJEKTU

V této části jsou pomocí matice odpovědnosti vymezeny jednotlivé činnosti při přípravě daného projektu a časový harmonogram projektu, včetně výpočtu doby trvání projektu metodou CPM (Critical Path Method).

### Skladba a kompetence realizačního týmu projektu:

Realizační tým se skládá z pěti osob. S ohledem na charakter projektu byly vyčleněny následující role: manažer projektu – starosta obce, koordinátor projektu, grafik, IT specialista, ekonom projektu. Pro rozdělení kompetencí v rámci jednotlivých rolí byl využit princip RACI matice, kde jednotlivá písmena značí zkratky z počátečních písmen anglických slov:

- R = responsible – osoba, která je odpovědná za provedení konkrétních úkolů;
- A = accountable – osoba odpovědná za splnění úkolu jako celku;
- C = consulted – osoba poskytující konzultaci a znalosti/zkušenosti k úkolu;
- I = informed – osoba, která má být informována o průběhu/rozhodnutích.

(Jesenský, 2018, s. 83)

Následující tabulka č. 10 znázorňuje matici odpovědnosti jednotlivých kompetencí daných osob. Jednotlivá písmena v tabulce značí: P – podporuje (konzultuje), Z – zodpovídá, S – schvaluje, I – informuje.

Tab. 10. Matice odpovědnosti (vlastní zpracování, 2020)

Činnost/role	Manažer	Koordinátor	Grafik	IT specialista	Ekonom
Vedení realizačního týmu	Z				
Podpis smluv	Z	P			
Rozdělení úkolů	S	Z			
Odpovědnost za plánování	Z/P				
Vyřízení stavebních povolení	Z				I
Kontrola plnění harmonogramu	Z	P			

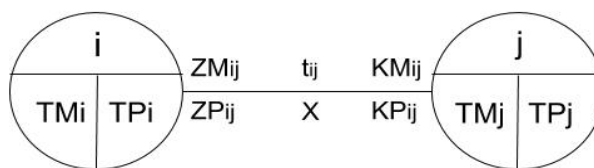
Činnost/role	Manažer	Koordinátor	Grafik	IT specialista	Ekonom
Správa webových a sociálních sítí				Z	I
Svolávání schůzek projektového týmu	S	Z			
Textace tabulí/letáků			Z	I	
Návrh informačních tabulí/letáků			Z	P/S	
Sběr dat – dotazníkové šetření		I		P	Z
Evidence dokumentů týkající projektu		Z			I/P
Tvorba rozpočtu	I				Z
Zajištění propagace		P			Z
Nákup potřebných věcí (razítka apod.)			Z		S
Program otevření projektu	P	Z			
Příprava závěrečné zprávy	I	P			Z

### Výpočet doby trvání projektu pomocí metody CPM

Metoda CPM patří mezi deterministické metody síťové analýzy, přičemž jejím cílem je stanovit dobu trvání projektu na základě délky tzv. kritické cesty. Doba trvání je pevně daná a neuvažuje se o její změně. Pro každou činnost se odvozují následující časové charakteristiky:

- $t_{ij}$  – doba trvání činnosti;
- $ZM_{ij}$  – začátek nejdříve možný;
- $KM_{ij}$  – konec nejdříve možný, platí vztah:  $KM_{ij} = ZM_{ij} + t_{ij}$ ;
- $ZP_{ij}$  – začátek nejpozději přípustný, platí vztah:  $ZP_{ij} = KP_{ij} - t_{ij}$ ;
- $KP_{ij}$  – konec nejpozději přípustný;
- $TM_{(i,j)}$  – nejdříve možný termín uzlu;
- $TP_{(i,j)}$  – nejpozději přípustný termín uzlu.

(Zimola, 2002, s. 149-152)



Obr. 13. Uzly v síťové analýze (vlastní zpracování dle Zimola, 2002, s. 154)

Následující tabulka č. 11 zahrnuje jednotlivé činnosti projektu a počty dnů, které jsou zapotřebí k jejich splnění.

Tab. 11. Časový plán projektu (vlastní zpracování, 2020)

Název činnosti	Symbol činnosti	Předcházející činnost	Doba trvání (dny – $t_{ij}$ )
Myšlenka projektu a sestavení realizačního týmu	A	-	14
Dotazníkové šetření	B	A	45
Vypracování projektové dokumentace	C	B	30
Vytyčení jednotlivých zastavení	D	C	10
Požadavek na potřebné stavební povolení	E	C	45
Zpracování návrhů na informační panely a propagační materiály	F	C	14
Výběrové řízení na dodavatele panelů	G	E, F	30
Výroba informační panelů	H	G	42
Tisk propagačních materiálů	I	F	7
Terénní úpravy a instalace panelů	J	H	10
Vyznačení naučné stezky	K	D, J	5
Propagace	L	I	40
Kontrolní dny	M	K	5
Slavnostní otevření	N	L, M	1
Zpracování závěrečné zprávy	O	N	10

V následujícím obrázku č. 14 jsou výsledky CPM za pomoci programu WinQM znázorňující výpočet doby realizace projektu. Z výsledků vychází, že daný projekt by měl trvat 237 dní – to je zároveň nejkratší doba projektu. U činností D, F, I, L je možné zpozorovat časové rezervy. Dané hodnoty u zmíněných činností znamenají velikost časového intervalu, o který

lze zpozdít ukončení realizace činnosti, aniž by se změnila doba trvání celého projektu. Jednotlivé sloupce v obrázku znázorňují:

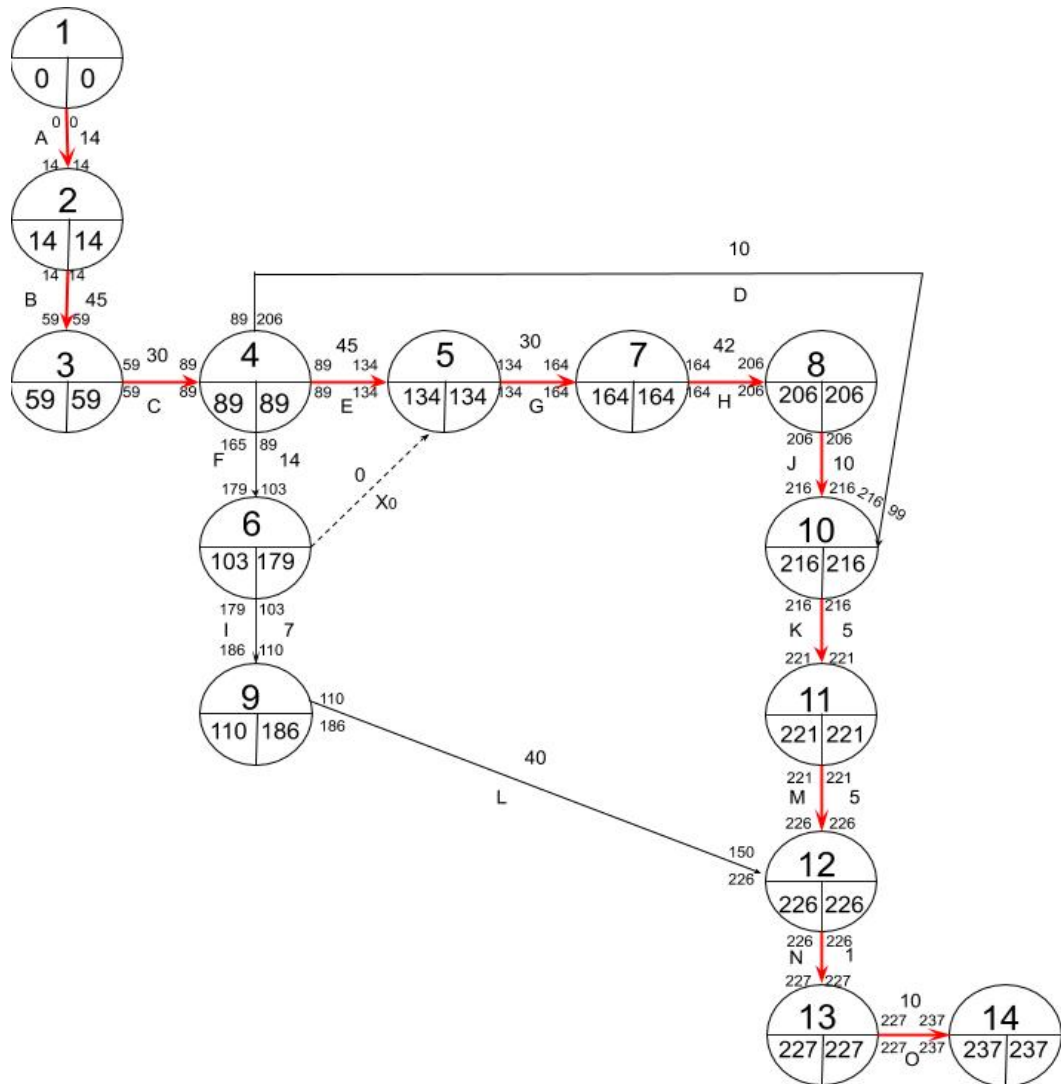
- *Activity* – název aktivity;
- *Activity Time* – doba trvání jednotlivé aktivity;
- *Early Start* – začátek nejdříve možný ( $ZM_{ij}$ );
- *Early Finish* – konec nejdříve možný ( $KM_{ij}$ );
- *Late Start* – začátek nejpozději přípustný ( $ZP_{ij}$ );
- *Late Finish* – konec nejpozději přípustný ( $KP_{ij}$ );
- *Slack* – časová rezerva.

Activity	Activity time	Early Start	Early Finish	Late Start	Late Finish	Slack
Project	237					
A	14	0	14	0	14	0
B	45	14	59	14	59	0
C	30	59	89	59	89	0
D	10	89	99	206	216	117
E	45	89	134	89	134	0
F	14	89	103	120	134	31
G	30	134	164	134	164	0
H	42	164	206	164	206	0
I	7	103	110	179	186	76
J	10	206	216	206	216	0
K	5	216	221	216	221	0
L	40	110	150	186	226	76
M	5	221	226	221	226	0
N	1	226	227	226	227	0
O	10	227	237	227	237	0

Obr. 14. Výsledky z programu WinQM (vlastní zpracování, 2020)

Dále je zapotřebí zjistit kritickou cestu, která znázorňuje nejdelší možnou cestu mezi vstupem a výstupem tohoto projektu. Kritická cesta je tvořena činnostmi s nulovými celkovými rezervami – v tomto případě je tvořena tedy činnostmi A, B, C, E, G, H, J, K, M, N a O. V obrázku č. 15 je kritická cesta znázorněna pomocí červeně vyznačené čáry.

Je potřebné kritickou cestu pečlivě sledovat, jelikož každá prodleva v činnostech na ní ležících znamená celkové zpoždění projektu.



Obr. 15. Kritická cesta znázorněna síťovým grafem (vlastní zpracování, 2020)

### 13 NÁKLADOVÁ ANALÝZA PROJEKTU

Následující část se zabývá předpokládanou nákladovou stránkou projektu. Zahrnuty jsou zde i způsoby financování naučné stezky.

Vhodné je zmínit výdaje, které mohou návštěvníkům vzniknout, pokud by se rozhodli naučnou stezku navštívit. Týkají se především dopravy do obce Horní Bečvy. Tabulka č. 12 znázorňuje přibližné výdaje, které návštěvníci vynaloží v případě, že zvolí jako způsob dopravy automobil či autobus. Výdaje návštěvníků však nebudou zahrnuty do celkových nákladů naučné stezky, jelikož se jedná o subjektivní hledisko a nesouvisí přímo s tvorbou naučné stezky.

Tab. 12. Možné výdaje návštěvníků (vlastní zpracování, 2020)

<b>Automobil:</b> při ceně 30 Kč/1 l benzínu a spotřebě 6 l/100 km		<b>Autobus:</b> R. p. R. → HB obecní úřad	
do 5 km	9 Kč	dospělý	cca. 23 Kč
Více než 5 km, méně než 10 km	9,1 – 18 Kč	student/senior	cca. 6 Kč
Více než 10 km, méně než 15 km	18,1 – 27 Kč	děti do 6 let	zdarma
Více než 15 km, méně než 20 km	27,1 – 36 Kč	<b>Parkoviště na Horní Bečvě</b>	
Více než 20 km	Více než 36 Kč	zdarma	

Náklady naučné stezky budou obsahovat náklady na informační tabule a městský mobiliář, náklady na propagaci, náklady na lidské zdroje a ostatní náklady nezařazené do předchozích skupin. Samostatnou položkou je pak položka slavnostního otevření stezky.

Co se nákladů na propagaci týče, bylo rozhodnuto o tisku 750 ks letáků velikosti A5. Cenovou nabídku zaslala reklamní agentura z blízkého města Rožnova pod Radhoštěm.

Tab. 13. Ceník letáku A5 (vlastní zpracování dle Miger advertising, 2020)

Počet kusů	Cena za jeden kus	Cena bez DPH	Cena s DPH
200 ks	3,43 Kč	686 Kč	830,06 Kč
500 ks	2,55 Kč	1275 Kč	1542,75 Kč
<b>750 ks</b>	<b>2,26 Kč</b>	<b>1695 Kč</b>	<b>2050,95 Kč</b>
1000 ks	2,11 Kč	2110 Kč	2553,1 Kč
2000 ks	1,84 Kč	3680 Kč	4452,8 Kč
2500 ks	1,78 Kč	4450 Kč	5384,5 Kč

Inzerce v místních novinách je v tomto případě levnou variantou propagace – jelikož zpravodaj vlastní sama obec, výtisk samotné inzerce bude zdarma. Finanční částkou bude ohodnocena osoba vytvářející danou pozvánku, a to v předběžném ohodnocení 900 Kč, které budou zahrnuty pod položkou grafika a texty u lidských zdrojů.

Tab. 14. Inzerce v novinách (vlastní zpracování, 2020)

Inzerce v novinách	
Činnosti	text grafické zpracování obsahu
Termín uveřejnění	měsíc před otevřením
<b>Náklady</b>	
Text (1 hod.)	100 Kč
Grafické práce (8 hod.)	800 Kč
Zveřejnění ve zpravodaji	0 Kč
Náklady celkem	900 Kč

Aby webová stránka fungovala jako má, je zapotřebí jí věnovat patřičný čas. K prvotnímu spuštění webu a vytvoření QR kódu je vymezen předpokládaný čas 30 hodin práce, za který bude pracovník odměněn 14 000 Kč. Tyto náklady jsou zahrnuty pod „propagaci“.

Tab. 15. Náklady webové stránky (vlastní zpracování, 2020)

Webové stránky	
Činnosti	Tvorba webu, grafická podoba, text, následné úpravy, QR kód
Termín spuštění	Měsíc a půl před otevřením
Náklady:	
Tvorba webu (30 hod.)	14 000 Kč
Náklady celkem	14 000 Kč

Největší částka nákladů naučné stezky patří vybavení, a to zejména výrobě informačních tabulí a koupi městského mobiliáře. Tato částka činí 126 023 Kč. Tesařské práce obstará firma z Horní Bečvy – „Tesařství Pavel Vašut“. V prvotní fázi instalace panelů je zapotřebí na některých místech provést terénní úpravy a následně provést upevnění informačních tabulí. Práce na grafice, ať už informačních tabulí či letáků, je ohodnocena částkou 11 200 Kč. Předpokládaná částka vyplacena na lidské zdroje je 51 200 Kč. Na slavnostní otevření naučné stezky je vymezena finanční částka v předpokládané výši 50 tisíc Kč.



Některé práce na vybudování naučné stezky mohou být zajišťovány pomocí dobrovolníků, kteří by například zajišťovali roznos letáků nebo by zajišťovali obsluhu, přispěli občerstvením a podobně při slavnostním otevření, případně nabídli jinou pomoc související s projektem.

Předpokládané celkové náklady na realizaci naučné stezky jsou ve výši 258 730 Kč, resp. 260 000 Kč.

Tab. 16. Předpokládané náklady projektu v Kč (vlastní zpracování, 2020)

Položka	Jednotná cena (Kč včetně DPH)	Měrná jednotka	Cena celkem (Kč včetně DPH)
<b>Informační tabule a městský mobiliář</b>			
<b>Informační tabule A1</b>		<b>KS</b>	
Rozdvojka	970	16	15 520
Tabule	485	16	7760
Potisk	960	16	15360
Nátěr (3x)	560	16	8960
Stříška	655	16	10480
Spojovací materiál	360	16	5760
Kotvení a montáž	2180	16	34880
<b>Informační tabule A0</b>		<b>KS</b>	
Rozdvojka	1090	1	1090
Tabule	605	1	605
Potisk	1020	1	1020
Nátěr (3x)	640	1	640
Stříška	720	1	720
Spojovací materiál	420	1	420
Kotvení a montáž	2180	1	2180
<b>Městský mobiliář</b>		<b>KS</b>	
Venkovní lavička	3 517	4	14 068
Odpadkový koš	1 640	4	6 560
<b>Lidské zdroje</b>		<b>HOD.</b>	
Grafika + texty	100	112	11 200
Terénní úpravy	500	30	15 000
Oportunitní náklady	X	X	25 000
<b>Propagace</b>		<b>KS</b>	
Letáky A5	2,7346	750	2 051
Zpravodaj	X	X	0
Webová stránka	14 000	1	14 000
Sociální síť	X	X	0
<b>Ostatní</b>		<b>KS</b>	
Tisk – karta na sběr razítek/mapa	3,88	1000	3 880

Ostatní		KS	
Výroba šablony – značka okruhu	300	1	300
Značení – barva (0,5 l)	399	4	1 596
Razítka	303	16	4 848
Razítkovací poduška	62	16	992
Krabičky na razítka	240	16	3 840
<b>Slavnostní otevření</b>			50 000
<b>Náklady celkem</b>			<b>258 730</b>

Naučnou stezku je však zapotřebí udržovat a kontrolovat její stav několikrát do roka. Následující tabulka znázorňuje náklady na obnovu značení naučné stezky a další náklady související s její údržbou v příštích sedmi letech provozu, za předpokladu, že naučná stezka bude otevřena v roce 2020. V tabulce nejsou zahrnuty náklady na potenciální deskovou hru, jelikož tyto náklady jsou „volitelnými“, respektive nepředstavují pro projekt prioritu, kvůli které by se projekt nemohl uskutečnit.

Tab. 17. Náklady na údržbu v Kč (vlastní zpracování, 2020)

Náklady v dalších letech		Cena (Kč včetně DPH)
2021	Obnova značení	1 500
	Jednorázová odměna za kontrolu stavu stezky (4x ročně)	2 000
	Další potřebná údržba (razítka, inkoust, oprava zařízení aj.)	9 000
2023		10 000
2025		10 000
2027		10 000
<b>Náklady celkem</b>		<b>42 500</b>

### Příjmy projektu

Projekt naučné stezky nebude vykazovat žádné příjmy, jelikož neposkytuje žádnou službu za úplat. Samotný vstup na naučnou stezku bude návštěvníkům zpřístupněn zdarma.

### Způsoby financování naučné stezky

Realizaci naučné stezky má na starosti samotná obec Horní Bečva, jejímž katastrálním územím naučná stezka bude procházet. Možnostmi financování projektu mohou být následující varianty:

- *Financování z vlastních zdrojů obce Horní Bečva* – nejpravděpodobnější varianta financování naučné stezky je pokrytí nákladů z vlastních zdrojů obce.
- *Financování za pomoci mikroregionu Rožnovsko* – jelikož je obec Horní Bečva součástí mikroregionu Rožnovsko, jako možnost financování se může nabízet i spolupráce s ním. Pomocí emailové komunikace byl vznesen dotaz na možnou finanční podporu ze strany mikroregionu. Z odpovědi však vyplývá, že pokud se nejedná o projekt více obcí či projekt s regionálním dosahem, neposkytuje mikroregion žádnou finanční podporu a obce si tento projekt hradí ze svého rozpočtu, pokud nevyužijí některý jiný dotační titul.
- *Financování za pomoci sponzoringu* – nabízí se také možnost oslovit nějakého sponzora v regionu. Případným sponzorem by mohla být například firma Robe Lighting, která se stává sponzorem různým událostí v této oblasti, zejména se sportovním podnětem. Lze zmínit, že tato firma bývá sponzorem i Macurova memoriálu, zmíněného v analytické části.
- *Financování za pomoci crowdfundingové kampaně* – jako další způsob by bylo možné použít crowdfundingovou kampaň odměnového typu. Za menší finanční obnos by lidé, kteří přispěli, dostali za odměnu například klíčenku jedné z bájných postav, či jiný upomínkový předmět. Nicméně využití této kampaně se v současné době zdá nevhodné, pokud se naučná stezka má otevřít v hlavní sezóně roku 2020. Pokud by se projekt nestihl tento rok zrealizovat, bylo by případné vyzkoušet tuto kampaň na následující rok 2021.
- *Financování za pomoci dotací* – poslední možností je čerpání financí z některého dotačního titulu (dále DT).
  - Regionální operační program NUTS II Střední Morava – je určen pro region soudržnosti Střední Morava, který se skládá z Olomouckého a Zlínského kraje. Regionální operační program (ROP) je rozdělen na 4 prioritní osy. Cestovní ruch spadá do prioritní osy 3 a je na něj vyčleněno z fondů Evropské unie 121,6 milionu eur. Do osy 3 spadá například rozvoj a obnova infrastruktury pro aktivní a kulturně-poznávací formy cestovního ruchu a lázeňství, vybudování jednotného systému turistických okruhů, naučných stezek, navigačních tabulí a tak dále. (ROP NUTS II Střední Morava, ©1998-2020)

- Interreg V-A Slovenská republika – Česká republika – základní logikou tohoto programu je myšlenka přeshraniční spolupráce, která má ovlivnit sociální, ekonomický a územní rozvoj příhraničních oblastí s důrazem na pozitivní změnu na úrovni obyvatel a skupin obyvatelů. Obec Horní Bečva svou geografickou polohou spadá do oprávněných území programu. (O programe, ©2018)
- Podpora obnovy a rozvoje venkova – cílem tohoto DT je podpořit obnovu a rozvoj obcí do 3000 obyvatel, zvýšit kvalitu života jejich obyvatel a zlepšit atraktivitu obecního prostoru. V rámci tohoto programu je vymezen DT „*Podpora budování a obnovy míst aktivního a pasivního odpočinku*“. Zmíněný DT podporuje výstupy sloužící široké veřejnosti, jehož užívání není zpoplatněno a je veřejně přístupné. Do DT titulu spadá mimo jiné obnova nebo vybudování naučných/zážitkových stezek (vyjma cyklostezek). Dotace je poskytována až do výše 70 % skutečně vynaložených uznatelných nákladů akce, přičemž dolní limit dotace na jednu akci činí 100 tis. Kč a horní limit 3 mil. Kč. (Podpora obnovy a rozvoje venkova, ©2020)
- Operační program Životní prostředí 2014-2020 (OPŽP) – zastřešujícím orgánem programu je Ministerstvo životního prostředí a zprostředkujícími subjekty jsou Státní fond životního prostředí ČR (prioritní osy 1,2,3,5) a Agentura ochrany přírody a krajiny ČR (prioritní osa 4). Právě prioritní osa 4 se zabývá dotacemi z OPŽP na ochranu a péči o přírodu a krajiny. V rámci specifického cíle „*4.1 Zajistit příznivý stav předmětu ochrany národně významných chráněných území*“ jsou podporovány opatřeními například péče o vodní prvky a mokřadní biotopy. Dále také opatření k usměrňování návštěvníků z důvodu eliminace negativního dopadu na předmět ochrany způsobovaného návštěvníky (úprava cest, chodníků aj.) anebo budování či obnova prvků pro interpretaci chráněných území (návštěvnická centra v CHKO, informační panely, naučné stezky apod.). Podpora dle OPŽP lze být maximálně 100 % celkových způsobilých výdajů dle typu opatření. (138. výzva Ministerstva životního prostředí, ©2020; O programu, ©2020)

## 14 RIZIKOVÁ ANALÝZA PROJEKTU

V rámci navrhovaného projektu je nezbytné identifikovat také řadu rizik, které mohou ať už více, či méně daný projekt ovlivnit. V této kapitole jsou vybrána možná rizika, která by mohla vzniknout a také jejich způsob případné eliminace. Ne všechna rizika však mohou být eliminována, nicméně je vhodné alespoň podstoupit kroky ke snížení pravděpodobnosti jejich výskytu a následnému dopadu na projekt.

Každé riziko je hodnoceno jeho pravděpodobností výskytu a závažností důsledků za použití hodnotící škály a slovním ohodnocením (znázorněno viz. tabulka číslo 18).

*Tab. 18. Hodnotící tabulka (vlastní zpracování dle Váchal a Vochozka, 2013, s. 529-534)*

Pravděpodobnost výskytu rizika		Závažnost důsledků rizika	
výskyt rizika	body	dopad rizika	body
vzácný	1	zanedbatelný	1
nepravděpodobný	2	malý	2
možný	3	střední	3
pravděpodobný	4	významný	4
jistý	5	katastrofální	5

Pro vyhodnocení rizika je použit následující vzorec:

$$\text{riziko} = \text{pravděpodobnost výskytu rizika} * \text{závažnost důsledků rizika}$$

Na základě výsledků hodnocení je velikost rizika posuzována dle následujícího rozčlenění:

- nízké riziko (N): hodnoty 1-3
- střední riziko (S): hodnoty 4-8
- vysoké riziko (V): 9-16
- extrémní riziko (E): 17-25

(Váchal a Vochozka, 2013, s. 529-534)

Tab. 19. Rizika projektu (vlastní zpracování, 2020)

Označení rizika	Riziko	Pravděpodobnost výskytu rizika	Závažnost důsledku rizika	Hodnocení	Riziko
A	Nezískání potřebných stavebních povolení	3	2	6	S
B	Vandalismus	4	3	12	V
C	Nedostatek financí na realizaci projektu	4	4	16	V
D	Nedostatek financí na údržbu	3	3	9	V
E	Zpoždění realizace projektu	3	2	6	S
F	Nesprávný odhad nákladů na realizaci	3	4	12	V
G	Náhlé snížení finančních prostředků	3	3	9	V
H	Nevhodně zvolená propagace projektu	2	3	6	S
I	Nezájem cílových skupin	2	4	8	S
J	Nepříznivé klimatické podmínky	3	1	3	N

Jako **nízké** bylo vyhodnoceno pouze následující **riziko**:

- **Nepříznivé klimatické podmínky** – špatné počasí je faktor, který se nedá ovlivnit. Jelikož naučná stezka bude zpřístupněna celoročně a bude vést přírodou, je na každém návštěvníkovi, aby zvážil, zda je pro něj vhodné v daný den stezku navštívit.

Mezi **střední rizika** patří následující:

- **Nezískání potřebných stavebních povolení** – v daném projektu se vyskytuje pouze jedno místo, na které je potřeba stavební místo, a to místo sloužící pro informační panel upozorňující na naučnou stezku. V případě nezískání potřebného povolení je zde možnost vyhledat jiné místo k instalaci tabule.
- **Zpoždění realizace projektu** – aby se zabránilo případnému zpoždění realizace projektu je nutné jeho průběh pravidelně kontrolovat. Dalším opatřením může být

zapojení více osob do projektu, například spolky z Horní Bečvy a rozdělit úkoly k zajištění každému z nich. Zpoždění realizace projektu může také souviset s nedostatkem finančních prostředků (viz. riziko „nedostatek financí na realizaci projektu“).

- **Nevhodně zvolená propagace projektu** – riziko může způsobit nedostatečné informování cílové skupiny ale také možné nezaujetí naučné stezky. Vzhledem k vybraným cílovým skupinám je zapotřebí zvolit vhodné formy propagace pro danou skupinu.
- **Nezájem cílových skupin** – jelikož hlavní cílovou skupinou jsou především rodiny s dětmi, je nutné upoutat pozornost nejen tématem, ale také vizuální podobou informačních panelů, poutavými texty aj. Atraktivním prvkem má být také synchronizace QR kódu s webovou stránkou a tím plnění zajímavých úkolů. Vhodně zvolená propagace nebo „čistota“ stezky mohou být také zabraňující motivy vzniku tohoto rizika. K částečné eliminaci rizika dochází díky vytvořeným personám, díky nimž je snaha stezku vytvořit tak, aby odpovídala jejich zájmům a návštěvníci zde chtěli trávit svůj volný čas.

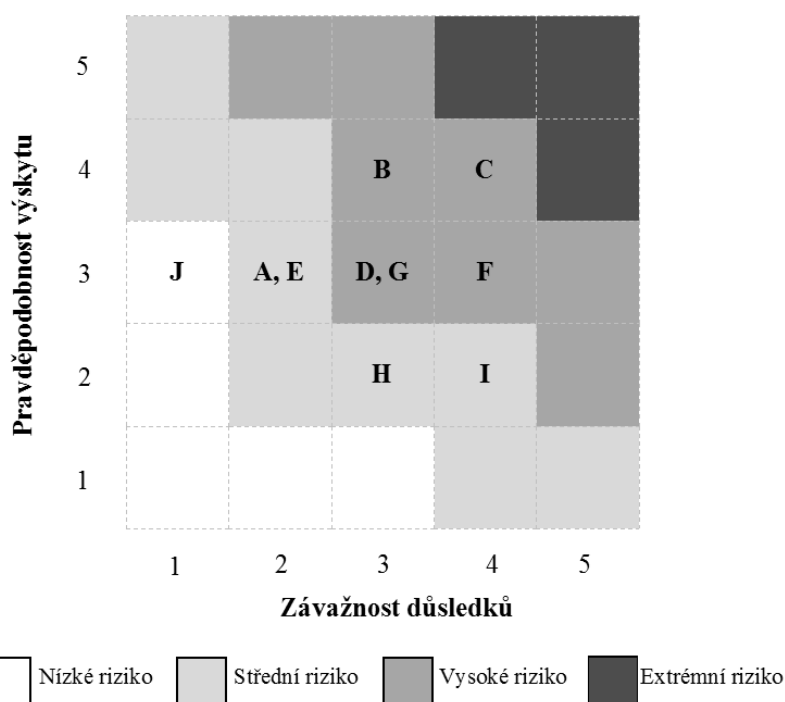
Jako **vysoká rizika** byla vyhodnocena:

- **Nedostatek financí na údržbu** – v případě nedostatku peněz na údržbu v dalších letech, je možné zvážit zřízení „kasičky“ do které by lidé přispívali nejen na provoz naučné stezky, ale všech turistických tras. Možností je také zapojení dobrovolníků do prací souvisejících s úpravou stezky a snížit tak náklady o mzdovou část.
- **Vandalismus** – s tímto rizikem se setkávají snad všechny turistické trasy, naučné stezky a jiné tratě a prakticky ho na těchto místech lze stěží eliminovat. Vhodné by bylo umístění telefonního čísla informačního centra přímo na mapě naučné stezky, případně na hlavní informační ceduli v centru obce. Návštěvníci, kteří by se setkali či přistihli vandaly by tak měli možnost ohlásit místo, které bylo poničeno, případně kde něco chybí (razítko, poduška na inkoust, vyvrácený odpadkový koš atd.). Nutností by také bylo zvýšení počtu kontrol stavu naučné stezky. Pro případy vandalismu má obec zřízené pojištění.
- **Nedostatek financí na realizaci projektu** – nedostatek financí je možné označit za nejpodstatnější riziko, jelikož finanční prostředky přímo ovlivňují realizaci či nerealizaci daného projektu. V případě nezajištění finančních prostředků obcí je

zde možnost zpřístupnit pouze část okruhů (např. jen jeden či dva okruhy) nebo projekt odložit na následující rok.

- **Nesprávný odhad nákladů na realizaci** – příčinou nesprávného odhadu nákladů na realizaci může být nevhodně navržený rozpočet projektu či opomenutí určitých složek projektu. Podcenění projektu může vést k tomu, že nebude možné vytvořit projekt v takové míře, v jakém byla jeho myšlenka. Opatřením může být kontrola od zkušeného ekonoma.
- **Náhlé snížení finančních prostředků** – finanční prostředky obce mohou být z nečekaných událostí (například z důvodu nějaké krize) investovány do jiných projektů či k jiným potřebám. V tomto případě by bylo případné zaměřit se pouze na realizaci části projektu a vyrobit menší počet informačních tabulí či projekt odložit.

Bylo zjištěno, že tento projekt neovlivňují žádná **extrémní rizika**.



Obr. 16. Matice rizik (vlastní zpracování dle Váchal a Vochozka, 2013, s. 533)

## 14.1 Závěrečné shrnutí projektu

Projekt vychází z podrobné analýzy současného stavu obce Horní Bečva ale také z vyplněných dotazníků potenciálních návštěvníků. Projekt je zaměřen na různé věkové kategorie, zejména pak na rodiny s dětmi. Smyslem projektu je vyplnění volného času cílových skupin prospěšnou činností, která může návštěvníky obohatit o nové informace



z oblasti Valašska, o poznání přírody, o čas strávený s blízkými lidmi a která také může potenciálně napomoci rozvoji turismu místní oblasti.

Marketingovou komunikaci je potřeba vhodně zaměřit na odlišné cílové skupiny, proto jako způsoby propagace byly zvoleny – zpravodaj obce, webové stránky obce a případně mikroregionu Rožnovsko, sociální síť obce a naučné stezky.

Celkové náklady projektu nejsou příliš vysoké, nicméně možností, jak je snížit, je například požádat o finanční prostředky v rámci některého ze zmíněných dotačních titulů.

## ZÁVĚR

Obec Horní Bečva je oblíbenou a vyhledávanou oblastí Beskyd pro trávení letní i zimní dovolené a nabízí rozmanité podoby rekreace. Cestovní ruch je proto nezbytnou součástí obce, která jej nadále rozvíjí a zkvalitňuje tak své služby.

Cílem diplomové práce bylo navrhnout projekt vybudování naučné stezky, která by napomohla rozšířit volnočasové aktivity v obci Horní Bečva. V rámci analýzy předpokladů cestovního ruchu v oblasti Horní Bečvy, bylo zjištěno, že obec poskytuje dostatek turistických a cyklistických tras. Nicméně je zde určitá mezera v činnostech, které by stmelovaly rodiny a měly jak sportovní, tak také naučné poslání. V návaznosti na získané informace byl vytvořen dotazník zjišťující zájem potenciálních návštěvníků o navrhovaný projekt. Jeho výsledky byly převážně pozitivní. Na základě uvedených skutečností byl dále vypracován projekt.

Projekt naučné stezky „Po stopách Špírka“ se snaží o předání informací o životě na Valašsku a bájných postavách, o kterých existují různé pověry a legendy. Domnívám se, že projekt je realizovatelný a je možné ho do budoucna dále rozvíjet. Díky tomu, že obec pořádá několik sportovních akcí za rok, bylo by vhodné projekt propojit s vybranou událostí. Například využít naučnou stezku pro vytvoření nové nebo stávající, sportovní či jiné události jako trasu, přičemž by účastníci museli v rámci stanovišť plnit úkoly, či splnit určité podmínky. Takové propojení by mohlo být aplikováno i jako sportovní či vědomostní soutěž pro žáky základní školy.

Plánovaným pokračováním naučné stezky je vytvoření deskové hry, jejímž principem je kooperace hráčů proti smrtce, která představuje zápornou postavu. Tento nápad deskové hry lze taktéž dále rozvíjet. V případě využití spolupráce s mikroregionem lze hru poskytnout do knihoven obcí a měst v mikroregionu a nabídnout jí k distribuci v regionálních infocentrech.

Očekává se, že naučná stezka bude určitým přínosem pro obec Horní Bečvu a zaujme část návštěvníků, kteří se budou rádi vracet a absolvovat naučnou stezku v rámci svých výletů.

**SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY**

CANDELA, Guido a Paolo FIGINI, (c2012). *The economics of tourism destinations*. Heidelberg: Springer, 616 s. ISBN 9783642208737.

ČEŘOVSKÝ, Jan a Aleš ZÁVESKÝ, 1989. *Stezky k přírodě*. Praha: Státní pedagogické nakladatelství, 239 s. Praktické příručky pro učitele. ISBN 80-04-22378-8.

GOELDNER, Charles R. a J. R. Brent RITCHIE, 2014. *Cestovní ruch: principy, příklady, trendy*. Brno: BizBooks, 545 s. ISBN 9788025125953.

HAVLÍČKOVÁ, Daniela, 2015. *Metodika – Kompetence, Kvalita, Kvalifikace, (Sebe)Koncepce pro neformální vzdělávání*. Praha: Národní institut pro další vzdělávání, 526 s. ISBN 978-80-87449-50-9.

HESKOVÁ, Marie, 2011. *Cestovní ruch: pro vyšší odborné školy a vysoké školy*. 2., upr. vyd. Praha: Fortuna, 216 s. ISBN 9788073731076.

HORÁKOVÁ, Helena, 2014. *Marketingové strategie*. Praha: IDEA SERVIS, 103 s. ISBN 978-80-85970-81-4.

INDROVÁ Jarmila a kol., 2009. *Cestovní ruch: (základy)*. Vyd. 2., přeprac. V Praze: Oeconomica, 122 s. ISBN 9788024515694.

JAKUBÍKOVÁ, Dagmar, 2012. *Marketing v cestovním ruchu: jak uspět v domácí i světové konkurenci*. 2., aktualiz. a rozš. vyd. Praha: Grada, 320 s. ISBN 9788024742090.

JAKUBÍKOVÁ, Dagmar, 2013. *Strategický marketing: strategie a trendy*. 2., rozš. vyd. Praha: Grada, 368 s. Expert (Grada). ISBN 9788024746708.

JANEČKOVÁ, Ludmila a Miroslava VAŠTÍKOVÁ, 1999. *Marketing měst a obcí*. Praha: Grada, 184 s. Města a obce. ISBN 8071697508.

JESENSKÝ, Daniel, 2018. *Marketingová komunikace v místě prodeje: POP, POS, in-store, shopper marketing*. Praha: Grada, 512 s. ISBN 978-80-271-0252-5.

KAŇÁKOVÁ, Eva, 2008. *Jak efektivně vést porady*. Praha: Grada, 176 s. Vedení lidí v praxi. ISBN 9788024716251.

KOTÍKOVÁ, Halina a Eva SCHWARTZHOFFOVÁ, 2017. *Cestovní ruch*. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 154 s. ISBN 9788024451893.

KOTLER, Philip et al., 2017. *Marketing for Hospitality and Tourism: Seventh edition*. Harlow: Pearson Education Limited, 680 s. ISBN 978-1-292-15615-6.

MEDEK, Michal et al., 2016. Vymezení naučných stezek. *Naučné stezky: zpracování a hodnocení nepřímých interpretačních programů* [online]. s. 158 [cit. 2020-01-28]. ISBN 978-80-210-8335-6. Dostupné z: <https://munispace.muni.cz/library/catalog/book/844>

MULAČOVÁ, Věra a Petr MULAČ, 2013. *Obchodní podnikání ve 21. století*. Praha: Grada, 520 s. Finanční řízení. ISBN 9788024747804.

OTEVŘEL, Radek, 2010. *Metodika projektování naučných stezek*. Brno, 162 s. Disertační práce. Mendelova univerzita v Brně. Vedoucí práce Milan Rajnoch.

PALATKOVÁ, Monika a Jitka ZICHOVÁ, 2014. *Ekonomika turismu: turismus České republiky*. 2., aktualiz. a rozš. vyd. Praha: Grada, 264 s. ISBN 9788024736433.

PAULIČKOVÁ, Renáta, 2005. *Teoretické otázky regionálního a městského marketingu*. Plzeň: Západočeská univerzita, 124 s. ISBN 8070433655.

PAULOVČÁKOVÁ, Lucie, 2015. *Marketing: přístup k marketingovému řízení*. Vydání I. Praha: Univerzita Jana Amose Komenského, 287 s. ISBN 9788074521171.

POUROVÁ, Marie, 2010. *Marketing a management venkovského cestovního ruchu*. Praha: Vysoká škola cestovního ruchu a teritoriálních studií, 92 s. ISBN 9788025477878.

PŘIKRYLOVÁ, Jana, a kol., 2019. *Moderní marketingová komunikace*. 2., zcela přepracované vydání. Praha: Grada Publishing, 344 s. Expert (Grada). ISBN 9788027107872.

RYGLOVÁ, Kateřina, 2009. *Cestovní ruch – soubor studijních materiálů*. 3. rozš. vyd. Ostrava: KEY Publishing, 187 s. ISBN 978-80-7418-28-6.

RYGLOVÁ, Kateřina, Michal BURIAN a Ida VAJČNEROVÁ, 2011. *Cestovní ruch – podnikatelské principy a příležitosti v praxi*. Praha: Grada, 213 s. ISBN 978-80-247-4039-3.

SEDLÁKOVÁ, Renáta, 2014. *Výzkum médií: nejužívanější metody a techniky*. Praha: Grada, 548 s. Žurnalistika a komunikace. ISBN 9788024735689.

TAHAL, Radek, 2015. *Základní metody sběru primárních dat v marketingovém výzkumu*. V Praze: C.H. Beck, 112 s. Beckovy ekonomické učebnice. ISBN 978807400585-5.

TAHAL, Radek, 2017. *Marketingový výzkum: postupy, metody, trendy*. Praha: Grada Publishing, 264 s. Expert (Grada). ISBN 9788027102068.

VÁCHAL, Jan a Marek VOCHOZKA, 2013. *Podnikové řízení*. Praha: Grada. Finanční řízení. ISBN 978-80-247-4642-5.

VAJČNEROVÁ, Ida a Kateřina RYGLOVÁ, 2017. *Management kvality služeb v cestovním ruchu: jak zvýšit kvalitu služeb a spokojenost zákazníků*. Praha: Grada, 192 s. Manažer. ISBN 9788024750217.

VANÍČEK, Jiří, 2013. *Marketing služeb a cestovního ruchu*. Opava: Slezská univerzita v Opavě, Filozoficko-přírodovědecká fakulta v Opavě, Ústav lázeňství, gastronomie a turismu, 191 s. ISBN 9788072488704.

VAŠTIKOVÁ, Miroslava, 2014. *Marketing služeb: efektivně a moderně. 2., aktualiz. a rozš. vyd.* Praha: Grada, 272 s. Manažer. ISBN 9788024750378.

WOISTCH, Jiří a Karolína PAUKNEROVÁ, 2014. *Metodika pro prezentaci sídelního a krajinného prostoru a kulturního dědictví prostřednictvím tvorby naučných stezek*. Západočeská univerzita v Plzni, 60 s. Dostupné také z: [http://www.antropologie.org/sites/default/files/files/downloads/reports/metodika\\_naucne\\_s\\_tezky\\_2015\\_final.pdf](http://www.antropologie.org/sites/default/files/files/downloads/reports/metodika_naucne_s_tezky_2015_final.pdf)

ZELENKA, Josef, 2010. *Marketing cestovního ruchu*. Praha: Univerzita Jana Amose Komenského, 240 s. ISBN 9788086723952.

ZELENKA, Josef a Martina PÁSKOVÁ, 2012. *Výkladový slovník cestovního ruchu*. Kompletně přeprac. a dopl. 2. vyd. Praha: Linde Praha, 768 s. ISBN 9788072018802.

ZIMOLA, Bedřich, 2002. *Operační výzkum*. Vyd. 3. nezm. Zlín: Univerzita Tomáše Bati, Fakulta managementu a ekonomiky, 168 s. ISBN 8073181029.

### Internetové zdroje

138. výzva Ministerstva životního prostředí: Operačního programu Životní prostředí 2014–2020, ©2020. In: *Operační program Životní prostředí* [online]. [cit. 2020-04-16]. Dostupné z:

[https://www.opzp.cz/files/documents/storage/2020/03/31/1585645313\\_Text%20vyzvy\\_138\\_1.pdf](https://www.opzp.cz/files/documents/storage/2020/03/31/1585645313_Text%20vyzvy_138_1.pdf)

Co je to naučná stezka, *Stezky.info: Naučné stezky v Praze a Středních Čechách* [online]. [cit. 2020-01-27]. Dostupné z: <http://www.stezky.info/obecne-o-stezkach/co-je-naucna-stezka.htm>

ČESKO, 2006. Zákon č. 183/2006 ze dne 14. března 2006 o územním plánování a stavebním řádu (stavební zákon). In: *Sbírka zákonů*. Částka 63, s. 2226-2290. Dostupné také z: <https://aplikace.mvcr.cz/sbirka-zakonu>

Dopravní přístupnost obce Horní Bečva, 2008. *Lysá hora* [online]. [cit. 2020-02-03]. Dostupné z: <http://www.lysahora.cz/encyklopedie/objekty1.phtml?id=52864>

Draw a circle: Create a circle on a google map using a point and a radius, *Map Developers* [online]. [cit. 2020-03-09]. Dostupné z: [https://www.mapdevelopers.com/draw-circle-](https://www.mapdevelopers.com/draw-circle-tool.php?circles=%5B%5B5000%2C49.3617563%2C15.9645969%2C%22%23AAAAAA%22%2C%22%23000000%22%2C0%5D%2C%5B9970.97%2C49.4322521%2C18.2842558%2C%22%23AAAAAA%22%2C%22%23000000%22%2C0%5D%2C%5B5003.03%2C49.4320325%2C18.28529%2C%22%23AAAAAA%22%2C%22%23000000%22%2C0%5D%2C%5B15057.23%2C49.4322768%2C18.2879085%2C%22%23AAAAAA%22%2C%22%23000000%22%2C0%5D%2C%5B19993.13%2C49.4309233%2C18.2877091%2C%22%23AAAAAA%22%2C%22%23000000%22%2C0%5D%5D)

[tool.php?circles=%5B%5B5000%2C49.3617563%2C15.9645969%2C%22%23AAAAAA%22%2C%22%23000000%22%2C0%5D%2C%5B9970.97%2C49.4322521%2C18.2842558%2C%22%23AAAAAA%22%2C%22%23000000%22%2C0%5D%2C%5B5003.03%2C49.4320325%2C18.28529%2C%22%23AAAAAA%22%2C%22%23000000%22%2C0%5D%2C%5B15057.23%2C49.4322768%2C18.2879085%2C%22%23AAAAAA%22%2C%22%23000000%22%2C0%5D%2C%5B19993.13%2C49.4309233%2C18.2877091%2C%22%23AAAAAA%22%2C%22%23000000%22%2C0%5D%5D](https://www.mapdevelopers.com/draw-circle-tool.php?circles=%5B%5B5000%2C49.3617563%2C15.9645969%2C%22%23AAAAAA%22%2C%22%23000000%22%2C0%5D%2C%5B9970.97%2C49.4322521%2C18.2842558%2C%22%23AAAAAA%22%2C%22%23000000%22%2C0%5D%2C%5B5003.03%2C49.4320325%2C18.28529%2C%22%23AAAAAA%22%2C%22%23000000%22%2C0%5D%2C%5B15057.23%2C49.4322768%2C18.2879085%2C%22%23AAAAAA%22%2C%22%23000000%22%2C0%5D%2C%5B19993.13%2C49.4309233%2C18.2877091%2C%22%23AAAAAA%22%2C%22%23000000%22%2C0%5D%5D)

Horní Bečva: Základní informace, *Místopisný průvodce* [online]. [cit. 2020-02-04]. Dostupné z: <https://www.mistopisy.cz/pruvodce/obec/7111/horni-becva/pocet-obyvatel/>

*Hornobečvanský zpravodaj: Únor 2020*, 2020. Horní Bečva, **XXXVII**(2), 28 s.

HRUBAN, Robert, Rožnovská Bečva. *Moravské-Karpaty.cz* [online]. [cit. 2020-02-27]. Dostupné z: [http://moravske-karpaty.cz/prirodnipomery/hydrografie/vsetinska-becva/#vodni\\_nadrz\\_horni\\_becva](http://moravske-karpaty.cz/prirodnipomery/hydrografie/vsetinska-becva/#vodni_nadrz_horni_becva)

Koncepce prevence kriminality ve Zlínském kraji na léta 2018-2022, ©2020. In: *Zlínský kraj* [online]. [cit. 2020-02-27]. Dostupné z: <https://www.kr-zlinsky.cz/koncepce-prevence-kriminality-ve-zlinskem-kraji-na-leta-2018-2022-cl-4234.html>

Kulíšková naučná stezka, ©2020. *Resort Valachy: Velké Karlovice* [online]. [cit. 2020-02-05]. Dostupné z: <https://www.valachy.cz/akce/kuliskova-naucna-stezka/>

Návštěvnost ve Zlínském kraji v roce 2019, 2020. *Český statistický úřad* [online]. [cit. 2020-02-26]. Dostupné z: <https://www.czso.cz/csu/xz/navstevnost-ve-zlinskem-kraji-v-roce-2019>

Nomenklatura územních statistických jednotek NUTS: (Nomenclature Unit of Territorial Statistic), ©1997-2019. *BusinessInfo.cz: Oficiální portál pro podnikání a export* [online]. [cit. 2020-01-22]. Dostupné z: <https://www.businessinfo.cz/navody/nomenklatura-uzemnich-statistickych/>

Obec Horní Bečva, ©2017. *Horní Bečva: Oficiální stránky obce* [online]. [cit. 2020-02-03]. Dostupné z: <https://www.hornibecva.cz/obec-horni-becva/>

O cyklostezce, ©2018. *Cyklostezka Bečva* [online]. [cit. 2020-02-20]. Dostupné z: <https://www.cyklostezkabecva.cz/o-cyklostezce>

O nás, ©2010. *Služby HB s.r.o.* [online]. [cit. 2020-02-27]. Dostupné z: <https://sluzbyhb.webnode.cz/>

O programe: Základné informácie o programe, ©2018. *Interreg V-A Slovenská republika – Česká republika* [online]. [cit. 2020-04-16]. Dostupné z: <https://www.sk-cz.eu/sk/program-2014-2020/o-programe>

O programu, ©2020. *Operační program Životní prostředí* [online]. [cit. 2020-04-16]. Dostupné z: <https://www.opzp.cz/o-programu/>

Podpora obnovy a rozvoje venkova: Zásady podprogramu Podpora obnovy a rozvoje venkova, ©2020. In: MINISTERSTVO PRO MÍSTNÍ ROZVOJ ČR. *Ministerstvo pro místní rozvoj ČR* [online]. [cit. 2020-04-16]. Dostupné z: [https://mmr.cz/getmedia/8f381bf2-5fc5-48c6-9a57-94a1a72b5305/\\_2020\\_vyzva\\_priloha\\_1\\_2019\\_zasady\\_117D8210\\_1.pdf.aspx?ext=.pdf](https://mmr.cz/getmedia/8f381bf2-5fc5-48c6-9a57-94a1a72b5305/_2020_vyzva_priloha_1_2019_zasady_117D8210_1.pdf.aspx?ext=.pdf)

Policie České republiky – KŘP Zlínského kraje, ©2019. *Policie České republiky* [online]. [cit. 2020-02-20]. Dostupné z: <https://www.policie.cz/clanek/obvodni-oddeleni-roznov-pod-radhostem-obvodni-oddeleni-roznov-pod-radhostem.aspx?q=Y2hudW09Mg%3d%3d>

Povídání, ©2017. *Horní Bečva: Oficiální stránky obce* [online]. [cit. 2020-02-10]. Dostupné z: <https://www.hornibecva.cz/historie/povidani/>

Pustevenská Zoo: Dřevěná stezka, ©2018. *Pustevny* [online]. [cit. 2020-02-05]. Dostupné z: <https://www.pustevny.cz/drevena-stezka/#prettyPhoto>

Rodiny s dětmi: Pašerácká stezka, ©2019. *Ski Bílá* [online]. [cit. 2020-02-27]. Dostupné z: <https://www.skibila.cz/leto/rodiny-s-detmi/>

Rodiny s dětmi: Zbojnický chodník, ©2019. *Ski Bílá* [online]. [cit. 2020-02-27]. Dostupné z: <https://www.skibila.cz/leto/rodiny-s-detmi/>

ROP NUTS II Střední Morava: Cestovní ruch, ©1998-2020. *Regionální rozvojová agentura Východní Moravy* [online]. [cit. 2020-04-16]. Dostupné z: <http://www.rvam.cz/Dotacni-programy/Regionalni-operacni-programy/ROP-NUTS-II-Stredni-Morava>

Satelitní účet cestovního ruchu, ©2020. *Český statistický úřad* [online]. [cit. 2020-01-27]. Dostupné z: [https://www.czso.cz/csu/czso/satelitni\\_ucet\\_cestovniho\\_ruchu](https://www.czso.cz/csu/czso/satelitni_ucet_cestovniho_ruchu)

Služby, ©2017. *Horní Bečva: Oficiální stránky obce* [online]. [cit. 2020-02-27]. Dostupné z: <https://www.hornibecva.cz/sluzby/>

*Socioekonomická analýza obce Horní Bečva*, 2017. Horní Bečva, 46 s.

Stezkou beskydských pašeráků, ©2007-2020. *Turistika.cz: pro větší zážitek z cest a výletů* [online]. [cit. 2020-02-05]. Dostupné z: <https://www.turistika.cz/vylety/stezkou-beskydskych-paseraku/detail>

Systém turistického značení: Pěší turistika, ©2020. *Klub českých turistů* [online]. [cit. 2020-01-28]. Dostupné z: <https://kct.cz/system-turistickeho-znaceni>

V nové hře sbírají turisté razítka, Valašskem je provede medvěd Jura, 2020. *IDNES.cz* [online]. [cit. 2020-02-27]. Dostupné z: [https://www.idnes.cz/zlin/zpravy/turismus-vsetinsko-valassko-razitka-hra-medved-jura.A190710\\_488098\\_zlin-zpravy\\_ras?utm\\_source=facebook&utm\\_medium=sharecd&utm\\_campaign=desktop](https://www.idnes.cz/zlin/zpravy/turismus-vsetinsko-valassko-razitka-hra-medved-jura.A190710_488098_zlin-zpravy_ras?utm_source=facebook&utm_medium=sharecd&utm_campaign=desktop)

*Valašsko: Vyhráj skvělé ceny* [online], 2019. [cit. 2020-02-27]. Dostupné z: <https://www.poznavamevalassko.cz/>

Veřejná databáze: Vše o území: Horní Bečva (okres Vsetín), ©2020a. *Český statistický úřad* [online]. [cit. 2020-04-07]. Dostupné z: [https://vdb.czso.cz/vdbvo2/faces/cs/index.jsf?page=profil-uzemi&uzemiprofil=31548&u=\\_\\_VUZEMI\\_\\_43\\_\\_542687#](https://vdb.czso.cz/vdbvo2/faces/cs/index.jsf?page=profil-uzemi&uzemiprofil=31548&u=__VUZEMI__43__542687#)

Veřejná databáze: Vše o území: Horní Bečva (okres Vsetín), ©2020b. *Český statistický úřad* [online]. [cit. 2020-04-07]. Dostupné z: [https://vdb.czso.cz/vdbvo2/faces/cs/index.jsf?page=profil-uzemi&uzemiprofil=31588&u=\\_\\_VUZEMI\\_\\_43\\_\\_542687#](https://vdb.czso.cz/vdbvo2/faces/cs/index.jsf?page=profil-uzemi&uzemiprofil=31588&u=__VUZEMI__43__542687#)



**SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK**

a kol.	a kolektiv
a.s.	akciová společnost
cit.	citováno
CR	Cestovní ruch
ČR	Česká republika
ČSAD	Česká státní automobilová doprava
et. al.	a kolektiv
GDPR	Obecné nařízení o ochraně osobních údajů (General Data Protection Regulation)
ha	hektar
CHKO	Chráněná krajinná oblast
IT	informační technologie
Kč	Koruna česká
km	kilometr
ks	kus
l	litr
m	metr
m <sup>2</sup>	metr čtvereční
m n. m.	metr nad mořem
NUTS	La Nomenclature des Unités Territoriales Statistiques
QR	Rychlá reakce (Quick Response)
R. p R.	Rožnov pod Radhoštěm
s.r.o.	společnost s ručením omezeným
SWOT	Analýza silných a slabých stránek, příležitostí a hrozeb (Analysis of Strengths and Weaknesses, Opportunities and Threats)

**SEZNAM OBRÁZKŮ**

<i>Obr. 1. Značení naučné stezky (Systém turistického značení, ©2020)</i> .....	32
<i>Obr. 2. Marketingové prostředí a SWOT analýza (vlastní zpracování, 2020 dle Paulovčáková, 2015, s. 79)</i> .....	38
<i>Obr. 3. Poloha obce HB (Dopravní přístupnost obce Horní Bečva, 2008)</i> .....	43
<i>Obr. 4. Historický přehled vývoje počtu obyvatel dle výsledků sčítání lidu 1869-2011 (Veřejná databáze, ©2020a)</i> .....	45
<i>Obr. 5. Vývoj porodnosti a úmrtnosti v obci HB (Veřejná databáze, ©2020a; Hornobečvanský zpravodaj, 2020, s. 6)</i> .....	46
<i>Obr. 6. Počet obyvatel nastěhovaných a vystěhovaných v obci HB (Veřejná databáze, ©2020a)</i> .....	47
<i>Obr. 7. Zájem o naučnou stezku (vlastní zpracování, 2020)</i> .....	61
<i>Obr. 8. Typ společnosti (vlastní zpracování, 2020)</i> .....	63
<i>Obr. 9. Způsob informování o stezce (vlastní zpracování, 2020)</i> .....	64
<i>Obr. 10. Očekávání respondentů (vlastní zpracování, 2020)</i> .....	65
<i>Obr. 11. Vzdálenost obcí od HB (vlastní zpracování, 2020 dle Draw a circle)</i> .....	66
<i>Obr. 12. Návrh turistických symbolů (autor: Tereza Bártková, 2020)</i> .....	77
<i>Obr. 13. Uzly v síťové analýze (vlastní zpracování dle Zimola, 2002, s. 154)</i> .....	84
<i>Obr. 14. Výsledky z programu WinQM (vlastní zpracování, 2020)</i> .....	85
<i>Obr. 15. Kritická cesta znázorněna síťovým grafem (vlastní zpracování, 2020)</i> .....	86
<i>Obr. 16. Matice rizik (vlastní zpracování dle Váchal a Vochozka, 2013, s. 533)</i> .....	96

**SEZNAM TABULEK**

<i>Tab. 1. Stav obyvatel Horní Bečvy k 31.12 (Veřejná databáze, ©2020a)</i> .....	45
<i>Tab. 2. Počet návštěvníků IC v obci HB (Hornobečvanský zpravodaj, 2020, s. 9)</i> .....	50
<i>Tab. 3. Kapacita a návštěvnost hromadných ubytovacích zařízení v Horní Bečvě v letech 2014-2019 (Veřejná databáze, ©2020b)</i> .....	53
<i>Tab. 4. Srovnání naučných stezek (vlastní zpracování, 2020)</i> .....	59
<i>Tab. 5. Přijatelná délka trasy (vlastní zpracování, 2020)</i> .....	62
<i>Tab. 6. Motivace deskové hry (vlastní zpracování, 2020)</i> .....	63
<i>Tab. 7. SWOT analýza – silné a slabé stránky obce HB (vlastní zpracování, 2020)</i> .....	67
<i>Tab. 8. SWOT analýza – příležitosti a hrozby obce HB (vlastní zpracování, 2020)</i> .....	68
<i>Tab. 9. Shrnutí základních informací (vlastní zpracování, 2020)</i> .....	75
<i>Tab. 10. Matice odpovědnosti (vlastní zpracování, 2020)</i> .....	82
<i>Tab. 11. Časový plán projektu (vlastní zpracování, 2020)</i> .....	84
<i>Tab. 12. Možné výdaje návštěvníků (vlastní zpracování, 2020)</i> .....	87
<i>Tab. 13. Ceník letáku A5 (vlastní zpracování dle Miger advertising, 2020)</i> .....	87
<i>Tab. 14. Inzerce v novinách (vlastní zpracování, 2020)</i> .....	88
<i>Tab. 15. Náklady webové stránky (vlastní zpracování, 2020)</i> .....	88
<i>Tab. 16. Předpokládané náklady projektu v Kč (vlastní zpracování, 2020)</i> .....	89
<i>Tab. 17. Náklady na údržbu v Kč (vlastní zpracování, 2020)</i> .....	90
<i>Tab. 18. Hodnotící tabulka (vlastní zpracování dle Váchal a Vochozka, 2013, s. 529-534)</i> .....	93
<i>Tab. 19. Rizika projektu (vlastní zpracování, 2020)</i> .....	94

## SEZNAM PŘÍLOH

Příloha P I: Mapa naučných stezek

Příloha P II: Dotazník

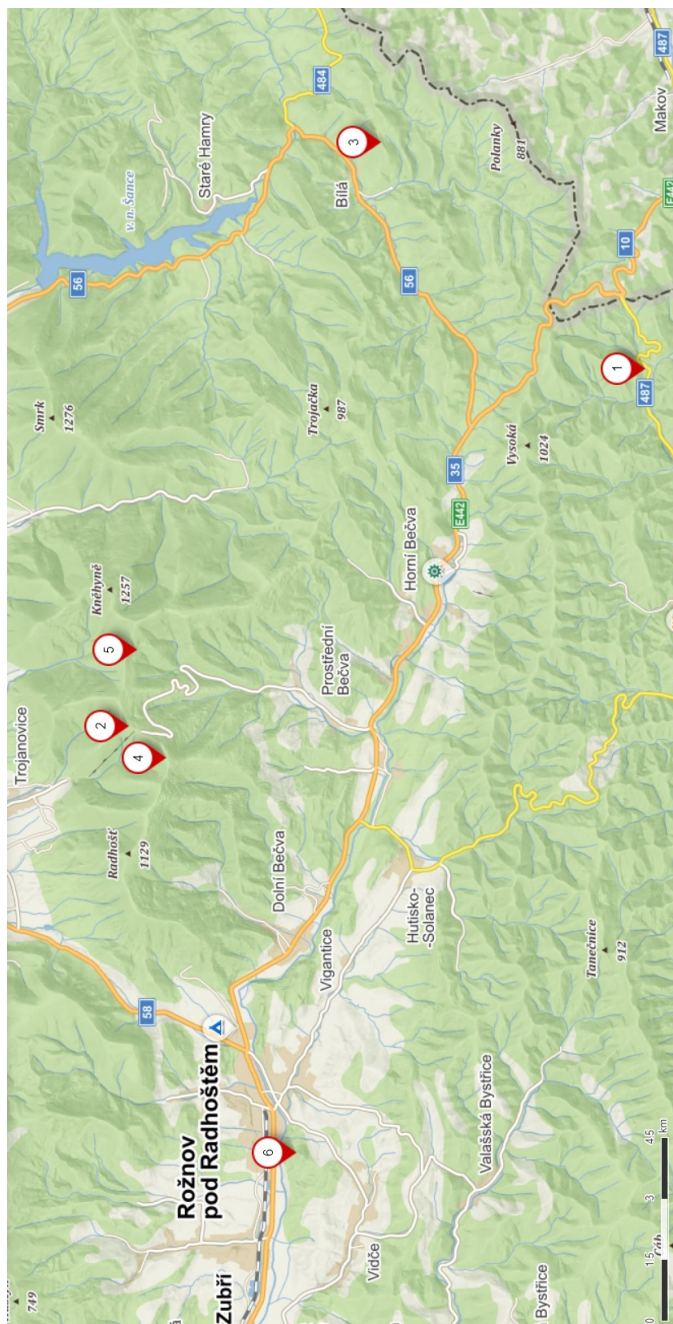
Příloha P III: Kružnice vzdálenosti obcí

Příloha P IV: Rámcová strategie obce HB 2018–2030

Příloha P V: Mapa okruhů naučné stezky

Příloha P VI: Návrh informační tabule – Špírek

## PŘÍLOHA P I: MAPA NAUČNÝCH STEZEK



Bod 1 – Kulíškova naučná stezka

Bod 2 – Pustevenská ZOO

Bod 3 – Pašerácká stezka + Zbojnický chodník

Bod 4 – Naučná stezka Radegast

Bod 5 – Naučná stezka Čertův mlýn

Bod 6 – Naučná stezka Hradisko

## PŘÍLOHA P II: DOTAZNÍK

*Dobrý den, jsem studentka Fakulty managementu a ekonomiky Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně. V rámci mé diplomové práce jsem se spojila s týmem nadšenců a společně bychom rádi vybudovali naučnou stezku v obci Horní Bečva, která by představovala bájně bytosti z oblasti Valašska (černokněžník, čarodějnice, hůkalky a jiné). Prostřednictvím tohoto dotazníku bychom rádi zjistili, zda by o tuto stezku byl zájem. Dotazník je zcela anonymní a výsledky budou použity v rámci mé diplomové práce. Děkujeme za Váš názor.*

*Za celý tým: Bc. Tereza Krupová*

**1. Bydlíte v obci Horní Bečva?**

- Ano
- Ne

**2. Navštěvujete naučné stezky?**

- Ano, navštěvuji je několikrát ročně
- Pouze výjimečně
- Ne, ale rád(a) bych
- Ne, nemám zájem

**3. Měli byste zájem navštívit naučnou stezku plnou bájných bytostí (černokněžník, čarodějnice, divoženky a podobně) z oblasti Valašska?**

- Ano, měl(a) bych zájem
- Možná bych měl(a) zájem
- Ne, neměl(a) bych zájem

**4. Jaká je pro Vás přijatelná délka naučné stezky?**

- Do 3 km
- Více než 3 km a současně méně jak 5 km
- 5 km a více
- Žádná

**5. S kým nejčastěji navštěvujete naučné stezky?**

- S rodinou (včetně dětí, i v kočárcích)
- S partnerem/partnerkou
- S přáteli
- Individuálně
- Nenavštěvuji naučné stezky

**6. Motivovala by Vás odměna v podobě tematické deskové hry k navštívení naučné stezky?**

- Ano, motivovala by mě
- Možná bych o návštěvě uvažoval(a)
- Ne, nemotivovala by mě

**7. Jakým způsobem očekáváte, že se o nově vybudované stezce dozvíte? (max. 3 odpovědi)**

- Internet
- Informační tabule
- Infocentrum
- Místní noviny
- Billboardy a cedule
- Jiný zdroj, prosím, uveďte .....

**8. Co od návštěvy stezky očekáváte? (max. 2 odpovědi)**

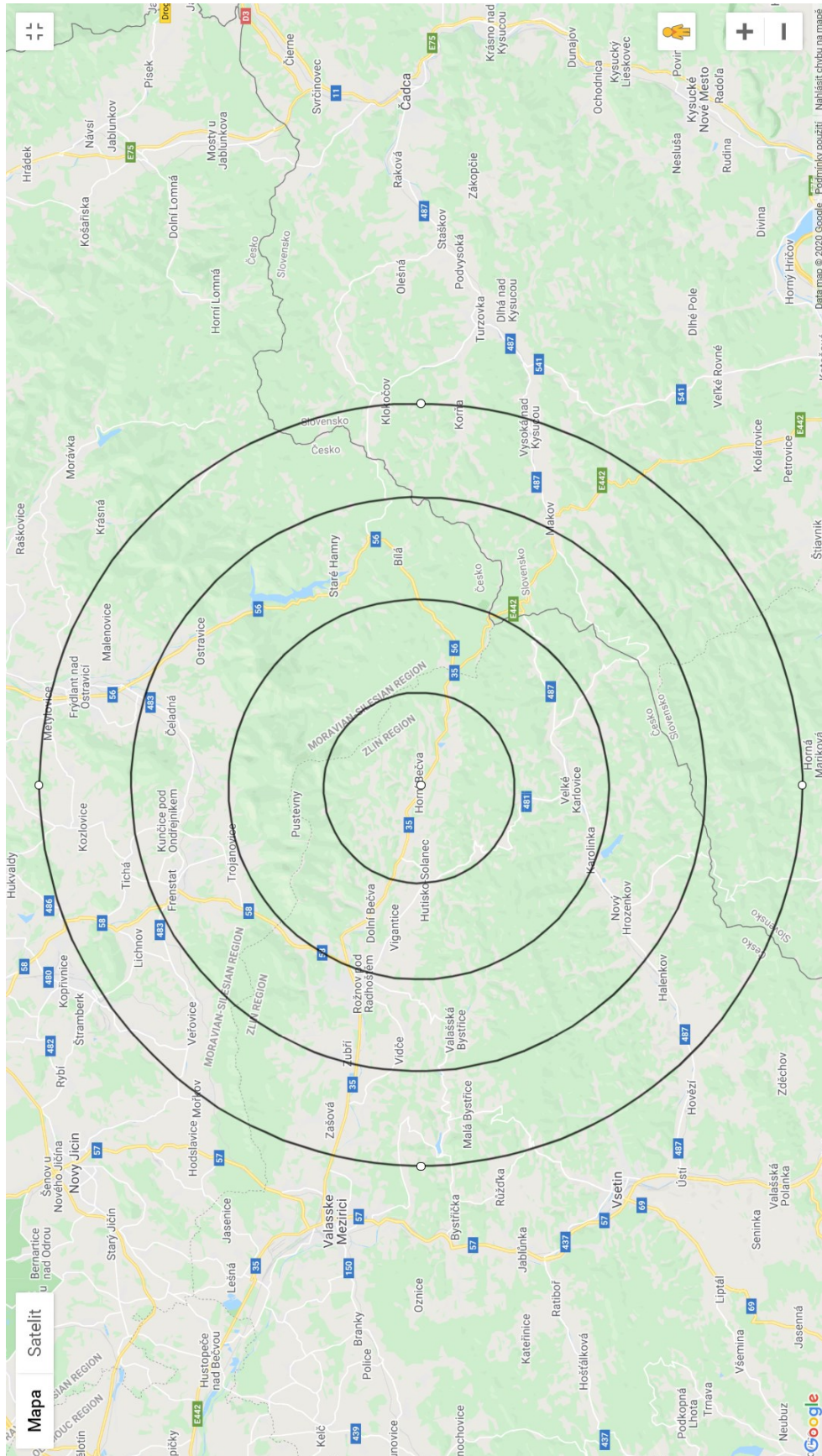
- Procházku přírodou
- Aktivní zábavu nejen pro děti
- Rozvíjení dětské představivosti
- Nabytí nových znalostí
- Jiné, prosím, uveďte .....

**9. Jak daleko jste ochotní cestovat, abyste stezku na Horní Bečvě navštívili?**

- Do 5 km
- Více než 5 km a méně než 10 km
- Více než 10 km a méně než 15 km
- Více než 15 km a méně než 20 km
- Více než 20 km
- Nejsem ochotný(á) cestovat



## PŘÍLOHA III: KRUŽNICE VZDÁLENOSTI OBCÍ



## PŘÍLOHA IV: RÁMCOVÁ STRATEGIE OBCE HB 2018-2030

### OPATŘENÍ - 3.1 PODPORA PODNIKATELŮ V OBCI – MĚKKÉ NÁSTROJE

Číslo SC	Specifický cíl	Ukazatel	Zdroj	Termín
3.1.1	Kvalitní úprava veřejných prostranství.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Počet realizovaných opatření</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ČSÚ</li> </ul>	průběžně
3.1.2	Modernizace obecního informačního systému			
3.1.3	Publicita a propagační marketingové nástroje			
3.1.4	Vytváření originálního image obce			
3.1.5	Budování prostor pro podnikání			

### OPATŘENÍ - 3.2 ROZVOJ CYKLISTICKÉ DOPRAVY, A TURISTIKY (TVRDÉ PROJEKTY)

Číslo SC	Specifický cíl	Ukazatel	Zdroj	Termín
3.1.1	Dostavba dvou etap cyklostezky	<ul style="list-style-type: none"> <li></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ČSÚ</li> </ul>	průběžně
3.1.2	Trasování cyklostezky v úseku Přehrada – Hlavatá			
3.1.3	Integrovaná cyklostezka přes centrum obce			
3.1.4	Rozšíření pumptracku			
3.1.4	Vybudování trailů a nových cyklotras			
	Naučné stezky (kolem přehrady, po stopách Marýny G)			
3.1.5	Informační místa s historickými reáliemi			
3.1.6	Stezka na kopci s lomem (vyhlídka, infopanely, relaxační místo)			
3.1.7	Stezka kolem přehrady			
3.1.7	Dětské hřiště u přehrady			
3.1.8	Rekonstrukce a modernizace Kempu (tábořiště)			
3.1.9	Upravené běžecké tratě			
3.1.10	Tvorba mapových podkladů – online			
3.1.11	Geoportál			



## PŘÍLOHA P V: MAPA OKRUHŮ NAUČNÉ STEZKY



## PŘÍLOHA P VI: NÁVRH INFORMAČNÍ TABULE – ŠPÍREK



Horní Bečva

# ŠPÍREK...

**...ŠPIRITUS, RARÁŠEK, JARÁŠEK, JINDY TAKÉ KUBA**

To všechno mohou být názvy prospěšného pomocníka hospodáře, či hospodyně. Byl to domácí skřítek, menší postavy, příbuzný čerta. Kdo jej vlastnil, tomu, uměl poradit, kde jsou zakopané poklady. Špírek přinášel hospodáři zprávy z blízkého i dalekého okolí, dokázal mu vždy příhodně poradit. Se špírkovou pomocí mohl nejen léčit lidi i dobytek, ale poslat na určité osoby některé nemoci.

Skřítek se dal i koupit od jiného člověka, nebo ho bylo možné vypěstovat. Stačilo vzít vejce od černé slepice, dát si je pod levou paži a sednout si na pec. Devět dní trvá, než se jarášek vyklubě. Během této doby se člověk nesměl mýt, česat se, stříhat nehty ani se modlit. Chtěl-li hospodář získat skřítku, musel se zříct Pána Boha a napříště věřit jen ve skřítkovu moc. Po devíti dnech se tedy vylíhl skřítek, malinký človíček, který mohl různě měnit svou podobu, jídlo musel dostávat jako první a bylo nutné mu vždy ve všem vyhovět. Vše, co mu jeho pán přikázal, však splnil dle jeho přání. Jen zdánlivě je však takovýto skřítek v lidské moci. Jako každý zlý duch ve skutečnosti on ovládá svého pána.

Zachránit se může člověk jen v případě, že se skřítku včas zbaví. Nemůže tak ale učinit každý, jen první majitel, jemuž se skřítek vylíhnu, a po něm i ten druhý v pořadí. Může jej sice ještě prodat třetímu, ten je ale již plně ve špírkově moci a jeho duše bude zatracena.

Přesto lidský důvtip dokázal někdy i nad čertovským skřítkem zvítězit a zbavit se jej. A to tak, že chytil černou slepici, přivázal jí špírku na ocas a pustil ji. Jiný způsob radí vzít láhev, raráška do ní zavřít a pověsit ledabyle někam na buk, jedli, či jiný příhodný strom.



Autor: Tereza Bártková, 2020