

# Návrh projektu rozvoje cestovního ruchu na území města Hranice

Lucie Bencová

---

Bakalářská práce  
2021



Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně  
Fakulta managementu a ekonomiky

---

Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně  
Fakulta managementu a ekonomiky  
Ústav regionálního rozvoje, veřejné správy a práva

Akademický rok: 2020/2021

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

Jméno a příjmení: **Lucie Bencová**  
Osobní číslo: **M18415**  
Studijní program: **B6202 Hospodářská politika a správa**  
Studijní obor: **Veřejná správa a regionální rozvoj**  
Forma studia: **Prezenční**  
Téma práce: **Návrh projektu rozvoje cestovního ruchu na území města Hranice**

### Zásady pro vypracování

#### Úvod

Definujte cíle práce a použité metody zpracování práce.

#### I. Teoretická část

- Charakterizujte základní pojmy a teoretické koncepty vztahující se k problematice cestovního ruchu a jeho podpory z veřejných zdrojů.

#### II. Praktická část

- Představte a analyzujte přírodní, kulturně-spoolečenské a infrastrukturní předpoklady rozvoje cestovního ruchu na území města Hranice.
- Na základě rozhovorů s vybranými aktéry a stakeholdery vymezte potřeby a příležitosti k rozvoji cestovního ruchu na území města Hranice.
- Zpracujte návrh projektu rozvoje cestovního ruchu na území města Hranice.

#### Závěr

Rozsah bakalářské práce: cca 40 stran  
Forma zpracování bakalářské práce: Tisková/elektronická

Seznam doporučené literatury:

- FLETCHER, John. *Tourism: principles and practice*. 5. ed., Harlow: Pearson, 2013, 643 p. ISBN 978-0-2737-582-73.
- BELLINI, Nicola a Cecilia PASQUINELLI. *Tourism in the city: towards an integrative agenda on urban tourism*. 1. ed., Cham: Springer, 2017, 339 p. ISBN:9783319268774.
- GOELDNER, Charles R. a J. R. Brent RITCHIE. *Cestovní ruch: principy, příklady, trendy*. 1. vyd., Brno: BizBooks, 2014, 545 s. ISBN 9788026502982.
- KOTÍKOVÁ, Halina a Eva SCHWARTZHOFFOVÁ. *Cestovní ruch*. 1. vyd., Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2017, 154 s. ISBN 9788024451893.
- PALATKOVÁ, Monika a Jitka ZICHOVÁ. *Ekonomika turismu: turismus České republiky*. 2., aktualiz. a rozš. vyd. Praha: Grada, 2014, 262 s. ISBN 9788024736433.

Vedoucí bakalářské práce: RNDr. Pavel Bednář, Ph.D.  
Ústav regionálního rozvoje, veřejné správy a práva

Datum zadání bakalářské práce: 15. ledna 2021  
Termín odevzdání bakalářské práce: 18. května 2021

L.S.

---

doc. Ing. David Tuček, Ph.D.  
děkan

---

RNDr. Pavel Bednář, Ph.D.  
ředitel ústavu

# PROHLÁŠENÍ AUTORA

## BAKALÁŘSKÉ/DIPLOMOVÉ PRÁCE

### Prohlašuji, že

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

### Prohlašuji,

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

Ve Zlíně 20. 8. 2021

Jméno a příjmení: Lucie Bencová

.....  
podpis diplomanta

## **ABSTRAKT**

Bakalářská práce s názvem „Návrh projektu rozvoje cestovního ruchu na území města Hranice“ je rozdělena na dvě části, a to teoretickou a praktickou. Cílem práce je zmapovat současný stav jednotlivých předpokladů pro rozvoj cestovního ruchu ve městě Hranice, identifikovat slabá místa, a formulovat konkrétní doporučení pro jejich zlepšení. V teoretické části práce je čtenář seznámen s teoretickými východisky, získanými prostřednictvím studia odborné literatury a textů. Konkrétně jsou objasněny pojmy stěžejní pro předložený text, jako cestovní ruch, nabídka a poptávka cestovního ruchu, formy cestovního ruchu a řada dalších. V praktické části práce je vyhodnocena současná situace v oblasti cestovního ruchu na území města Hranice, prostřednictvím analýzy dat z již zpracovaných výzkumů z oblasti cestovního ruchu. Následně je vypracována SWOT analýza, a realizován dotazníkový průzkum. Na základě dat získaných analýzou výsledků dostupných výzkumů, SWOT analýzou a průzkumem jsou následně formulována konkrétní opatření, která mohou přispět k rozvoji cestovního ruchu na území města.

Klíčová slova: rozvojový projekt, rozvoj měst, region, cestovní ruch, Hranice

## **ABSTRACT**

The bachelor's thesis entitled "Proposal for a tourism development project in the city of Hranice" is divided into two parts, theoretical and practical. The aim of the work is to map the current state of individual preconditions for the development of tourism in the town of Hranice in Moravia, to identify weak points, and to formulate specific recommendations for their improvement. In the theoretical part of the work, the reader is acquainted with the theoretical basis, obtained through the study of professional literature and texts. Specifically, the key concepts for the presented text are clarified, such as tourism, supply and demand of tourism, forms of tourism and many others. The practical part of the work evaluates the current situation in the field of tourism in the city of Hranice, through the analysis of data from already processed research in the field of tourism. Subsequently, a SWOT analysis is carried out, a questionnaire survey is carried out. Based on the data obtained by analyzing the results of available research, SWOT analysis and survey, specific measures are subsequently formulated that can contribute to the development of tourism in the city.

Keywords: development project, urban development, region, tourism, Hranice

## **PODĚKOVÁNÍ.**

Chtěla bych srdečně poděkovat panu RNDr. Pavlovi Bednářovi, Ph.D. za odborné vedení mé bakalářské práce, za jeho cenné rady a připomínky při zpracování práce. Dále bych chtěla poděkovat rodině za jejich velkou podporu.

*„Vše jde a nikdy mi neříkejte, že něco nejde. Pamatujte si to. Co chceme, to můžeme.“* Tomáš Baťa

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

## **OBSAH**

<b>ÚVOD.....</b>	<b>9</b>
<b>CÍLE A METODY ZPRACOVÁNÍ PRÁCE.....</b>	<b>11</b>
<b>I TEORETICKÁ ČÁST.....</b>	<b>12</b>
<b>1 CESTOVNÍ RUCH.....</b>	<b>13</b>
1.1 TYPOLOGIE CESTOVNÍHO RUCHU.....	15
1.2 TYPOLOGIE SUBJEKTŮ CESTOVNÍHO RUCHU.....	20
1.3 SUBJEKTY REALIZUJÍCÍ CESTOVNÍ RUCH.....	21
1.4 ROLE CESTOVNÍHO RUCHU V REGIONÁLNÍM ROZVOJI.....	23
<b>2 MĚŘENÍ VÝKONNOSTI CESTOVNÍHO RUCHU.....</b>	<b>26</b>
2.1 CESTOVNÍ RUCH JAKO SYSTÉM.....	27
2.2 CESTOVNÍ RUCH SOUČASNOSTI.....	29
2.3 POLITIKA TURISMU.....	30
2.4 POLITIKA A VEŘEJNÁ PODPORA CESTOVNÍHO RUCHU NA ÚZEMÍ ČR.....	31
2.5 POPTÁVKA V CESTOVNÍM RUCHU Z EKONOMICKÉHO HLEDISKA.....	32
2.6 NABÍDKA V CESTOVNÍM RUCHU Z EKONOMICKÉHO HLEDISKA.....	32
2.7 UNWTO.....	33
2.8 SLUŽBY JAKO SOUČÁST NABÍDKY TURISMU.....	34
2.9 TRH A PRODUKT CESTOVNÍHO RUCHU.....	35
<b>3 FINANCOVÁNÍ A VEŘEJNÉ PODPORY CESTOVNÍHO RUCHU NA ÚZEMÍ ČESKÉ REPUBLIKY.....</b>	<b>36</b>
3.1 INTEGROVANÝ REGIONÁLNÍ OPERAČNÍ PROGRAM.....	36
3.2 NÁRODNÍ PROGRAM PODPORY CESTOVNÍHO RUCHU V REGIONECH 2016-2020.....	37
<b>II PRAKTICKÁ ČÁST.....</b>	<b>38</b>
<b>4 ZÁKLADNÍ SOCIOEKONOMICKÁ CHAREKTERISTIKA MĚSTA HRANICE.....</b>	<b>39</b>
4.1 CHARAKTERISTIKA MĚSTA HRANICE.....	39
4.2 GEOGRAFICKÁ POLOHA.....	39
4.3 DEMOGRAFIE MĚSTA.....	39
4.4 PŘÍRODNÍ ATRAKTIVITY.....	40
4.5 KULTURNÍ PŘEDPOKLADY.....	40
<b>5 PŘÍLEŽITOSTI CESTOVNÍHO RUCHU VE MĚSTĚ.....</b>	<b>43</b>
5.1 UBYTOVACÍ A REKREAČNÍ ZAŘÍZENÍ.....	43
5.2 KULTURNĚ-HISTORICKÝ POTENCIÁL.....	43

5.3	KULTURNĚ-SPOLEČENSKÝ POTENCIÁL .....	43
5.4	PŘÍRODNÍ POTENCIÁL .....	44
<b>6</b>	<b>PRŮZKUM SPOKOJENOSTI OBYVATEL S PŘEDPOKLADY ROZVOJE CESTOVNÍHO RUCHU NA ÚZEMÍ MĚSTA HRANICE .....</b>	<b>45</b>
6.1	CHARAKTERISTIKA PRŮZKUMNÉHO SOUBORU.....	45
6.2	DOTAZNÍK:.....	46
6.3	VÝSLEDEK PRŮZKUMU .....	48
6.4	ZHODNOCENÍ PRŮZKUMU-DOPORUČENÍ PRO PRAXI .....	51
<b>7</b>	<b>SWOT ANALÝZA CESTOVNÍHO RUCHU V MĚSTĚ HRANICE.....</b>	<b>52</b>
<b>8</b>	<b>NÁVRH PROJEKTU ROZVOJE MĚSTA HRANICE .....</b>	<b>53</b>
8.1	MODERNIZACE AUTOKEMPU .....	53
	<b>ZÁVĚR .....</b>	<b>57</b>
	<b>SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY .....</b>	<b>59</b>
	<b>SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK .....</b>	<b>62</b>
	<b>SEZNAM OBRÁZKŮ .....</b>	<b>63</b>
	<b>SEZNAM TABULEK.....</b>	<b>64</b>



## ÚVOD

Cestovní ruch v posledních letech prožíval svůj obrovský rozmach, a stal se velmi populární volnočasovou aktivitou, a to jak na vnitrostátní, tak i na globální úrovni. Následně však zasáhla pandemie koronaviru Covid-19, která celé toto odvětví velmi výrazně utlumila. Účastníkům cestovního ruchu tedy nezbylo nic jiného než na nějakou dobu své cesty omezit. Tato skutečnost vedla k volbě tématu bakalářské práce, jelikož bych ráda přispěla k rozvoji cestovního ruchu ve svém rodném městě, tedy v Hranicích.

Bakalářská práce s názvem „Návrh projektu rozvoje cestovního ruchu na území města Hranice“ je rozdělena na dvě části, a to teoretickou a praktickou. V teoretické části práce je čtenář seznámen s teoretickými východisky, získanými prostřednictvím studia odborné literatury a textů. Konkrétně jsou objasněny pojmy stěžejní pro předložený text, jako cestovní ruch, nabídka a poptávka cestovního ruchu, formy cestovního ruchu a jiné. Představena je typologie cestovního ruchu, stejně jako jeho subjektů, a subjektů realizujících cestovní ruch. Popsána je i role cestovního ruchu v regionálním rozvoji.

Druhá kapitola je zaměřena na druhy měření cestovního ruchu, politiku turismu, cestovní ruch jako systém, poptávku a nabídku v cestovním ruchu z ekonomického hlediska. Představena je i UNWTO, tedy Světová organizace cestovního ruchu, problematika služeb jakožto součásti nabídky turismu, a definován je i trh a produkt cestovního ruchu.

Ve třetí kapitole se pak text věnuje financování a veřejné podpoře cestovního ruchu na území České republiky. Zde je pozornost zaměřena zejména na Integrovaný regionální operační program a Národní program podpory cestovního ruchu v regionech.

Cílem praktické části je vyhodnotit současnou situaci v oblasti cestovního ruchu na území města Hranice. Výzkum probíhal prostřednictvím analýzy dat z výsledků již zpracovaných výzkumů z oblasti cestovního ruchu z roku 2019. Dále bude vypracována SWOT analýza a realizován dotazníkový průzkum mezi obyvateli a návštěvníky města.

Na základě dat získaných analýzou výsledků dostupných výzkumů, SWOT analýzou a dotazníkovým průzkumem budou následně formulována konkrétní opatření, která mohou přispět k rozvoji cestovního ruchu na území města. Dotazníkový průzkum bude zkoumat, zda jsou lidé spokojeni s kulturním využitím, s dopravní dostupností a s informační činností města. V neposlední řadě zkoumá možnosti ubytování a stravování.

Závěrem pak budou shrnuty veškeré poznatky získané v průběhu průzkumu a navržena doporučení, která budou implementovatelná do praxe.

## **CÍLE A METODY ZPRACOVÁNÍ PRÁCE**

Bakalářská práce je zaměřena na podporu rozvoje cestovního ruchu na území města Hranice. Mým účelem je objektivně a detailně popsat současný stav jednotlivých předpokladů pro rozvoj cestovního ruchu. Hlavním cílem práce je na základě identifikace slabých míst navrhnout projekt, který by přispěl k rozvoji cestovního ruchu v mém rodném městě.

### **Metody**

Bakalářská práce se rozděluje na teoretickou a praktickou část. V teoretické části budu vycházet především z knižních a internetových zdrojů. V praktické části využiji analýzu dokumentů a dotazníkový průzkum. Na základě dotazníkového průzkumu vytvořím SWOT analýzu, která bude zachycovat silné a slabé stránky, příležitosti a hrozby. Výstupem praktické části bude kvantitativní šetření, které bude zaměřeno na obyvatele města Hranice. Závěrem mé praktické části bude návrh projektu na rozvoj cestovního ruchu na území města Hranice.

## **I. TEORETICKÁ ČÁST**

## 1 CESTOVNÍ RUCH

Cestovním ruchem rozumíme pohyb lidí do oblastí, které jsou vzdáleny jejich bydlišti, při kterém dochází k uspokojování jejich potřeb. Důvody k cestování mají rozmanitý charakter. Může se jednat o cestování za rekreaci a odpočinkem, nebo za léčebnými procesy. Ve většině případů má cestovní ruch podobu příjemně stráveného volného času. V posledních letech si lidé oblíbili i tzv. aktivní dovolené, doprovázené sportovními aktivitami, gastronomickými zážitky a kulturním životem.

Dle autorek Kotíkové a Schwartzhoffové (2017, s. 17) je cestovní ruch definován takto: *„Cestovní ruch je formou uspokojování potřeb reprodukce fyzických a duševních sil člověka, ke kterému dochází mimo běžné životní prostředí a ve volném čase“*.

Cestovní ruch je dle autorů Goeldnera a Ritchieho (2014) reprezentován souhrnem aktivit, služeb, hospodářských a společenských odvětví, poskytujících a zajišťujících cestovní zážitky, jako je doprava, zajištění ubytovacích služeb, stravovacích služeb, nakupování, zábavy, portfolia zájmových aktivit a ostatních hostitelských služeb, které mají jednotlivci i skupiny k dispozici.

Autorka Jakubíková cestovní ruch definuje takto: *„Za cestovní ruch je označován pohyb lidí mimo jejich vlastní prostředí do míst, která jsou vzdálena od místa jejich bydliště, za různými účely, vyjma migrace a výkonu normální denní práce“* (2012, s. 18)

WTO cestovní ruch definuje jako: *„Dočasnou změnu místa pobytu, tj. cestování a přebývání mimo místo trvalého bydliště, ne déle než 1 rok, zpravidla ve volném čase za účelem rekreace, rozvoje poznání a spojení mezi lidmi“* (Rygllová, 2009, s. 11)

Obecně by se dalo uvést, že cestovní ruch lze chápat jako dočasnou změnu místa pobytu za účelem rekreace nebo poznávání nových kultur a míst.

Autoři Holeček, Mariot a Strída (2005, s. 24) uvádějí, že zejména ve druhé polovině 20. století nabyl cestovní ruch na různorodosti, a to zejména proto, že lidé cestují na základě rozmanitých pohnutek, a na odlišně dlouhou dobu.

Dle Linderové (2013) forma cestovního ruchu vyjadřuje účely či motivy k cestování a přechodné pobyty návštěvníků v konkrétní lokalitě. Primární motivaci může dle Frankeho et al. (2012) tvořit potřeba odpočinku, objevování nového prostředí či navazování nových sociálních vazeb a kontaktů.

Dle Syrovátkové (2013) formy cestovního ruchu vypovídají o charakteru trávení volného času účastníků cestovního ruchu. Petrů (2007) pak na základě výše uvedeného definuje tyto základní formy cestovního ruchu:

- Rekreční
- Kulturně-poznávací
- Sportovně-turistický
- Lázeňsko-léčebný
- Specifické formy cestovního ruchu.

Nyní budou jednotlivé formy představeny blíže.

- rekreační: dle Ryglové (2009) podporuje regeneraci a reprodukci fyzických i duševních sil jedince. V českých podmínkách lze hovořit o jeho specifickém podtypu, kterým je chataření a chalupaření.
- kulturně-poznávací: je dle Syrovátkové (2013) spjat s poznáním odlišných kultur, jejich zvyků, náboženství, tradic, a jinými specifiky dané oblasti hmotné i nehmotné povahy.
- sportovně-turistická: v sobě obnáší zejména aktivní odpočinek a prostřednictvím aktivní účasti na sportovních aktivitách, nebo pasivní účast na akcích sportovního charakteru (Ryglová, Burian, Vajčnerová, 2011).
- lázeňsko-léčebná: je dle Linderové (2013) chápána jako typ fyzické regenerace a psychické pohody spojené zejména s péčí o lidské zdraví, preventivními a léčebnými aktivitami probíhajícími pod odborným dohledem.
- tzv. specifické formy cestovního ruchu: jsou dle Petrů (2007) kupříkladu cestovní ruch třetích generací, mládeže, lovecký, obchodní, kongresový, mototuristický nebo gastronomický.

## 1.1 Typologie cestovního ruchu

Typologii cestovního ruchu lze členit na základě různých klasifikačních hledisek, kterými jsou:

- místo realizace
  - stav k platební bilanci
  - plátce nákladů
  - způsob zabezpečení cesty a pobytu
  - věk účastníků
  - délka pobytu
  - prostředí
  - motiv či důvod cesty
  - vztah k životnímu prostředí (Kalousová, Jarábková, 2015)
- 
- **Místem realizace** se rozumí prostředí, kde se návštěvník vyskytuje. Jde-li o domácí cestovní ruch, zahrnující aktivitu návštěvníků v dané zemi, nebo zahraniční cestovní ruch, v jehož průběhu dochází k překročení státních hranic. Cestovní ruch příjezdový a výjezdový jsou zaměřeny na rezidentní a nerezidentní návštěvníky konkrétního státu. Tranzitním cestovním ruchem se pak rozumí průjezd územím, které nepředstavuje cílovou destinaci. Vnitrostátním cestovním ruchem lze chápat souhrn domácích i příjezdových návštěvníků, kteří pro státní ekonomiku znamenají přínos. (Kalousová, Jarábková, 2015)
  - **Platební bilanci** dělíme na aktivní cestovní ruch, který obsahuje příjezd zahraničních návštěvníků a pasivní cestovní ruch zahrnující vývoz devizových prostředků návštěvníky z tuzemska (Rygllová, 2009).
  - Podle **plátce nákladů** je rozlišován cestovní ruch komerční, kdy je plátcem výhradně účastník cestovního ruchu a cestovní ruch sociální, u kterého náklady, byť jen z části hradí jiné subjekty v závislosti na splnění určitých podmínek (Kalousová, Jarábková, 2015).
  - **Podle způsobu zabezpečení cesty** se cestovní ruch dělí na organizovaný, u kterého veškeré náležitosti zprostředkovává a zajišťuje cestovní kancelář, nebo cestovní agentura. Druhým typem je pak neorganizovaný cestovní ruch, kdy si

účastník veškeré náležitosti zařizuje sám, vlastními prostředky (Kalousová, Jarábková, 2015).

- Podle **věku účastníků** cestovní ruch dělíme na ten pro děti do 15 let, při kterém je přítomen dospělý jedinec jako dozor. Dále sem patří cestovní ruch pro mládež ve věku 16–24 let cestující samostatně, dále je to cestovní ruch rodin s dětmi, kdy rodiny individuálně přizpůsobují svou cestu potřebám dětí, nebo cestovní ruch pro osoby v produktivním věku. Zde se jedná o skupinu osob různých věkových kategorií, kteří cestují bez dětí, a mají dostatek prostředků i volného času pro realizaci svých cest. Dalším typem je pak cestovní ruch pro osoby v postproduktivním věku, tedy pro seniory. (Kalousová, Jarábková, 2015)
- Podle **délky pobytu** se cestovní ruch dělí do tří kategorií. První z nich je jednodenní cestovní ruch bez nutnosti přenocování. Dále jsou to krátkodobé pobyty do tří přenocování a dlouhodobé pobyty o trvání delším než 4 noci a kratším než 1 rok. (Kalousová, Jarábková, 2015)

**Převažující prostředí** hraje stěžejní roli v rámci výběru lokality, do které chce jedinec cestovat. Je zde možné rozlišit dva typy cestovního ruchu, a to městský, který má krátkodobý charakter, a jeho cílem je historie nebo kultura dané oblasti. Opomenout nelze ani lázeňské oblasti, nebo turistická střediska a podobně. (Kalousová, Jarábková, 2015)

**Motiv cesty** je možné rozčlenit do několika faktorů, kterými jsou osobní důvody, rekreace u moře, nebo na chatách či chalupách, kulturně poznávací úmysly, poznávání historie, zvyky a kultura dané oblasti, cesty za přírodními atraktivitami a do přírodních rezervací, horolezectví, lyžování nebo lov. Dále jsou to návštěvy příbuzných, cesty za prohlubováním vzdělávání, zdravotní cestovní ruch, náboženský a poutní cestovní ruch, nákupní cestovní ruch, tranzitní cestovní ruch, obchodní a profesní cestovní ruch, veletrhy, výstavy, pracovní setkání, motivační pobyty, kongresy, konference aj. (Kalousová, Jarábková, 2015)

**Dle vztahu k životnímu prostředí** lze rozlišovat tvrdý turismus, jenž nebere ohledy na environmentální, sociální nebo kulturní prostředí. Hovoříme zde zejména o masovém turismu. Vedle toho tzv. měkký turismus se šetrně přizpůsobuje prostředí a přispívá k jeho udržitelnému rozvoji. (Ryglová, 2009)

Motivy, které mají vliv na cestovní ruch lze dělit do následujících kategorií:



- Selektivní faktory
- Lokalizační faktory
- Realizační podmínky (Ryglová, 2009)

Holeček, Mariot a Střída specifikují předpoklady rozvoje cestovního ruchu (2005) jako faktory značně ovlivňující existenci turismu, stejně jako jeho obecné zákonitosti a uplatnění v jednotlivých oblastech.

Plesník (2010) k uvedenému podotýká, že lokalizační předpoklady jsou primárním potenciálem turismu, realizační předpoklady charakterizují sekundární potenciál ve formě podpory cestovního ruchu v místě jeho realizace, a nakonec selektivní předpoklady určují výběr ze strany účastníků turismu.

### **Selektivní faktory**

Jsou pro cestovní ruch určitým typem stimulantu, a v konkrétních oblastech utvářejí poptávku. Člení se na objektivní a subjektivní. K objektivnímu uspořádání se řadí mírové podmínky světa, absence válečných konfliktů, politická stabilita země, státní hranice, které umožňují volný pohyb osob apod. Terorismus a násilí mají negativní vliv na běžný život a narušují jej, což brzdí cestovní ruch a jeho rozvoj v dané oblasti. Klíčové jsou životní podmínky a úroveň obyvatel, včetně způsobů a možností využití volného času, jelikož ve vyspělých státech je cestování určitým životním stylem. Lépe situovaní lidé preferují dražší dovolené na vzdálenějších a lukrativnějších místech. Další faktor ovlivňující cestovní ruch je moderní urbanizace, což znamená, že lidé opouštějí přeplněná města a směřují do přírody za odpočinkem anebo sportem. Nejvyšší jsou požadavky na cestovní ruch právě v oblastech velkoměstských aglomerací a konurbací, jelikož zde žije movitější populace. Zde se nejčastěji jedná o krátkodobý cestovní ruch. Subjektivními faktory se pak převážně rozumí různé psychologické vlivy, podléhající základním faktorům, jako je motivace, učení, postoj nebo vnímání každého jedince. (Hrala, 2013, Ryglová, 2009)

Rozhodovací proces v procesu výběru produktu cestovního ruchu má své východisko v klasickém kupním rozhodování, kdy jedinec cítí určitou potřebu vycestovat, následně si hledá potřebné informace, které mu pomohou se rozhodnout, a následně zakoupí zájezd. V průběhu svého pobytu pak zhodnocuje pro a proti, ovlivňující jeho rozhodování při výběru destinace v budoucnosti. (Fletcher a kol., 2018).

### Lokalizační faktory

Lokalizačními faktory jsou podmínky, které rozhodují o využití přírodních a kulturních možností konkrétních lokalit a jejich atraktivit. (Ryglová, 2009).

Dle Linderové (2013) tento druh předpokladů utváří potenciál samotného produktu cestovního ruchu a také určuje místo jeho lokalizace. Ryglová, Burian a Vajčnerová (2011) tyto předpoklady označují za prakticky neměnné.

Hamarnehová (2013) je dále člení na předpoklady přírodního charakteru, jako je charakter a modelace terénu, hydrologické poměry, taky přírodní zajímavosti, fauna a flora dané oblasti apod. V neposlední řadě je nutno zmínit i předpoklady společenské povahy, které Franke et al. (2012) popisuje jako člověkem vytvořené atraktivitu, jako jsou lidové tradice, folklór nebo lidové umění apod.).

V rámci analýzy daného území jsou lokalizační předpoklady zcela klíčovými prvky, které je možno členit na kulturně-historické a přírodní předpoklady. K přírodním předpokladům se řadí reliéf, vodní plochy a vodstva, klima, fauna a flóra. Důležitou roli hraje rovněž celkový dojem, jakým krajina působí na potenciálního návštěvníka. Ke kulturně-historickým předpokladům patří kulturně-historické památky, jež se člení na památky profánní neboli světské a památky sakrální, tedy církevní. Dál jsou to kulturní zařízení a různé společenské akce. (Vystoupil et al, 2007)

Městskou památkovou rezervací se pak označuje soubor nemovitých kulturních památek či archeologických nalezišť určujících charakter území. Jedná-li se o území sídelního útvaru nebo jeho část s menším podílem kulturních památek, historické prostředí či část krajinného celku, která vykazuje významnou kulturní hodnotu, hovoříme zde o městské památkové zóně. (Vystoupil, Šauer, Trousil, 2015).

V závislosti na potenciálu území a motivaci, která návštěvníky vede k jeho výběru, můžeme rozlišit několik forem cestovního ruchu. Jsou to například cestovní ruch rekreační, cestovní ruch kulturně poznávací, cestovní ruch náboženský, cestovní ruch vzdělávací, cestovní ruch společenský, cestovní ruch zdravotní, cestovní ruch sportovní, cestovní ruch založený na poznávání přírody, cestovní ruch dobrodružný, cestovní ruch profesní, cestovní ruch politický, cestovní ruch nákupní, cestovní ruch specifický a další.

Nejtypičtějsími formami cestovního ruchu pro naše území jsou:

- Rekreční cestovní ruch: jeho hlavním cílem je odpočinek a zlepšení fyzické a psychické kondice. Tento cestovní ruch může probíhat ve vzdálenějším prostředí, ale existuje i rekreace příměstská, která v sobě zahrnuje krátkodobé pobyty na chatách a chalupách.
- Kulturně poznávací cestovní ruch: je realizován se záměrem poznání historie, kultury, tradic a zvyků vlastního i jiných národů.
- Sportovně-turistický cestovní ruch: obsahuje jak aktivní sportovní činnost, tak i pasivní účast na sportovních akcích.
- Léčebný a lázeňský cestovní ruch: je zaměřen na léčbu, prevenci onemocnění a relaxaci. Jeho cílem je obnova fyzických a duševních sil jednotlivce. (Foret, Turčínková, 2005; Ryglová, Burian, Vajčnerová, 2011)

V případě, že se jedinec rozhodne navštívit určitou lokalitu, je stěžejní, aby si o ní mohl bez většího úsilí obstarat co nejvíce informací. Tyto by měly být dostupné a srozumitelné. V navštíveném území by měla být snadná orientace, což je ukazatelem toho, zda místním záleží na pohodlí návštěvníků. Cílem veřejné správy by mělo být poskytnutí a propagace co nejvíce informací o zajímavostech a atraktivitách dané oblasti, aby byli lidé motivováni k její návštěvě. (Foret, Turčínková, 2005)

Nejdůležitějším místem pro získání turistických informací v dané oblasti by mělo být informační centrum, které hraje důležitou roli i v propagaci města, regionu i republiky. Turistická informační centra poskytují klientům bezplatný informační servis, získávají důležité informace o jejich potřebách, a měla by být informována o případných nedostatcích v dané oblasti. (Vystoupil a kol, 2006)

V posledních letech došlo k rozmachu městského cestovního ruchu, který například v mezidobí let 2010 a 2014 vzrostl o 58 %. Městský cestovní ruch hraje důležitou roli i pro venkovský cestovní ruch, jelikož města tvoří základny, odkud návštěvníci vyrážejí na cesty po okolí, a lze je tedy považovat za určité brány k poznání přilehlého území. (Bellini, Pasquinelli, 2017).

### **Realizační podmínky**

Představují finální fázi realizace různých forem cestovního ruchu. Skrze dopravu je využívána materiálně-technická základna. K těmto faktorům patří ubytovací, stravovací

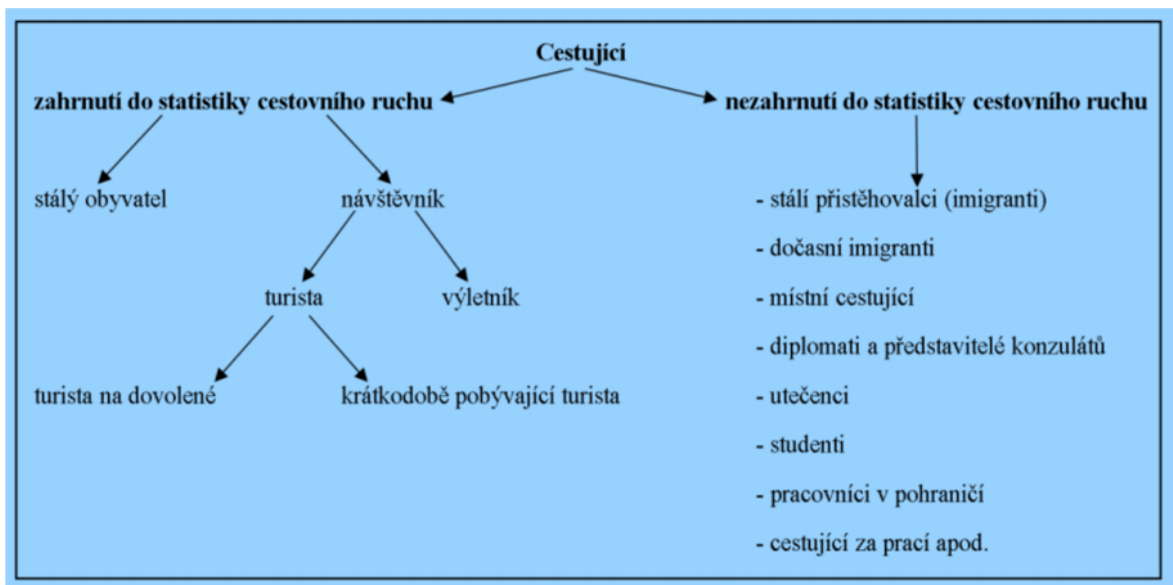
zařízení, sportovně rekreační a účelová zařízení. Jejich kapacita představuje nabídkové maximum k využití lokalizačních podmínek a atraktivit (Hrala, 2013)

Komunikace je v cestovním ruchu důležitým faktorem v rámci rozhodování a ovlivňování turistů, stejně jako podnikatelů provozujících své služby. Pozitivní i negativní reference se šíří velmi rychle. Komunikovat je možné několika způsoby, avšak v posledních letech lze za nejatraktivnější a nejrychlejší považovat nové technologie, jako jsou sociální sítě a internet. Jejím cílem je zvýšit informovanost potenciálních zákazníků a zvýšit obecné povědomí o možnostech propagované lokality (Jakubíková, 2012).

## 1.2 Typologie subjektů cestovního ruchu

Dle autora Wahla (2011) je společným znakem účastníků turismu jejich pohyb v prostoru, kdy opouštějí oblast, v níž trvale pobývají, a na určitý časový usek se přemisťují jinam. Podle obrázku níže, který byl vypracován podle teze Heskové (2006) lze jednoduchým způsobem identifikovat, které cestující lze popsat jako účastníka cestovního ruchu a které nikoliv. Účastníci turismu jsou subjektem systému cestovního ruchu.

Obrázek 1 Subjekty cestovního ruchu



Zdroj: Hesková, 2006, s. 14.

### Návštěvník

- **mezinárodní cestovní ruch:** jedinec, cestující do zahraničí ze země, v níž je trvale usídlen, na dobu kratší, než je jeden rok. Účel cesty může být jakýkoliv.

- **domácí cestovní ruch:** jedinec má trvalé bydliště v dané zemi a cestuje výhradně v rámci jejích hranic za jakýmkoliv účelem, na dobu kratší šesti měsíců.

#### **Turista**

- **mezinárodní cestovní ruch** – jedinec, cestující do zahraničí ze země, v níž je trvale usídlen, na dobu kratší, než je jeden rok, kdy je zahrnuto alespoň jedno přenocování. Účel cesty může být jakýkoliv.
- **v domácím cestovním ruchu** – jedinec má trvalé bydliště v dané zemi a cestuje výhradně v rámci jejích hranic za jakýmkoliv účelem, kdy cesta zahrnuje alespoň jedno přenocování, ale je kratší než šest měsíců.

#### **Výletník**

- **jednodenní návštěvník v mezinárodním cestovním ruchu:** cestuje do jiné země, kde nemá trvalé bydliště, bez přenocování, z jakéhokoli důvodu.
- **jednodenní návštěvník v domácím cestovním ruchu** – osoba, cestující v zemi, kde má trvalé bydliště, bez přenocování, z jakéhokoli důvodu.

#### **Rezident**

- v mezinárodním cestovním ruchu: je stálým obyvatelem, má trvalý pobyt v dané zemi po dobu nejméně jednoho roku
- v domácím cestovním ruchu jde o osobu s trvalým bydlištěm žijící v dané zemi po dobu nejméně šesti měsíců (Kalousová, Jarábková, 2015, Ryglová, 2009)

### **1.3 Subjekty realizující cestovní ruch**

Realizátory cestovního ruchu Tittelbachová (2011) definuje tak, že politiku turismu klasifikuje do čtyř základních oblastí, kdy její realizace probíhá v gesci příslušných realizátorů. Hovoří se zde o úrovni mezinárodní, národní a regionální povahy.

- **Mezinárodní úroveň**

Petrů (2007) zdůrazňuje roli Organizace spojených národů (OSN), jenž uspořádala doposud dvě celosvětové konference ve vazbě na cestovní ruch. V rámci OSN se cestovnímu ruchu věnují specializované instituce jako Organizace OSN pro výchovu, vědu a kulturu (UNESCO), nebo Světová banka.

Wahla (2011) vedle toho zmiňuje činnost dalších významných mezinárodních organizací v této oblasti, jako je Světová organizace cestovního ruchu (UNWTO), která je největší a

nejdůležitější organizaci cestovního ruchu, a byla založena v roce 1974, a od té doby sdružuje 156 řádných členů. Jejím sídlem je Madrid. (Petrů, 2007)

Autor Wahla (2011) je další důležitou organizací Světová rada cestování a cestovního ruchu (WTTC), Evropská komise cestovního ruchu (ETC) a Evropské centrum pro ekoagroturistiku (ECEAT).

V Evropské unie jsou autory Houškou a Petrů (2010) řazeny orgány, které mají za cíl v oblasti turismu zejména podporovat vytváření příznivého prostředí k jeho rozvoji, tvořit finanční nástroje pro rozvoj udržitelného cestovního ruchu atp. Konkrétně zde výše uvedení autoři hovoří o Evropské radě, Radě Evropské unie, Evropské komisi či Evropském parlamentu a Evropském soudním dvoře.

- **Národní úroveň**

Autorka Holešinská (2012) prezentuje celkem 4 funkce státu v oblasti turistiky. Jedná se o funkci koordinační, zahrnující v sobě aktivity spojené s trhem práce, dopravou, infrastrukturou a rovněž vzděláním, kde prostřednictvím podpůrných zásahů zajišťuje podmínky k rozvoji. Další je funkce producenta, funkce katalyzátoru, kdy se zasazuje o navýšení využití turistického potenciálu skrze vhodné financování, a poslední funkcí je plánovač, kde se zabývá turistickým optimem a dlouhodobou konkurenceschopností.

Wahla (2011) udává, že stát vytyčuje podmínky podnikání v oblasti cestovního ruchu tak, že utváří legislativu a organizační strukturu, a stanovuje ministerstvo, které má tuto oblast v kompetenci. V českých podmínkách je to Ministerstvo pro místní rozvoj.

Hesková (2006) uvádí, že cestovní ruch je v rámci ministerstva členěn do tří odborů, a to:

- odbor práva a státního fondu,
- odbor rozvojových programů v oblasti cestovního ruchu,
- odbor koncepce a mezinárodní spolupráce.

Wahla (2011) popisuje, že MMR zřídilo Národní centrálu cestovního ruchu, tedy tzv. CzechTourism. Jedná se o příspěvkovou organizaci, jejímž cílem je organizace a zabezpečení vhodné propagace České republiky v zahraničí, ale i na domácí půdě. Agentura se zaměřuje i na koordinaci aktivit v daných oblastech, destinační marketing, informovanost a výzkumnou a vzdělávací činnost, ale i mediální prezentaci ČR aj. (CzechTourism, 2019).

Hesková (2006) k národním organizacím v této oblasti řadí i Svaz obchodu a cestovního ruchu České republiky, Národní Federaci hotelů a restaurací České republiky, Sdružení podnikatelů v pohostinství a cestovním ruchu, Asociaci cestovních kanceláří České republiky a v neposlední řadě i Asociaci průvodců České republiky a další.

- **Regionální úroveň**

Dle autora Wahly (2011) se v rámci této úrovně jedná o kraje reagující na příslušnou státní politiku v oblasti turismu, podle které poté utvářejí strategie jeho rozvoje. Mezi další aktivity kraje podporující cestovní ruch na jeho území je například rozvoj infrastruktury, propagace zajímavých oblastí, webová prezentace atraktivit a lokalit atp. Jednotlivé kraje mimo jiné budují organizace, zaměřující se na rozvoj cestovního ruchu na jejich území, kdy například Zlínský kraj provozuje Centrálu cestovního ruchu Východní Moravy, o. p. s.

Na tuto úroveň Wahla (2011) řadí města a obce, které se do realizace státní politiky cestovního ruchu zapojují financováním i propagací, kdy zřizují informační centra, budují potřebnou infrastrukturu a podobně, a věnují se rozvoji na svém území.

## **1.4 Role cestovního ruchu v regionálním rozvoji**

V rámci regionálního rozvoje je stěžejní efektivní využití potenciálu dané lokality. Potenciálem krajiny k cestovnímu ruchu se rozumí způsobilost území k poskytování vhodných podmínek pro rozvoj cestovního ruchu. Obsah potenciálu představují všechny použitelné zdroje, jež má daný region k dispozici pro cestovní ruch. (Vystoupil, Šauer, Trousil, 2015)

Cestovního ruchu disponuje celou řadou specifíků, která jej zvyhodňují ve srovnání s jinými odvětvími. K těmto specifíkům lze zařadit jeho nehmotný charakter, sezónnost, úzkou vazbu na území, v němž k realizaci služeb dochází, vysoký podíl lidské práce apod. (Ryglová, Burian, Vajčnerová, 2011)

Chceme-li dosáhnout rozvoje cestovního ruchu v daném regionu, je nutné být seznámen s jeho specifiky a flexibilně reagovat na nastalé změny.

### **Základní charakteristika území**

Publikace Metody pro tvorbu strategických a programových dokumentů cestovního ruchu ve své kapitole věnované metodám analýzy a hodnocení jednotlivých prvků nabídky cestovního ruchu uvádí, že pro účely dosažení rozvoje cestovního ruchu je nutné nejdříve

zhodnotit geografické prostředí a identifikovat konkrétní oblasti, které mají potenciál k tomu, aby se z nich staly turisticky vyhledávané destinace. Základní je zde výzkum podmínek pro lokalizaci cestovního ruchu. (Vystoupil, Holešinská, Kunc, Šauer, 2007)

Jak již bylo uvedeno v předchozí části textu, lokalizační faktory představují jednu ze tří základních skupin, které mají vliv na rozvoj cestovního ruchu v dané oblasti. Dále sem řadíme již zmiňované realizační faktory, zahrnující dopravní obslužnost a využití potenciálu oblasti, a v neposlední řadě selektivní faktory rozhodující o celkovém dojmu, který má stěžejní vliv na to, zda sem návštěvníci podniknou cestu. (Ryglová, Burian, Vajčnerová, 2011)

Aby byla realizace rozvoje cestovního ruchu v dané destinaci možná, je nutné učinit změny zanesené ve strategii rozvoje cestovního ruchu pro danou oblast. Jedná se o dlouhodobou záležitost, která obnáší mimo jiné například tvorbu nových pracovních míst v oblasti poskytování služeb návštěvníkům, rozvoj a budování infrastruktury apod. Kraje a některé ministerské instituce tyto změny podporují, jelikož se jedná o cestu vedoucí k rozvoji jednotlivých regionů a celkové podpoře cestovního ruchu. Není tomu jinak ani u zemědělských a průmyslových regionů, u nichž je nutné, aby se přeorientovaly na oblast služeb, a byl jim tak umožněn další rozvoj v souladu s trvalou udržitelností. (Ryglová, Burian, Vajčnerová, 2011)

Strategické dokumenty jsou klíčem ke změnám v dané lokalitě. Je tedy nutné, aby tyto dokumenty byly vždy vypracovány, a regiony se jimi řídily. Jejich základem je charakteristika silných a slabých stránek daného regionu, dle kterých je možné identifikovat základní priority a nadefinovat cíle rozvoje, včetně jednotlivých opatření vedoucích k jejich naplnění. Programové dokumenty naplňující strategie jsou složeny ze dvou stěžejních složek, a to z analytické a návrhové části.

Úkolem analytické části je zhodnotit současnou situaci, a kromě základního profilu se věnuje i rozboru nabídky, stávajícím marketingovým strategiím či názorům důležitých aktérů cestovního ruchu. Vedle toho návrhová část zpracovává stěžejní problémy rozvoje daného území, jeho cíle, vize, konkrétní projekty, místní akční plány nebo opatření, jejichž účelem je pomoc v překonání stávajících problémů a umožnění rozvoje území. Nedílnou součástí majority strategických dokumentů je SWOT analýza, která je umístěna na rozhraní analytické a návrhové části. Její název je odvozen od čtyř bloků, do kterých je obsahově členěna. Jedná se konkrétně o:



- silné stránky (S – Strength),
- slabé stránky (W – Weakness),
- příležitosti (O – Opportunities)
- hrozby (T – Threats) (Vystoupil, Holešinská, Kunc, Šauer, 2007)

V České republice jsou jednotlivé dokumenty a strategie s vazbou na regionální rozvoj zadávány a implementovány do praxe Ministerstvem pro místní rozvoj České republiky (dále jen MMR ČR), které současně plní i roli metodického a koordinačního orgánu pro veškeré subjekty, které v oblasti cestovního ruchu působí. V současnosti představuje základní dokument regionální politiky na státní úrovni Strategie regionálního rozvoje České republiky 2021+, a Krizový akční plán cestovního ruchu 2020-2021, který ministerstvo připravilo jakožto nástroj pro restart cestovního ruchu v České republice, který má za úkol minimalizovat ztráty v oblasti cestovního ruchu vzniklé jako následek pandemie koronaviru v České republice. (Ministerstvo pro místní rozvoj, © 2021)

## 2 MĚŘENÍ VÝKONNOSTI CESTOVNÍHO RUCHU

Výsledky měření cestovního ruchu je důležité pro účely plánování marketingových strategií, nebo v jejich rámci i pro efektivní rozhodování. K měření cestovního ruchu se nejčastěji užívá statistických dat. V posledních letech je v některých městech využíváno i měření spotřeby mobilních dat ke zjištění návštěvnosti území města. Tato měření jsou realizována ve spolupráci s mobilními operátory, a slouží k monitoringu návštěvnosti území města nebo obce po dobu kratší než 24 hodin. Veškerá data jsou pak zaznamenávána Českým statistickým úřadem, který je dále zpracovává a veřejně poskytuje jejich výsledky a vyhodnocení. Data jsou poskytována periodicky, a to každý měsíc, čtvrtletí a rok. V oblasti cestovního ruchu lze identifikovat několik měřitelných kategorií, kterými jsou:

- Využití ubytovacích kapacit a služeb
- Návštěvnost informačních center
- Počet prodaných vstupenek
- Spotřeba mobilních dat

### **Ubytovací služby**

Do kategorie ubytovacích služeb se řadí všechna veřejná ubytovací zařízení hromadné povahy, která jsou k dispozici pro účely cestovního ruchu. Dále jsou to zařízení poskytující pravidelné či nepravidelné ubytování návštěvníkům a účastníkům cestovního ruchu, která shromažďují, zaznamenávají, a dále poskytují statistické informace o počtu ubytovaných turistů, jejich národnosti, počtu strávených dní a nocí v ubytovacím zařízení a podobně. (Legierská, 2007)

### **Návštěvnost informačních center**

V informačních centrech jsou bezplatně poskytovány informace o zajímavostech a aktivitách města, možnostech ubytování a stravování, aktuálních kulturních i sportovních akcích, či poskytovaných službách. Dále zde probíhá prodej nejrůznějších turistických a upomínkových předmětů, a jsou odtud organizovány i trhy, jarmarky apod. Návštěvnost informačních center v sobě zahrnuje i návštěvnost internetových stránek informačních center, u nich jsou počty návštěv zaznamenávány pomocí automatických počítadel návštěvnosti. Zahrnutí těchto automatických zařízení může však zkreslovat údaje o reálné návštěvnosti dané oblasti a jejího okolí. (Ryglová, 2009)

## **Prodané vstupenky**

Počet prodaných vstupenek v sobě zahrnuje rezervace a prodej vstupenek na divadelní představení, kulturní a sportovní akce v dané lokalitě. Prodej vstupenek je realizován skrze informační centra nebo jejich internetové portály a webové stránky. Jedná se o velmi přesný indikátor návštěvnosti, a nástroj pro její měření. Údaje jsou zaznamenávány jak informačními centry, tak samotnými prodejci vstupenek. Je tak možné monitorovat počet vstupů na veškeré množstevně omezené, nebo placené akce a atraktivitu. (Jakubíková, 2012).

## **Mobilní data**

Jak již bylo zmíněno výše, nepřetržitý on-line monitoring spotřeby mobilních dat na daném území představuje jeden z moderních trendů měření návštěvnosti určité lokality. Sběr geolokačních dat představuje nejpodrobnější měření návštěvnosti. Data jsou monitorována a shromažďována nejčastěji na území měst, nejčastěji v období hlavní turistické sezóny. Měření jsou poměrně finančně náročná, a proto si je mohou dovolit pouze některá města. Jedná se však o metodu měření, díky které je velmi přesně možné zachytit i výletníky, kteří zde nepřenocují, avšak mohou tvořit velkou část návštěvníků dané lokality. (Jakubíková, 2012).

## **2.1 Cestovní ruch jako systém**

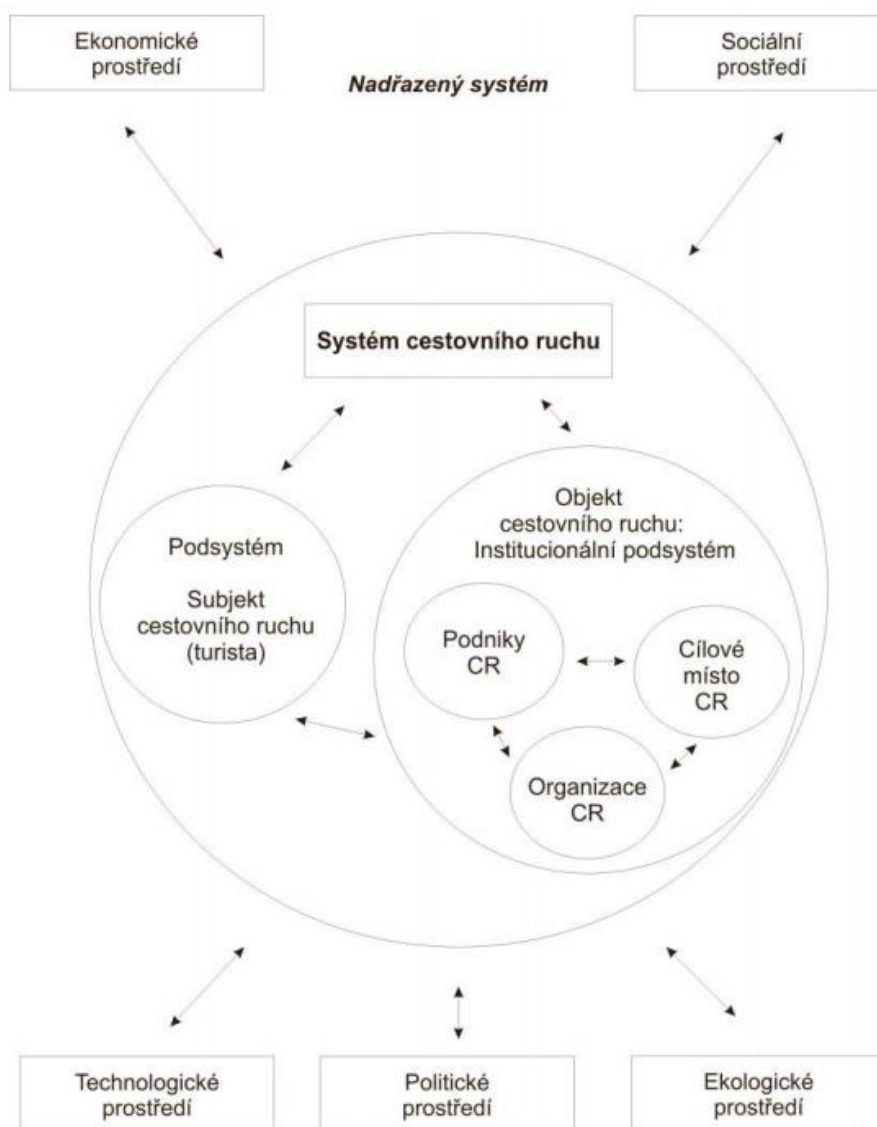
Holešinská (2012) popisuje systém cestovního ruchu jako součást systému obsahujícího charakteristické, navzájem propojené prvky.

Linderová (2013) jej popisuje jako otevřený a dynamicky se vyvíjející komplex.

Vedle toho Holešinská (2012) říká, že vnitřní prostředí je tvořeno samotným systémem cestovního ruchu se dvěma podsystémy, kterými je subjekt a objekt.

Názorně systém cestovního ruchu zobrazuje obrázek č. 2 níže, dle Kaspara (1995). Autorka Holešinská k tomuto schématu doplňuje, že mezi nadřazeným systémem tvořeným sociálním, ekonomickým, technologickým, ekologickým a politickým prostředím a systémem cestovního ruchu sestávajícím se ze subjektu a objektu, dochází ke vzájemné interakci, která oba systémy ovlivňuje pozitivně i negativně. (Holešinská, 2012)

Obrázek 2 Cestovní ruch jako systém



Zdroj: Kaspar, (1995) in Šauer, Holešinská, Vystoupil a kol. (2015)

Dle Coopera (2012) je turista v celém systému cestovního ruchu klíčovým „hercem“.

Subjektem cestovního ruchu dle Linderové (2013) je z ekonomického hlediska v rámci cestovního ruchu ten, kdo uspokojuje své potřeby během cestování a pobytu spotřebou jednotlivých statků cestovního ruchu.

Podle Hraly (2001) je obyvatelstvo subjektem cestovního ruchu, protože je nositelem aktivit ekonomických i neekonomických, a producentem veškerých hodnot nezbytných k jeho existenci. K tomu Linderová (2013) dodává, že obyvatelé jakožto subjekty jsou nositeli poptávky po cestovním ruchu.

Vedle toho objektem se v rámci cestovního ruchu dle Linderové (2013) stává vše, co může být důvodem pro změnu místa aktuálního pobytu. Hovoříme zde například o kultuře, přírodě, společnosti apod.

Hesková (2006) konkrétně určuje za objekt je tedy nositele nabídky i podnik či instituci. K tomuto tvrzení Linderová (2013) dodává, že se jedná o komplexní místa nebo destinace, ve kterých svou činnost zmíněné podniky a instituce cestovního ruchu realizují, a pro účely uspokojení poptávky návštěvníků utváří statky cestovního ruchu jakožto předměty nabídky.

Hrala (2001) však poukazuje na to, že objektem může být i obyvatelstvo. Podle něj jej takovým způsobem lze chápat, jelikož v rámci socioekonomického komplexu je jeho tzv. spotřebitelským polem, a to z toho důvodu, že všichni jedinci jsou v průběhu života v pozici spotřebitele ať už materiálních hodnot nebo kulturních statků a podobně.

## 2.2 Cestovní ruch současnosti

Pomineme-li situaci v souvislosti s pandemií koronaviru, je cestovní ruch nejvíce ovlivňován rozmachem dopravy a nových informačních technologií. Dominuje v něm letecká doprava na delší vzdálenosti, a u krátkých tras je to pak doprava silniční. Dostupnost cílů je tedy pro jednotlivce poměrně snadná, kdekoliv na světě. Jako jeden problémů současného cestovního ruchu lze považovat fakt, že nízkonákladové společnosti svou cenovou politikou přivedly k leteckému cestování mnohem větší masu lidí.

*„Rovněž nové informační technologie zásadně změnily podobu již známého cestovního ruchu, což mělo za následek změny v chování zákazníků a nárůst nabídky cestovního ruchu, jelikož internet umožnil zákazníkovi vybírat z široké nabídky přímo z domova a velmi jednoduše si cokoliv objednat online.“* (Rygllová, Burian, Vajčnerová, 2011, s. 27)

Rovněž dochází k nárůstu fondu volného času obyvatel a dobrá ekonomická situace umožňuje cestování každé společenské vrstvě.

### Dělení charakteristických rysů cestovního ruchu:

- Globální vesnice: je jevem, kdy lidé mají možnost si vzájemně předávat nasbírané zkušenosti, sdílet své názory, navštěvovat se, a nakupovat osobně i online. Toto vzájemné sdílení je celosvětového charakteru.
- Převaha nabídky nad poptávkou: s ohledem na rozšiřující se nabídku produktů roste boj o zákazníka, na popularitě nabírají tzv. last minute a superlast minute nabídky a podobně. Tento systém nákupu zájezdů se stal běžnou praxí.
- Globální rizika: „*Ukončení studené války přineslo snížení rizik jaderného konfliktu velmoci, ale svět se stal méně bezpečným z důvodu hrozících epidemií či pandemií (např.: ptačí chřipka) a terorismu.*“ (Ryglová a kol., 2001, s. 23) Toto tvrzení z roku 2001 nabírá na aktuálnosti a pravdivosti s ohledem na probíhající celosvětovou pandemii koronaviru.
- Pánem je zákazník: jedná se o nejdůležitější pravidlo podnikatelské sféry, přání zákazníka je stěžejní, velmi důležitá je dokonalá obsluha, za účelem jeho spokojenosti a případného návratu. (Ryglová a kol., 2001)

I když v minulosti se cestovalo zejména z vojenských a obchodních důvodů, v současnosti se cestovní ruch považuje za druh volnočasové aktivity. Turismus se stává nedílnou součástí životního stylu a potřeb mnoha jedinců.

Aby mohlo docházet k rozvoji cestovního ruchu, musí být naplněny tři klíčové podmínky, kterými jsou dostatečně objemný fond volného času, disponibilní prostředky, svobodný pohyb a bezpečnost.

### 2.3 Politika turismu

Dle Tittelbachové (2011, s. 11) je politika turismu definována jako: „*cílené, organizované plánování, ovlivňování reality a budoucnosti turismu skrze různé nositele (státní, soukromé a nadnárodní).*“ Autorka rovněž uvádí, že politika turismu je součástí politického procesu, jenž skrze předem definované priority a cíle utváří systém sloužící k dosažení požadovaných výsledků. Je však rovněž důležité najít poměrně rozsáhlou shodu mezi veškerými nositeli této politiky, a to jak z oblasti veřejnoprávní, tak i z oblasti soukromé a neziskové.

Vedle toho Holešinská (2012) doplňuje předchozí definici tím, že uvádí, že je tuto politiku potřebné chápat jako komplex metod a nástrojů, skrze které stát a jeho orgány zasahují do celkového rozvoje turismu takovým způsobem, aby bylo dosaženo stanovených cílů a priorit.

K tomu dále Tittelbachová (2011) uvádí, že politika turismu je závislá hlavně na celkové úrovni rozvoje dané země, kdy se její cíle odráží od jejího vnitřního uspořádání, vychází z konkrétního konceptu politiky turismu, aktuálních trendů a v neposlední řadě i ze zhodnocení dosavadního vývoje v této oblasti. Nositele politiky cestovního se člení následujícím způsobem:

- právní hledisko: veřejnoprávní orgány a instituce (EU, kraje), soukromá sdružení a zájmové skupiny.
- územní uspořádání: mezinárodní nositelé (UNWTO), národní nositelé (ministerstva), regionální nositelé (svazy) a lokální nositelé (spolky).
- odborná příslušnost: dopravci, restauratéři, hoteliéři apod.
- organizační forma: nadpodnikoví nositelé, mezipodnikoví nositelé, organizace destinačního managementu apod. (Tittelbachová, 2011).

## **2.4 Politika a veřejná podpora cestovního ruchu na území ČR**

Vláda schválila základní strategický střednědobý dokument, který představuje oblast cestovního ruchu, konkrétněji zvyšování konkurenceschopnosti cestovního ruchu na národní i regionální úrovni. Koncepce byla schválena 27. března v roce 2013 a nese název Koncepce státní politiky cestovního ruchu v České republice na období 2014-2020.

Cílem koncepce je již zmíněná konkurenceschopnost, dále udržení ekonomické výkonnosti, které zahrnuje pozitivní dopady na socio-kulturní a enviromentální rozvoj ČR. Důvodem vytvoření koncepce byla absence systému řízení cestovního ruchu i jeho financování z dlouhodobého hlediska. V koncepci je navrženo srozumitelnější postavení MMR nebo například srozumitelnější vymezení CzechTourism atd. Výsledkem koncepce je plánovaná spolupráce veřejného, privátního a neziskového sektoru.

Koncepce zahrnuje čtyři priority:

1. Zkvalitnění nabídky cestovního ruchu
2. Management cestovního ruchu
3. Destinační marketing
4. Politika cestovního ruchu a ekonomický rozvoj

Důležitou změnou je přístup k uplatňování dotační politiky, který nově využívá integrované přístupy na regionální úrovni (využití finančních nástrojů, např. zvýhodněné úvěry).

(Ministerstvo pro místní rozvoj, © 2021)

## 2.5 Poptávka v cestovním ruchu z ekonomického hlediska

Z ekonomického pohledu lze agregátní poptávku v cestovním ruchu definovat jako celkový objem služeb a zboží, jenž chtějí spotřebitelé koupit za konkrétní cenu.

Individuální poptávku je vedle toho charakterizována jako poptávka jediného kupujícího nebo poptávka po produktu jednoho výrobce.

Dílčí poptávka je charakterizována jako poptávka po jednom určitém produktu v cestovním ruchu.

### Faktory ovlivňující poptávku

- Sociokulturní: zahrnují působení sociálních skupin, tříd a kultury.
- Kulturní: působí na potřeby a jejich uspokojování. V rámci turismu kultura ovlivňuje jednotlivé motivy, jako je motiv sklonu k cestování nebo motiv spotřebního chování.
- Individuální: „*faktické a zjevné vnější charakteristiky každého jedince, jako jsou demografické (věk), socioekonomické (vzdělání, majetek), geografické (podnebí, urbanizace), fyziografické (zdravotní stav) a vnitřní osobnostní charakteristiky, jako je například způsob vnímání a myšlení.*“ (Palatková, Zichová, 2014, s. 43)

## 2.6 Nabídka v cestovním ruchu z ekonomického hlediska

Z ekonomického hlediska lze agregátní nabídku v cestovním ruchu chápat jako souhrn všech člověkem zamýšlených prodejů zboží a služeb, s nimiž výrobci přicházejí na trh.



Individuální nabídka je pak charakterizována jako nabídka jednoho výrobce a dílčí znamená nabídku jediného výrobku od různých výrobců. Nejčastěji jsou na trhu přítomny subjekty v podobě firem nabízejících své produkty.

Předmět nabídky tvoří objekty turismu, představující soubor zboží, služeb a užitných efektů, využívajících atraktivitu a vybavení konkrétních prodejců, kteří tyto atraktivity v určitém čase, místě a ceně realizují na trhu turismu.

**Nabídkou v cestovním ruchu** se rozumí souhrn atraktivit cílových destinací, který je dominantní složkou nabídky. Účelem takové nabídky je přitáhnout návštěvníky na určité místo. Podle UNWTO je destinací místo s atraktivitami a k ní připojenými zařízeními a službami, kterou si účastníci cestovního ruchu či skupina účastníků volí pro svou návštěvu a kterou prodejci na trhu nabízejí. Tuto část nabídky označujeme za primární, jelikož uspokojuje primární potřeby návštěvníka.

Atraktivity cílových míst lze členit následovně:

- a) kulturně – historické;
- b) přírodní;
- c) organizované;
- d) společenské.

Přírodními atraktivitami je skupina atraktivit, se schopností přilákat mnoho návštěvníků do konkrétní destinace na dobu delší, než je u jiných pobytu obvyklé. K přírodním atraktivitám lze z morfologických podmínek zařadit například hory, pláže nebo skály. Z klimatického hlediska je to pak teplota nebo množství srážek. Z hydrologického pohledu jsou to pak vodní plochy, vodopády nebo podzemní vody.

## 2.7 UNWTO

Světová organizace cestovního ruchu neboli United Nations World Tourism Organization (dále jen UNWTO) je specializovanou agenturou se statutem Organizace spojených (dále jen OSN) a vedoucí mezinárodní organizací v oblasti cestovního ruchu. Sídlem UNWTO je Madrid. Organizace vznikla v roce 1974.

UNWTO spadá pod OSN, a v současnosti zodpovídá hlavně za podporu rozvoje udržitelného cestovního ruchu. K základním aktivitám UNWTO patří řízení a podpora v rámci rozvoje vědomostí o světových politikách cestovního ruchu.

*„UNWTO se prostřednictvím Globálního etického kodexu cestovního ruchu snaží podporovat subjekty v oblasti cestovního ruchu a posiluje tak ekonomické, sociální a kulturní přínosy cestovního ruchu pro společnost s minimálními negativními dopady na životní prostředí.“* (MMR ČR, © 2020)

## 2.8 Služby jako součást nabídky turismu

Služby se během posledních desetiletí staly podstatnou součástí národního hospodářství České republiky a jejího mezinárodního obchodu. Služby tvoří důležitou část hrubého domácího produktu a celkové zaměstnanosti, což jsou důležité indikátory v oblasti vyspělosti státní ekonomiky. Oblast služeb nelze jednoznačně, uspokojivě nebo vyčerpávajícím způsobem klasifikovat, nebo definovat. Ve vazbě na hmotné zboží jsou často definovány jako nehmotné, neviditelné, neskladovatelné a bez data expirace. (Palatková, Zichová, 2014)

### Služby lze členit na následující čtyři kategorie:

1. komplementární služby vůči obchodu s hmotným zbožím
2. materializované služby ve zboží
3. substituční služby vůči obchodu s hmotnými zbožím
4. Služby bez vztahů k obchodu s hmotným zbožím (Palatková, Zichová, 2014)

### Z makropohledu lze dále rozlišovat následující kategorie služeb:

- obchodní
- komunikační
- rekreační, kulturní a sportovní
- dopravní
- distribuční
- služby spojené s výchovou a vzděláváním
- služby spojené s ochranou životního prostředí
- a další... (Palatková, Zichová, 2014)

Služby v cestovním ruchu jsou typické svou nehmotností. Je tedy nemožné, aby si zákazník produkt předem osahal, vyzkoušel a prohlédl před jeho spotřebou. Zákazník je navíc

vystaven riziku z pohledu množství vynaložených finančních prostředků z jeho strany, a je pro něj velmi obtížné zhodnotit a porovnat služby nabízené konkurencí, jelikož je nevyužil. Nemateriální služby jsou také typické svou pomíjivostí, nelze je skladovat, jelikož jsou spotřebovány v místě a čase, kdy jsou k dispozici veškeré potřebné zdroje k její realizaci. Absentují-li tyto zdroje, nelze službu poskytnout. Dalšími vlastnostmi těchto služeb je jejich heterogenita a neoddělitelnost. (Palatková, Zichová, 2014)

## **2.9 Trh a produkt cestovního ruchu**

Cestovní ruch je specifickým typem podnikatelské aktivity, a proto je potřeba charakterizovat trh, na kterém je realizován.

Trh cestovního ruchu tvoří řada podniků, které se od sebe liší velikostí, charakterem (globální, podnikatelské), apod. Trh cestovního ruchu je složen z řady organizací, které působí společně, a jejich služby jsou vzájemně provázány. Jedná se konkrétně o prodejce zájezdů, stravovací zařízení, komerční ubytovací zařízení, dopravní společnosti, zábavní parky, turistické atraktivity apod. (Palatková, Zichová, 2014)

Trh cestovního ruchu se velmi dynamicky mění, jelikož podléhá působení řady subjektivních i objektivních faktorů. Jedná se například o politické změny, společenské změny, ekonomické změny, změny demografické struktury, změny legislativy a mnoho dalších. (Palatková, Zichová, 2014)

### 3 FINANCOVÁNÍ A VEŘEJNÉ PODPORY CESTOVNÍHO RUCHU NA ÚZEMÍ ČESKÉ REPUBLIKY

V rámci této kapitoly práce bude stručně představeno aktuální financování cestovního ruchu z veřejných zdrojů, a to zejména prostřednictvím fondu Evropské Unie. V minulosti byla realizována celá řada operačních programů zaměřených na regionální rozvoj České republiky. Pro příklad si uvedme například Integrovaný operační program (IOP), Regionální operační program (ROP) programy přeshraniční spolupráce se sousedními zeměmi Interreg (Slovensko, Polsko, Bavorsko, Rakousko), ale i dalšími státy v rámci Interreg Danube, Central Europe a Europe. (Centrum pro regionální rozvoj České republiky, © 2021)

Od roku 2014 v České republice funguje Integrovaný regionální operační program (IROP), který navazuje na IOP a ROP z programového období 2007-2013. (Centrum pro regionální rozvoj České republiky, © 2021)

#### 3.1 Integrovaný regionální operační program

Cílem IROP je vyvážený rozvoj území, kvalitnější infrastruktura, lepší veřejná správa a veřejné služby a udržitelný rozvoj obcí, měst a regionů. Dále se snaží posilovat regionální konkurenceschopnost, a zlepšovat celkovou kvalitu života obyvatel České republiky. Finanční alokace IROPu, tedy prostředky, které jsou v tomto programu k dispozici k čerpání jsou ve výši 5,4 mld. EUR. Tato podpora je určena 13 krajům České republiky mimo Prahu, Výjimkou je e-Government, tedy informační systémy pro státní správu, jenž jsou určeny celému území republiky. (Centrum pro regionální rozvoj České republiky, © 2021)

Zaměření IROP je velmi široké, a soustředí se na zlepšení kvality života všech obyvatel ve všech regionech České republiky. Mezi hlavní oblasti podpory patří: „*silnice II. a III. třídy, dopravní obslužnost, Integrovaný záchranný systém, sociální integrace, sociální podnikání, zdravotnická zařízení s důrazem na špičkovou specializovanou péči, vzdělávání, zlepšení energetické účinnosti v budovách, kulturní památky včetně muzeí, tzv. e-government a územní plánování měst a obcí.*“ (Centrum pro regionální rozvoj České republiky, © 2021)

Zprostředkujícím subjektem pro čerpání finančních prostředků z fondů Evropské Unie je pro Českou republiku Centrum pro regionální rozvoj České republiky, které spadá pod MMR ČR. (Centrum pro regionální rozvoj České republiky, © 2021)

### 3.2 Národní program podpory cestovního ruchu v regionech 2016-2020

Cíl tohoto dotačního programu bylo zvýšit potenciál a konkurenceschopnost regionů, usnadnit pohyb návštěvníků v destinacích, rozvoj základní a doprovodné infrastruktury pro cestovní ruch, rovnoměrné rozprostření návštěvnosti, zlepšování kvality služeb v konkrétní oblasti a podpora socioekonomického přínosu cestovního ruchu. Národní program podpory cestovního ruchu v regionech byl národním dotačním titulem spolufinancovaným z prostředků státního rozpočtu. Jeho součástí byly dva podprogramy:

-Rozvoj základní a doprovodné infrastruktury cestovního ruchu

-Marketingové aktivity v cestovním ruchu. (Ministerstvo pro místní rozvoj, © 2021)

#### Rok 2021 - Marketingové aktivity v cestovním ruchu

V aktuálním období je cílem tohoto podprogramu zvýšení povědomí o nabídce aktivit cestovního ruchu v jednotlivých destinacích, dále je to zkvalitnění a rozšíření produktové nabídky, zkvalitnění komunikační kampaně, zlepšení strategického rozhodování a lepší koordinace nabídky v destinacích. (Ministerstvo pro místní rozvoj, © 2021)

Z tohoto podprogramu mohou být spolufinancovány projektové záměry akcentující“ řízení destinací, realizaci marketingových průzkumů, zavádění inovací v cestovním ruchu, podporu distribuce produktů cestovního ruchu, branding destinací a marketingovou komunikaci. Možnými příjemci jsou subjekty z řad organizací destinačních managementů nebo zastřešující organizace s celorepublikovou působností zabývající se tvorbou národních a nadregionálních produktů cestovního ruchu. Poskytovaná výše dotace je maximálně 50 % podíl uznatelných nákladů/výdajů z celkového rozpočtu akce. Realizace a financování akce je možné do konce roku 2022.“ (Ministerstvo pro místní rozvoj, © 2021)

## **II. PRAKTICKÁ ČÁST**

## **4 ZÁKLADNÍ SOCIOEKONOMICKÁ CHAREKTERISTIKA MĚSTA HRANICE**

Město Hranice je situováno ve východní části Olomouckého kraje, konkrétně v Moravské bráně na břehu řeky Bečvy. Město leží v nadmořské výšce cca 260 metrů nad mořem. Na území města jsou kumulovány dopravní a koridory hlavního železničního a silničního tahu mezi městy Olomouc – Přerov – Ostrava. Významné je sousedství města s lázněmi v Teplicích nad Bečvou. (město Hranice, © 2021)

### **4.1 Charakteristika města Hranice**

Hranice jsou významným kulturním a průmyslovým městem s výjimečnými přírodními atraktivitami. Město je aglomerací devíti místních částí o celkové rozloze více než 52 km<sup>2</sup>. Všechny tyto místní části mají společnou historii, jelikož měly od 15. století stejnou vrchnost a řadily se k hranicko-drahotušskému panství. Od 70. let 20. století mají i společný městský úřad. Centrem této aglomerace je historické město Hranice, které se svou zástavbu již prolíná s městem Drahotuše a vesnicí Velká. Dalšími místními částmi jsou obce Lhotka, Rybáře, Slavíč, Uhřínov, Středolesí a Valšovice. (Program rozvoje města Hranic na roky 2020-2030, 2019) Dle údajů Českého statistického úřadu na území města Hranice žilo k 31. 12. 2020 celkem 17 818 obyvatel.

### **4.2 Geografická poloha**

Město Hranice, a jeho místní části, se rozkládají na celkové ploše zhruba 52 km<sup>2</sup>. Samotné město leží v tzv. Moravské bráně, která je samostatným geomorfologickým celkem, začleněným do soustavy Vněkarpatských sníženin. Na jihozápadní straně města přechází Moravská brána u Přerova do Hornomoravského úvalu, a na severozápadě do Ostravské pánve. Severozápadní hranice je města je definována zlomovým svahem Nízkého Jeseníku. Dle mapy klimatických oblastí je území města Hranice situováno v mírně teplé geografické oblasti. (Program rozvoje města Hranic na roky 2020-2030, 2019)

### **4.3 Demografie města**

Počet obyvatel města rostl od roku 1991, kdy ve městě trvale žilo 19 908 obyvatel, až do roku 1994, kdy počet dosáhl svého dosavadního maxima, a to 20 339 trvale žijících obyvatel. Od té doby počet obyvatel postupně klesá. Dle vypracovaných prognóz by na území města a jeho aglomerací do roku 2030 měl počet obyvatel klesnout na hodnotu 17 347 obyvatel.

Předpokládaný pokles počtu obyvatel města je prisuzován dlouhodobě zápornému migračnímu saldu, tedy většímu množství lidí, kteří se odstěhovali než těch, kteří se přistěhovali. Rovněž přirozený přírůstek města se pohybuje okolo nuly. (Program rozvoje města Hranic na roky 2020-2030, 2019)

#### 4.4 Přírodní atraktivity

Je bezesporu, že město Hranice se řadí k oblastem s velmi atraktivním přírodním prostředím v jeho těsné blízkosti. K největším „tahákům“ oblasti patří Hranická propast, a Zbrašovské aragonitové jeskyně, které budou níže představeny detailněji.

Podél toku řeky Bečvy se v této oblasti rozkládá krasový útvar, nazvaný Hranický kras. Tento útvar vznikl díky tektonickým poruchám, termální vodě nasycené oxidem uhličitým a atmosférickým srážkám v devonském vápenci.

V Hranickém krasu se nacházejí dva zajímavé přírodní útvary, a to Zbrašovské aragonitové jeskyně, které vznikly díky tzv. teplicovému krasovnění a Hranická propast, která za svůj vznik vděčí zřícení soustavy jeskyní. Hranická propast je nejhlubší zatopenou jeskyní světa, a její definitivní hloubku se doposud nepodařilo změřit. Hloubka propasti k jezírku je - 69,5 m. V roce 2016 dálkově řízený robot ROV změřil hloubku 404 metrů, což Hranické propasti přineslo titul nejhlubší zatopené jeskyně světa. Ani dálkově řízený robot však nedosáhl dna, jelikož mu došel optický kabel, a nemohl pokračovat hlouběji.

K dalším přírodním atraktivitám města patří i přírodní rezervace Hůrka, Velká Kobylanka, Malá Kobylanka, a Nad Kostelíčkem. Nedaleko města se také tyčí hrad Helfštýn.

#### 4.5 Kulturní předpoklady

1 ledna .2015 vznikla organizace Městská kulturní zařízení Hranice, která zajišťuje kulturní, informační a vzdělávací zařízení města Hranice na Moravě. Cílem této organizace je zvyšování kulturní úrovně obyvatel města a rozvoj cestovního ruchu v regionu. Tato organizace sdružuje následující subjekty:

- Středisko kultura: zajišťuje plánování koncertů, filmových produkcí, open-air akcí apod.



- Středisko muzeum a galerie: pořádá výstavy a organizuje u nich i doprovodný program.
- Středisko knihovna: má celkem šest knihovnických poboček v místních částech města Drahotuše, Slavíč, Lhotka, Uhřínov, Velká a Valšovice.
- Středisko Turistické informační centrum: zajišťuje turistické prohlídky židovské, vojenské a městské památkové zóny, včetně organizace výstupů na místní věž. Mimo jiné pořádá i besedy a přednášky pro školy a širokou veřejnost o Hranické propasti.
- Vedení města rovněž uvažuje o zavedení pravidelných městských slavností. (Program rozvoje města Hranic na roky 2020-2030, 2019)

V roce 2019 město provedlo mezi obyvateli výzkum, při kterém mimo jiné zjišťovalo spokojenost obyvatel s aktuální nabídkou společenských a kulturních akcí. Z výzkumu vyplynulo, že nejvíce nabídka akcí vyhovuje ženám ve věku 15-34 let. Konkrétní data jsou uvedena v tabulce níže.

Tabulka 1 Spokojenost s kulturní nabídkou 2019

Pohlaví	Věk	Velmi nespokojen	Spíše nespokojen	Ani spokojen ani nespokojen	Spíše spokojen	Velmi spokojen
Muž	15 - 34	3%	28%	29%	28%	12%
	35 - 64	3%	15%	29%	29%	24%
	65 a více	3%	35%	24%	28%	10%
Žena	15 - 34	5%	13%	24%	44%	14%
	35 - 64	3%	14%	28%	37%	18%
	65 a více	0%	23%	20%	28%	29%

*Zdroj: Program rozvoje města Hranic na roky 2020-2030, 2019*

Ze zmiňovaného výzkumu z roku 2019 rovněž vyplynulo, že obyvatelé nejvíce postrádají kino, které by bylo celoročně v provozu, a kulturní dům, ve kterém by bylo možné pořádat večerní kluby a společenské akce, jako jsou plesy a podobně. Obyvatelé by rovněž uvítali

více kulturních akcí, včetně těch venkovních, například na náměstí. Chybí také akce pro děti, nebo rodiny s dětmi, popřípadě akce orientované na skupinu seniorských obyvatel města. (Program rozvoje města Hranic na roky 2020-2030)

## **5 PŘÍLEŽITOSTI CESTOVNÍHO RUCHU VE MĚSTĚ**

V této kapitole budou prezentovány jednotlivé faktory utvářející potenciál města pro rozvoj cestovního ruchu na jeho území. Zhodnoceny budou ubytovací a rekreační zařízení, přírodní potenciál, kulturně-historický potenciál, a kulturně společenský potenciál.

### **5.1 Ubytovací a rekreační zařízení**

Město v současnosti disponuje celkem deseti ubytovacími zařízeními. Ubytovací kapacity se v uplynulých 2 letech snížily o 3 zařízení, která neustála vlivu pandemie koronaviru a souvisejících protipandemických opatření, jejichž součástí bylo uzavření hotelových a restauračních zařízení na několik měsíců.

V roce 2018 turisté ve městě v hromadných ubytovacích zařízeních trávili průměrně 7,9 nocí. Od roku 2018 pak byla zaznamenána stoupající tendence v počtu přenocování u turistů, ta však byla zastavena na základě výše popsaných důvodů souvisejících s pandemií koronaviru.

### **5.2 Kulturně-historický potenciál**

Turisti mají ve městě možnost navštívit celou řadu kulturních zajímavostí, aktivit a akcí. Mohou být rovněž provedeni profesionálními průvodci po památkové zóně města, nebo vystoupat na prohlídku věže Staré radnice. V těsné blízkosti města se rozkládá hrad Helfštýn, který je rovněž velmi oblíbeným turistickým cílem, a kde se každoročně koná festival kovářského umění Hefaiston. V blízkém Přerově je pak možno navštívit muzeum Komenského.

### **5.3 Kulturně-společenský potenciál**

Kulturními centry města je zejména Koncertní sál v Zámecké ulici, letní kino, dvorana místního zámku, hranická Synagoga, nebo Zámecký klub Hranice, či Divadlo Stará střelnice a Sokolovna. V rámci kulturního života ve městě je velmi důležitá již zmiňovaná organizace Městská kulturní zařízení Hranice, p. o. zřízená městem Hranice, sdružující další subjekty. Nejrůznější kulturní programy se pořádají i v Zámecké zahradě, Sadech Československých Legií nebo na Masarykově náměstí. Velmi pestrý kulturní program zájemcům nabízí i komunitní centrum Karnola, Centrum pro rodinu Jitřenka a Dětské centrum U Kocoura Mikeše.

## 5.4 Přírodní potenciál

Jak vyplynulo z popisu přírodních atraktivit města v předchozí kapitole, lze jednoznačně uvést, že přírodní prostředí je pro turistický ruch ve městě Hrance velmi příznivé. Mimo Zbrašovské aragonitové jeskyně, Hranickou propast, a přírodní rezervace Hůrka, Velká Kobylanka, Malá Kobylanka, a Nad Kostelíčkem, je nutné zmínit soutok řeky Bečvy s Ludinou a Veličkou, blízké Oderské vrchy a Podbeskydskou pahorkatinu.

Dále se zde nachází Naučná stezka Valšovice, stezka v arboretu Střední lesnické školy Hranice, a Potštátské skalní město.

## **6 PRŮZKUM SPOKOJENOSTI OBYVATEL S PŘEDPOKLADY ROZVOJE CESTOVNÍHO RUCHU NA ÚZEMÍ MĚSTA HRANICE**

V rámci této kapitoly bude proveden průzkum mezi obyvateli a návštěvníky města Hranice na Moravě, pro účely zjištění jejich spokojenosti s jednotlivými předpoklady pro rozvoj cestovního ruchu ve městě.

Konkrétně bude zkoumána spokojenost obyvatel a návštěvníků města s kulturním vyžitím ve městě, s možnostmi sportovního vyžití ve městě, s přírodními atraktivitami města a jeho bezprostředního okolí, s dopravní dostupností města, a s možnostmi využití veřejných ubytovacích a stravovacích kapacit. Dále budou respondenti dotazováni na to, co ve městě postrádají, a kde vidí prostor pro zlepšení, nebo se kterou oblastí jsou nespokojeni.

Získaná data budou následně zpracována, a zhodnocena. Vzhledem k tomu, že máme k dispozici výzkumná data města z obdobné oblasti z roku 2019, budou výsledky našeho průzkumu komparovány i s nimi, aby bylo zjištěno, zda došlo k nějakým změnám v průběhu uplynulých dvou let.

Na základě zjištěných dat budou formulována doporučení do praxe, která by mohla přispět k rozvoji cestovního ruchu na území města Hranice na Moravě

### **6.1 Charakteristika průzkumného souboru**

Do průzkumu v rámci této bakalářské práce bylo zapojeno celkem 100 respondentů, které autorka práce osobně oslovila v centru města Hranice v průběhu měsíce června 2020. Autorka však selekci účastníků záměrně ovlivnila tak, aby byly ve výzkumném souboru rovnoměrně zastoupeny obě pohlaví, a všechny věkové skupiny obyvatel. Z tohoto důvodu sběr dat trval téměř celý kalendářní měsíc červen. Dalším kritériem pro výběr respondentů byla jejich dobrovolná účast na průzkumu, a věková hranice dosažení 18 let. Respondenti byli informováni o tom, že celý průzkum je zcela anonymní, a jeho výsledky budou použity pouze pro účely vypracování této bakalářské práce.

Respondentům byly osobně předán krátký dotazník s uzavřenými odpověďmi, avšak u každé otázky měl respondent možnost odpovědět vlastními slovy na volný řádek. Získaná data následně autorka práce graficky zpracovala pomocí MS Excel.

Cílem průzkumu bylo zjistit, jak jsou obyvatelé a návštěvníci města Hranice spokojeni s úrovní předpokladů rozvoje cestovního ruchu ve městě.

Respondenti výzkumného souboru odpovídali na 7 předem připravených dotazníkových otázek, které je možno nalézt níže.

## 6.2 Dotazník:

Jste: a) Žena      b) Muž

Věková kategorie: a) 18-34   b) 35-50   c) 51 a více

### 1. Jak jste spokojen/a s dopravní dostupností města?

- a) velmi nespokojen/a
- b) spíše nespokojen/a
- c) nevím
- d) spíše spokojen/a
- e) velmi spokojen/a

Jiná odpověď:.....

### 2. Jak jste spokojen/a s nabídkou kulturního vyžití ve městě?

- a) velmi nespokojen/a
- b) spíše nespokojen/a
- c) nevím
- d) spíše spokojen/a
- e) velmi spokojen/a

Jiná odpověď:.....

### 3. Jak jste spokojena s informovaností o přírodních atraktivitách města?

- a) Velmi nespokojen/a
- b) Spíše nespokojen/a
- c) Nevím
- d) Spíše spokojen/a

- e) Velmi nespokojen/a

Jiná odpověď.....

**4. Jak jste spokojena s informovaností o historických atraktivitách města?**

- a) Velmi nespokojen/a
- b) Spíše nespokojen/a
- c) Nevím
- d) Spíše spokojen/a
- e) Velmi spokojen/a

Jiná odpověď.....

**5. Jak jste spokojen/a s možnostmi ubytování a stravování ve městě?**

- a) Velmi nespokojen/a
- b) Spíše spokojen/a
- c) Nevím
- d) Spíše spokojen/a
- e) Velmi spokojen/a

Jiná odpověď.....

**6. Jak jste spokojen/a s dostupností informací o dění a zajímavostech ve městě?**

- a) Velmi nespokojen/a
- b) Spíše nespokojen/a
- c) Nevím
- d) Spíše spokojen/a
- e) Velmi nespokojen/a

Jiná odpověď:.....

7. Postrádáte ve městě nějakou atraktivitu, kulturní zajímavost, akci, službu, apod, která by mohla přivést nové návštěvníky do Hranic?

a) Ano – uveďte jakou:.....

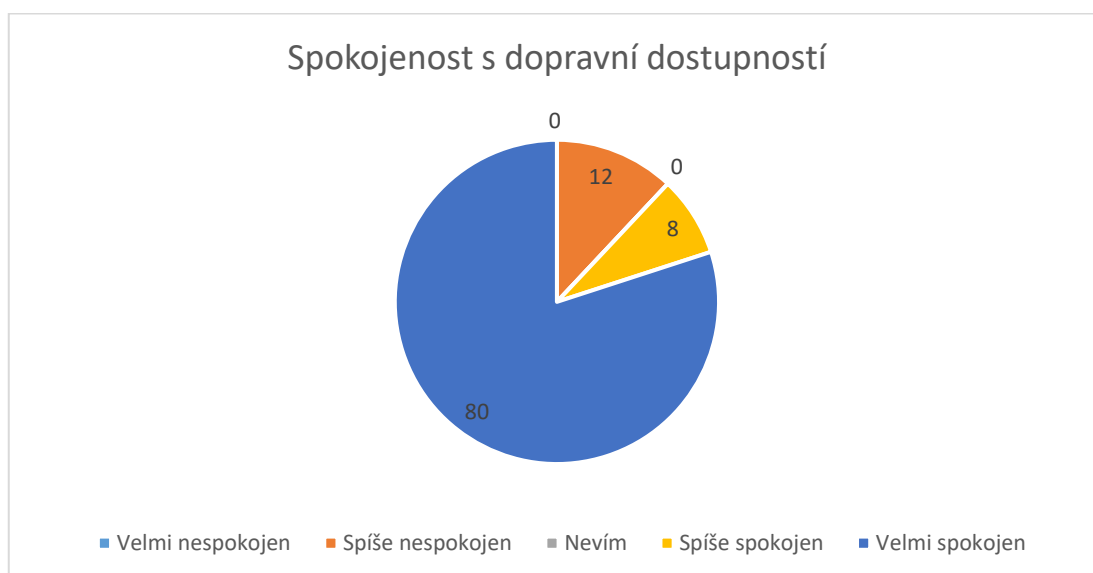
b) Ne

### 6.3 Výsledek průzkumu

Průzkumným šetřením bylo v rámci jednotlivých předpokladů pro rozvoj cestovního ruchu zjištěno následující. Průzkumu se zúčastnilo 48 žen a 52 mužů. Jednotlivá pohlaví jsou tedy rovnoměrně zastoupena. Zastoupení jednotlivých věkových kategorií bylo rovněž rovnoměrné. Věková skupina 18-34 let tvořila 32 % průzkumného souboru, věková skupina 35-50 let tvořila 34 % průzkumného souboru, a věková skupina 51+ tvořila 34 % průzkumného souboru.

První otázka dotazníku byla zaměřena na dopravní dostupnost města. Zde bylo zjištěno, že majorita respondentů je s dostupností Hranic velmi spokojena. Pouze 12 % respondentů uvedlo možnost spíše spokojena a 8 % respondentů možnost spíše nespokojena. Možnost velmi nespokojen/a nevolil nikdo. Výsledky jsou zpracovány do grafu č.1.

Graf 1 dopravní dostupnost



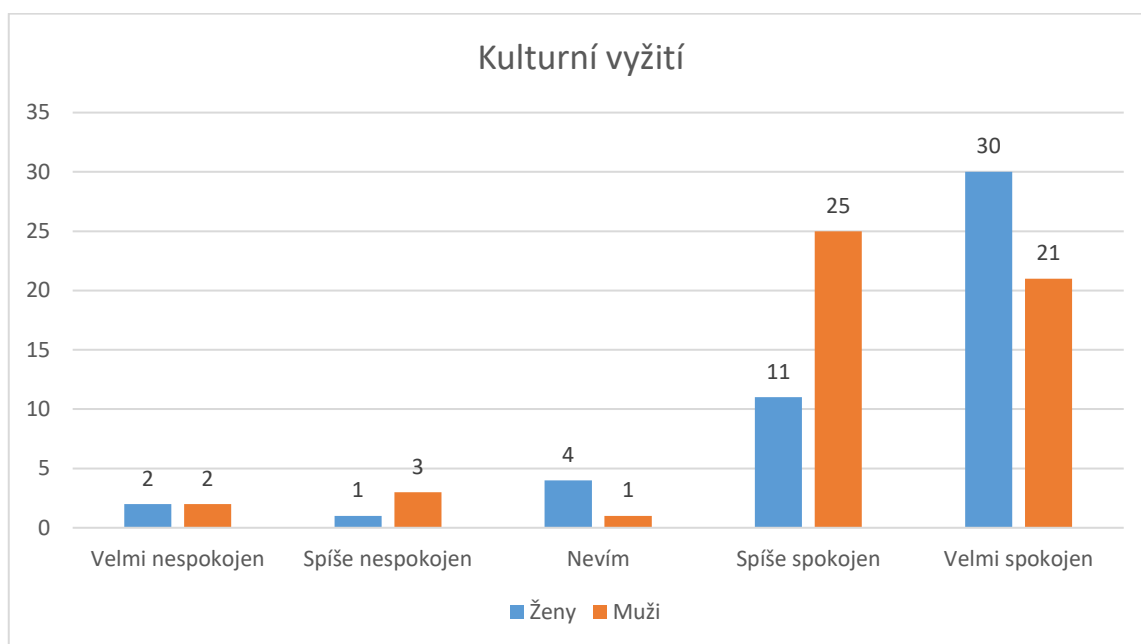
Zdroj: Vlastní zpracování autorky

Druhá otázka byla zaměřena na spokojenost s kulturním vyžitím ve městě. Zde bylo zjištěno, že majorita respondentů je spíše nebo velmi spokojena s kulturním vyžitím ve městě, což



odpovídalo i výsledkům výzkumu z roku 2019, který město Hranice prezentovalo v Programu rozvoje města Hranic 2020-2030, a který jsme analyzovali v úvodu praktické části této práce. Data získaná naším výzkumem jsou u této otázky zpracována do grafu č. 2 níže.

Graf 2 Spokojenost s kulturním vyžitím



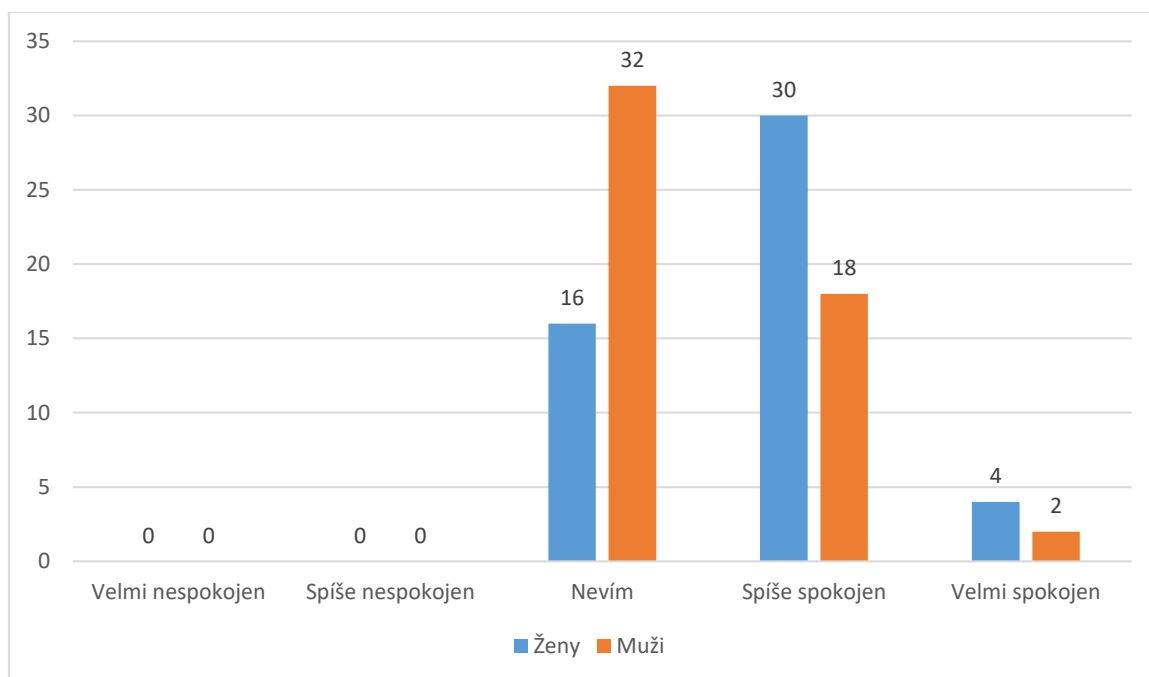
*Zdroj: Vlastní zpracování autorky*

Třetí otázka dotazníku zněla: „Jak jste spokojena s informovaností o přírodních atraktivitách města“. U této otázky naprostá majorita, a to celých 96 % respondentů zvolilo možnost „Velmi spokojen“. Z průzkumu tedy vyplynulo, že informovanost i přírodních atraktivitách města a jeho okolí je na velmi vysoké úrovni. Stejný trend se objevil i u následující otázky.

Čtvrtá otázka dotazníku zněla: „Jak jste spokojena s informovaností o historických atraktivitách města?“ I z výsledků této položky dotazníku vyplynulo, že jsou respondenti s úrovní informovanosti o historických atraktivitách velmi spokojeni. Zde možnost velmi spokojen zvolilo 82 % respondentů, a zbývajících 18 % respondentů zvolilo možnost „Spíše spokojen“.

Pátá otázka dotazníku zněla: „Jak jste spokojen/a s možnostmi ubytování a stravování ve městě? Spokojenost respondentů u této položky již byla různorodější, a proto jsou výsledky této otázky zaneseny do grafu č. 3.

Graf 3 Ubytovací a stravovací možnosti



Zdroj: Vlastní zpracování autorky

Z grafu je patrné, že majorita respondentů, a to jak mužů, tak i žen, je se stravovacími a ubytovacími kapacitami města spíše spokojeno (48 %), anebo zvolili možnost „nevím“ (48 %). Pouze 6 % respondentů uvedlo, že je velmi spokojeno. Z uvedeného vyplývá, že v rámci ubytovacích a stravovacích kapacit existuje prostor pro zlepšení. U této otázky také celkem 5 respondentů zvolilo možnost doplnit svou odpověď o komentář na volný řádek, kdy ve 4 případech zmiňovali omezené možnosti místního autokempu, a chybějící doplňkové vybavení, vyžití pro děti, popřípadě možnost okoupat se v bazénu apod.

Šestá otázka dotazníku zněla: Jak jste spokojen/a s dostupností informací o dění a zajímavostech ve městě? U této otázky 73 % respondentů uvedlo, že je velmi spokojeno s činností informačního centra a celkovou propagací akcí města. Avšak zbývajících 27 % respondentů uvedlo „spíše nespokojen/a“, a k odpovědi dodává, že jim chybí informace o dění na sociálních sítích, a jiných internetových portálech. Všichni tito respondenti se řadili do věkové skupiny 18-34 let.

Poslední otázka dotazníku se zaměřila na to, zda respondenti postrádají ve městě nějakou atraktivitu, kulturní zajímavost, akci, službu, apod, která by mohla přivést nové návštěvníky do Hranic? Zde respondenti uvedli absenci celoročně fungujícího kina, malou kapacitu

plaveckého bazénu, absenci specializovaných sportovišť, jako jsou venkovní workoutová hřiště. Uvítali by rovněž hustší a propojenější síť cyklostezek. Celkem 12 respondentů zmínilo úpravy autokempu jako cestu k přilákání většího množství turistů do města.

#### **6.4 Zhodnocení průzkumu-doporučení pro praxi**

Z provedeného průzkumu vyplynulo, že majorita respondentů je spíše nebo velmi spokojena s kulturním vyžitím ve městě, a že informovanost o přírodních atraktivitách města a jeho okolí je na velmi vysoké úrovni. Stejný trend se objevil i u spokojenosti s informovaností o historických atraktivitách města, kdy se ukázalo, že jsou respondenti s úrovní informovanosti o historických atraktivitách velmi spokojeni.

Dále bylo zjištěno, že v rámci ubytovacích a stravovacích kapacit existuje prostor pro zlepšení, kdy respondenti zmiňovali omezené možnosti místního autokempu, a chybějící doplňkové vybavení, vyžití pro děti, popřípadě možnost koupat apod.

S dostupností informací o dění a zajímavostech ve městě jsou respondenti velmi spokojeni s činností informačního centra a celkovou propagací akcí města, avšak mladší generaci chybí informace o dění na sociálních sítích, a jiných internetových portálech.

Dle respondentů by k rozvoji cestovního ruchu ve městě mohlo pomoci celoročně fungující kino, větší plavecký bazén, vybudování specializovaných sportovišť, jako jsou venkovní workoutová hřiště apod. Uvítali by rovněž hustší a propojenější síť cyklostezek. Celkem 12 respondentů zmínilo úpravy autokempu jako cestu k přilákání většího množství turistů do města.

## 7 SWOT Analýza cestovního ruchu v městě Hranice

SILNÉ STRÁNKY	SLABÉ STRÁNKY
<p>-Přírodní atraktivity (Zbrašovské aragonitové jeskyně, Hranická propast, Oderské vrchy, naučné stezky...)</p> <p>-Blízkost Lázní Teplice nad Bečvou</p> <p>-Množství kulturních akcí a kulturního vyžití ve městě</p> <p>-Historické atraktivity města (Hrad Helfštýn, Synagoga, věž Staré radnice)</p> <p>-Dobrá dopravní dostupnost z Ostravy, Olomouce, Přerova apod.</p> <p>-Bohaté možnosti sportovního vyžití</p>	<p>-Snížení veřejných ubytovacích kapacit ve městě vlivem pandemie.</p> <p>-Zastaralé a neodpovídající vybavení místního autokempu.</p> <p>- Nedostatek kulturního a společenského vyžití pro rodiny s dětmi</p> <p>-Nedostatek kulturního a společenského vyžití pro seniory</p> <p>-Malá informovanost obyvatel a turistů o probíhajících akcích a zajímavostech ve městě</p>
PŘÍLEŽITOSTI	HROZBY
<p>-modernizace místního autokempu (vybudování dětského hřiště, úprava prostranství, vybudování zapuštěného bazénu a venkovní sprchy pro návštěvníky)</p> <p>- rekonstrukce vlakového nádraží</p> <p>- rekonstrukce autobusového nádraží</p> <p>- zkvalitnění dopravní infrastruktury</p> <p>- vybudování kina</p>	<p>- Omezení společenského a kulturního života spojená s pandemií koronaviru a s tím spojených opatření, jako je uzavření restaurací, hotelů, omezení kulturních akcí apod.</p> <p>- Neochota vedení města k modernizaci propagační a marketingové činnosti v oblasti podpory cestovního ruchu v Hranicích.</p>

## **8 NÁVRH PROJEKTU ROZVOJE MĚSTA HRANICE**

Vzhledem k tomu, že autokempy nabírají v posledních letech vzhledem ke společenské situaci na popularitě, a respondenti dotazníkového průzkumu podmínky v místním autokempu poměrně často zmiňovali, rozhodli jsme se v rámci další kapitoly vypracovat návrh projektu modernizace místního autokempu jako cestu k rozvoji cestovního ruchu na území města Hranice na Moravě.

### **8.1 Modernizace autokempu**

V rámci této podkapitoly se budeme věnovat návrhu projektu modernizace AMK autokempu Hranice. Hranický autokemp se nachází v těsné blízkosti přírodní rezervace Hůrka a Hranické propasti. Z kempu mají návštěvníci výhled na Moravskou bránu, a lázeňské město Teplice nad Bečvou. Jedná se o klidné místo vhodné zejména pro rodiny s malými dětmi a starší generaci.

K dispozici jsou zde chatky pro 2 až 5 osob a bungalovy pro 4 osoby s možností přistýlky a vlastním soc. zařízením. Autokemp je v provozu od 1.5. do 30.9., tedy v letní sezóně, kdy je ve velmi horkém letním počasí návštěvníci jistě uvítají možnost koupání přímo v kempu. Vzhledem k tomu, že je kemp určen primárně pro rodiny s dětmi, po konzultaci s majitelem kempu jsme se rozhodli vypracovat projekt na vybudování dětského hřiště a zapuštěného bazénu přímo v areálu kempu.

Cílem projektu je tedy vybudování dětského hřiště a zabudovaného bazénu v areálu autokempu.

#### **8.1.1 Popis projektu**

Po konzultaci s majitelem kempu jsme se rozhodli pro vybudování oválného bazénu o velikosti 3,5m x 7 m, a hloubce 1,5 m, a dětského hřiště za účelem zvýšení atraktivity autokempu pro turisty.


Před samotným zapuštěním bazénu bude nutné ještě připravit terén. V rámci nákladů je nutné počítat i s prostředky potřebnými na provoz a údržbu bazénu v průběhu sezóny. Bazén i hřiště budou vybudovány na vlastním, stávajícím pozemku autokempu, a nebude tedy potřené vynakládat prostředky za nákup pozemku k jejich vybudování. Náklady na výstavbu bazénu jsou tedy shrnuty do následující tabulky:

Tabulka 2 Kalkulace stavby bazénu

Položky	Cena v Kč
Bazén 7m x 3,5 m	29 250
Písková filtrace	9 790
Skimmer	1 500
Bazénová folie	16 300
Schůdky	6 280
Příslušenství pro montáž bazénu (podložka, hadice)	10 000
Bazénová chemie	2000
Terénní práce	25 000
Sezónní údržba (voda, písek do filtrace)	6000
Posuvné zastřešení Comfort	74 900
<b>CELKEM</b>	<b>181 020</b>

Zdroj: Vlastní zpracování autorky

Obrázek 3 Bazén Ibiza Family 525



OVÁL	525	600	700
Šířka x délka (m)	3,20 x 5,25	3,20 x 6,00	3,50 x 7,00
Hloubka (m)	1,5	1,5	1,5

Zdroj: Mountfield, 2021, online

Druhou položkou projektu pak bude dětské hřiště. Po konzultaci s majitelem autokempu bylo přistoupeno k volbě již hotového dětského hřiště, ke kterému bude potřeba pouze upravit terén. Konkrétním produktem bude dětské hřiště Marimex Play z borovicového dřeva pro 10 dětí, jehož součástí je 3 m skluzavka s integrovanou přípojkou na vodu (barva modrá), kotvy upevňující sestavu k zemi, madla a zábradlí, pískoviště s dvěma sedátky, dřevěná střecha, dřevěné schody, žebřík s kovovými stupni, dřevěný materiál, kovový spojovací materiál, sada náradí, manuál, kameny na umělou stěnu, lano a kormidlo.

Parametry hřiště jsou: 385 x 375 x 315 cm

Obrázek 4 Dětské hřiště



Zdroj: eshop.okzahrady.cz, © 2021

Náklady na stavbu dětského hřiště jsou zahrnuty v následující tabulce:

Tabulka 3 Kalkulace dětské hřiště

Položka	Cena v Kč
Dětské hřiště Marimex Play 003	28 990
Terénní úpravy	2000
<b>CELKEM</b>	<b>30 990</b>

Zdroj: Vlastní zpracování autorky

Tabulka 4 Celková kalkulace

Položka	Cena v Kč
Vybudování bazénu	181 200
Vybudování dětského hřiště	30 990

<b>CELKOVÉ NÁKLADY</b>	<b>212 010</b>
------------------------	----------------

*Zdroj: Vlastní zpracování autorky*

Náklady na vybudování dětského hřiště a bazénu v hranickém autokempu činí 212 010 Kč. V současnosti dochází k jednání s vedením města hranice za účelem zajištění finanční spoluúčasti města na tomto projektu, za účelem podpory rozvoje cestovního ruchu ve městě. Výsledky jednání doposud nejsou známy, a proto se předběžně počítá s tím, že veškeré náklady ponese majitel autokempu.

Výstupem tohoto projektu bude vybudované dětské hřiště a zabudovaný bazén s posuvným krytím. Předpokládaný nárůst počtu návštěvníků autokempu je odhadován na cca 20 až 30 %, oproti roku 2019, kdy kemp navštívilo 5350 návštěvníků. Během celé sezony. Nárůst návštěvnosti by tedy mohl činit až +1200 nových návštěvníků města, kteří zde přenocují.

Investice do nového vybavení autokempu by se jeho majiteli vrátila během 5-10 letech v závislosti na aktuálních podmínkách a situaci.



## ZÁVĚR

Moje bakalářská práce měla za cíl vypracovat projekt na rozvoj cestovního ruchu na území města Hranice, který pak bude mít přínos pro místní obyvatele.

Teoretická část byla rozdělena na tři části. První část představovala charakteristiku hlavních pojmů cestovního ruchu jeho typologií a subjektů. Druhá část se věnovala měření výkonnosti cestovního ruchu, jeho politikou, systémem či poptávkou. Třetí část byla zaměřena na financování a veřejnou podporu cestovního ruchu.

Praktická část je rozdělena do pěti částí. Nejprve bylo představeno a charakterizováno město Hranice, a to jak z hlediska jeho geografické polohy, demografické skladby, a přírodních atraktivit. Opomenuty nezůstaly ani kulturní předpoklady pro rozvoj cestovního ruchu na jeho území.

Další kapitola práce pak byla věnována analýze potenciálu cestovního ruchu města Hranice na Moravě, kdy se naše pozornost zaměřila na ubytovací a rekreační zařízení, která jsou zde návštěvníkům k dispozici, stejně jako přírodní potenciál této oblasti, nebo kulturně-historický, a kulturně-společenský potenciál města. Následně byla vypracována SWOT analýza cestovního ruchu ve městě, ve kterém byly vyhodnoceny konkrétní silné a slabé stránky, stejně jako příležitosti a hrozby. Dále došlo také k analýze výsledků výzkumů, které si v roce 2019 nechalo město Hranice vypracovat za účelem vytvoření Programu rozvoje města Hranic 2020-2030. Poté bylo realizováno dotazníkové šetření mezi 100 respondenty, cílem kterého bylo zjistit, jak jsou respondenti spokojeni s kulturním vyžitím ve městě, s možnostmi sportovního vyžití ve městě, s přírodními atraktivitami města a jeho bezprostředního okolí, s dopravní dostupností města, a s možnostmi využití veřejných ubytovacích a stravovacích kapacit. Dále byli respondenti dotazováni na to, co ve městě postrádají, a kde vidí prostor pro zlepšení, nebo se kterou oblastí jsou nespokojeni.

Tímto průzkumem bylo zjištěno, že majorita respondentů je spíše nebo velmi spokojena s kulturním vyžitím ve městě, a že informovanost o přírodních a historických atraktivitách města a jeho okolí je na velmi vysoké úrovni. Dále bylo zjištěno, že v rámci ubytovacích a stravovacích kapacit existuje prostor pro zlepšení, kdy respondenti zmiňovali omezené možnosti místního autokempu, a chybějící doplňkové vybavení, vyžití pro děti, popřípadě možnost okoupat se v bazénu apod. S dostupností informací o dění a zajímavostech ve městě jsou respondenti velmi spokojeni s činností informačního centra a celkovou propagací akcí

města, avšak mladší generaci chybí informace o dění na sociálních sítích, a jiných internetových portálech.

Dle respondentů by k rozvoji cestovního ruchu ve městě mohlo pomoci celoročně fungující kino, větší plavecký bazén, vybudování specializovaných sportovišť, jako jsou venkovní workoutová hřiště apod. Uvítali by rovněž hustší a propojenější síť cyklostezek.

Poslední kapitola práce pak byla věnována projektu na modernizaci hranického autokempu, kterému chybělo vyžití pro děti a bazén. V rámci projektu byla provedena kalkulace veškerých nákladů na jejich budování a nechybí ani zhodnocení výstupu realizace projektu a jeho vliv na nárůst počtu turistů ve městě.

V případě, že bude projekt v praxi realizován, měl by se dle dostupných prognóz objem návštěvníků autokempu v letní sezóně navýšit až o 1200.

Předložená práce nejprve analyzovala současný stav cestovního ruchu ve městě Hranice, který následně zhodnotila, a navrhla konkrétní způsob jeho rozvoje, a navýšení možného počtu návštěvníků, kteří by měli pozitivní vliv nejen na ekonomickou situaci konkrétního autokempu, ale na celé město Hranice.

## SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

### Monografie

- BELLINI, Nicola a Cecilia PASQUINELLI. *Tourism in the city: towards an integrative agenda on urban tourism*. 1. ed. Cham: Springer, 2017, 339 p. ISBN:9783319268774.
- FLETCHER, John. *Tourism: principles and practice*. 5. ed. Harlow: Pearson, 2013, 643 p. ISBN 9780273758273.
- FRANKE, Antonín et al, 2012. Zmírňování regionálních disparit prostřednictvím rozvoje cestovního ruchu. 1. vyd. Praha: Wolters Kluwer, 301 s. ISBN 978-80-251-2595- 3.
- GOELDNER, Charles R. a J. R. Brent RITCHIE. *Cestovní ruch: principy, příklady, trendy*. 1. vyd. Brno: BizBooks, 2014, 545 s. ISBN 9788026502982.
- HAMARNEHOVÁ, Iveta, 2014. Mezinárodní cestovní ruch: vybrané kapitoly. 1. vyd. Praha: Univerzita Jana Amose Komenského, 128 s. ISBN 978-80-7452-040-2.
- HESKOVÁ, Marie, 2006. Cestovní ruch: pro vyšší odborné školy a vysoké školy. 1. vyd. Praha: Fortuna, 224 s. ISBN 80-7168-948-3.
- HOLEČEK, Milan, Peter MARIOT a Miroslav STRÍDA, 2005. Zeměpis cestovního ruchu: učebnice pro hotelové a jiné střední školy: příručka pro průvodce cestovního ruchu. 2. upr. a rozš. vyd. Praha: Nakladatelství České geografické společnosti, 131 s. ISBN 80-86034-64-X.
- HOLEŠINSKÁ, Andrea, 2012. Destinační management jako nástroj regionální politiky cestovního ruchu. 1. vyd. Brno: Masarykova univerzita, 151 s. ISBN 978-80-210- 5847-7.
- HOUŠKA, Petr a Zdenka PETRŮ, 2010. Cestovní ruch v působnosti orgánů EU: (vybrané dokumenty). 1. vyd. Praha: Oeconomica, 275 s. ISBN 978-80-245-1645-5.
- HRALA, Václav a Viktor ŠAFAŘÍK, 2013. Geografie cestovního ruchu. 6.aktualiz. a dopl.vyd. Praha: Idea servis, 197 s. ISBN 978-80-85970-79-1.
- JAKUBÍKOVÁ, Dagmar. *Marketing v cestovním ruchu: jak uspět v domácí i světové konkurenci*. 2., aktualiz. a rozš. vyd. Praha: Grada, 2012. ISBN 978-80-247-4209-0.
- KOTÍKOVÁ, Halina a Eva SCHWARTZHOFFOVÁ. *Cestovní ruch*. 1. vyd. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2017, 154 s. ISBN 9788024451893.
- LINDEROVÁ, Ivica, 2013. Cestovní ruch: Základy a právní úprava. 1. vyd. Jihlava: Vysoká škola polytechnická Jihlava, 265 s. ISBN 978-80-87035-82-5.
- PALATKOVÁ, Monika a Jitka ZICHOVÁ. *Ekonomika turismu: turismus České republiky*. 2., aktualiz. a rozš. vyd. Praha: Grada, 2014, 262 s. ISBN 9788024736433.

- PETRŮ, Zdenka, 2007. *Základy ekonomiky cestovního ruchu*. 2., upr. vyd. Praha: Idea servis, 124 s. ISBN 978-80-85970-55-5.
- PLESNÍK, Pavol, 2010. *Geografia cestovného ruchu*. 1. vyd. Praha: Vysoká škola cestovního ruchu a teritoriálních studií v Praze, 93 s. ISBN 978-80-254-7253-8.
- RYGLOVÁ, Kateřina, Michal BURIAN a Ida VAJČNEROVÁ, 2011. *Cestovní ruch - podnikatelské principy a příležitosti v praxi*. 1. vyd. Praha: Grada, 213 s. ISBN 978-80-247-4039-3.
- RYGLOVÁ, Kateřina, 2009. *Cestovní ruch: soubor studijních materiálů*. Vyd. 3., rozš. Ostrava: Key Publishing, Management (Key Publishing). ISBN 978-80-7418-028-6
- SYROVÁTKOVÁ, Jaroslava, 2013. *Specifické formy cestovního ruchu*. 1. vyd. Liberec: Technická univerzita v Liberci, 84 s. ISBN 978-80-7372-927-1.
- TITTELBACHOVÁ, Šárka, 2011. *Turismus a veřejná správa: průniky, dysfunkce, problémy, šance: státní politika turismu České republiky: systémový přístup k řešení problémů*. 1. vyd. Praha: Grada, 196 s. ISBN 978-80-247-3842-0.
- VYSTOUPIL, Jiří et al., 2007. *Metody pro tvorbu strategických a programových dokumentů cestovního ruchu*. 1. vyd. Brno: Masarykova univerzita, 124 s. ISBN 978-80-210-4290-2.
- VYSTOUPIL, Jiří, Martin ŠAUER a Michal TROUSIL. *Geografie cestovního ruchu ČR*. Hradec Králové: Gaudeamus, 2015. ISBN 978-80-7435-538-7.
- VYSTOUPIL, Jiří. *Atlas cestovního ruchu České republiky*. Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj ČR, 2006. ISBN 80-239-7256-1.
- WAHLA, Arnošt, 2011. *Obecná geografie cestovního ruchu*. 2. nezměn. vyd. Brno: Mendelova univerzita, 103 s. ISBN 978-80-7375-497-6.

### **Jiné literární zdroje**

- FORET, M., TURČÍNKOVÁ, J. *Cestovní ruch*. Brno : Mendelova zemědělská a lesnická univerzita v Brně, 2005. 106 s.
- KALOUSOVÁ, Jana a Jana, JARÁBKOVÁ, 2015. *Cestovní ruch – I. část: studijní opora*. Praha, VŠRR, 79 s.
- RYGLOVÁ, Kateřina. Michal Burian a Ida Vajčnerová. *Cestovní ruch podnikatelské principy a příležitosti v praxi*, 2011, 1: 17.

### **Internetové zdroje**

- Centrum pro regionální rozvoj ČR*, © 2021. Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj ČR, [online]. [cit. 2021-8-15]. Dostupné z: <https://www.crr.cz/kontaktujte-nas/uvodni-stranka/o-nas/>

CZECHTOURISM, © 2019, Základní informace. [online]. [cit. 2021-08-08]. Dostupné z: <http://www.czechtourism.cz/o-czechtourism/zakladni-informace/>.

LEGIERICKÁ, Yvona, © 2007, *Statistika v cestovním ruchu*. Praha: MMR. [online]. [cit. 20201-06-06]. Dostupné z: <http://www.mmr.cz/getmedia/d99c234e-7624-4a22-9638-7688dd1040e8/Statistika-v-cestovnim-ruchu.pdf>

*Město Hranice na Moravě: o měst*, © 2021, Hranice na Moravě: Město Hranice na Moravě, [online]. [cit. 2021-8-15]. Dostupné z: <https://www.mesto-hranice.cz/o-meste>

*Ministerstvo pro místní rozvoj ČR: Strategie regionálního rozvoje ČR 2021+*, © 2021, Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj ČR [online]. [cit. 2021-8-15]. Dostupné z: <https://mmr.cz/cs/microsites/uzemni-dimenze/strategie-regionalniho-rozvoje-cr-2021>.

*Národní program podpory cestovního ruchu v regionech 2016-2020*, © 2021, Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj ČR, [online]. [cit. 2021-8-15]. Dostupné z: <https://www.mmr.cz/cs/narodni-dotace/cestovni-ruch/narodni-program-podpory-cestovniho-ruchu-v-regionech>.

*Program rozvoje města Hranic na roky 2020 – 2030: o městě*, © 2021, Hranice na Moravě: Město Hranice na Moravě [online]. [cit. 2021-8-15]. Dostupné z: <https://www.mesto-hranice.cz/clanky/program-rozvoje-mesta-hranic-na-roky-2020-2030-1>

*Mountfield: Bazén Ibiza Family 525 - oválné těleso*, © 2021, Praha: Mountfield, [online]. [cit. 2021-8-15]. Dostupné z: <https://www.mountfield.cz/bazen-ibiza-family-525-ovalne-teleso-3bza1085>

*Marimex: Marimex Play 003*, © 2021, Praha: Marimex, [online]. [cit. 2021-8-15]. Dostupné z: [https://www.marimex.cz/detske-hriste-marimex-play-003/?gclid=EAIaIQobChMIzuWw1N6z8gIVj-3tCh2lQAF8EAQYASABEgL0SPD\\_BwE](https://www.marimex.cz/detske-hriste-marimex-play-003/?gclid=EAIaIQobChMIzuWw1N6z8gIVj-3tCh2lQAF8EAQYASABEgL0SPD_BwE)

**SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK**

ČR	ČESKÁ REPUBLIKA
ECEAT	EVROPSKÉ CENTRUM PRO EKOAGROTURISTIKU
ETC	EVROPSKÁ KOMISE CESTOVNÍHO RUCHU
IOP	INTEGROVANÝ OPERAČNÍ PROGRAM
IROP	INTEGROVANÝ REGIONÁLNÍ OPERAČNÍ PROGRAM
OSN	ORGANIZACE SPOJENÝCH NÁRODŮ
ROP	REGIONÁLNÍ OPERAČNÍ PROGRAM
UNESCO	ORGANIZACE OSN PRO VZDĚLÁNÍ, VĚDU A KULTURU
UNWTO	SVĚTOVÁ ORGANIZACE CESTOVNÍHO RUCHU
WTTC	SVĚTOVÁ RADA CESTOVÁNÍ A CESTOVNÍHO RUCHU

**SEZNAM OBRÁZKŮ**

Obrázek 1 Subjekty cestovního ruchu .....	20
Obrázek 2 Cestovní ruch jako systém.....	28
Obrázek 3 Bazén Ibiza Family 525.....	54
Obrázek 4 Dětské hřiště.....	55
Obrázek 1 Popisek obrázku .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>

**SEZNAM TABULEK**

Tabulka 1 Spokojenost s kulturní nabídkou 2019 .....	41
Tabulka 2 Kalkulace stavby bazénu .....	54
Tabulka 3 Kalkulace dětské hřiště .....	55
Tabulka 4 Celková kalkulace.....	55