

Možnosti rozvoje města Zlín v oblasti cestovního ruchu

Michal Krčmář

Bakalářská práce
2010



Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta managementu a ekonomiky

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

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Michal KRČMÁŘ**
Studijní program: **B 6202 Hospodářská politika a správa**
Studijní obor: **Veřejná správa a regionální rozvoj**

Téma práce: **Možnosti rozvoje města Zlín
v oblasti cestovního ruchu**

Zásady pro vypracování:

Úvod

I. Teoretická část

- Zhodnoťte hlavní teoretické aspekty problematiky cestovního ruchu a místního rozvoje.

II. Praktická část

- Analyzujte předpoklady a statistické ukazatele cestovního ruchu města Zlín.
- Zhodnoťte hlavní problémy cestovního ruchu města Zlín.
- Navrhněte možnosti rozvoje cestovního ruchu města Zlín.

Závěr

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

Seznam odborné literatury:

- [1] HORNER, S., SWARBROOKE, J. Cestovní ruch, ubytování a stravování, využití volného času: aplikovaný marketing služeb. Praha: Grada Publishing, 2003. 486 s. ISBN 80-247-0202-9.
- [2] KIRÁL'OVÁ, A. Marketing: destinace cestovního ruchu. 1. vyd. Praha: Ekopress, 2003. 173 s. ISBN 80-86119-56-4.
- [3] PALATKOVÁ, M. Marketingová strategie destinace cestovního ruchu: jak získat více příjmů z cestovního ruchu. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2006. 341 s. ISBN 80-247-1014-5.

Vedoucí bakalářské práce: **Mgr. Jiří Novosák, Ph.D.**
Ústav regionálního rozvoje, veřejné správy a práva

Datum zadání bakalářské práce: **6. dubna 2010**

Termín odevzdání bakalářské práce: **21. května 2010**

Ve Zlíně dne 6. dubna 2010

doc. Dr. Ing. Drahomíra Pavelková
děkanka



prof. RNDr. René Wokoun, CSc.
ředitel ústavu

PROHLÁŠENÍ AUTORA BAKALÁŘSKÉ/DIPLOMOVÉ PRÁCE

Beru na vědomí, že

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

Ve Zlíně 11.5.2010



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

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

(2) Disertační, diplomové, bakalářské a rigorózní práce odevzdané uchazečem k obhajobě musí být též nejméně pět pracovních dnů před konáním obhajoby zveřejněny k nahlížení veřejnosti v místě určeném vnitřním předpisem vysoké školy nebo není-li tak určeno, v místě pracoviště vysoké školy, kde se má konat obhajoba práce. Každý si může ze zveřejněné práce pořizovat na své náklady výpisy, opisy nebo rozmnoženiny.

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

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

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

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

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

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

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

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

ABSTRAKT

Cílem mé bakalářské práce je zaměřit se na oblast cestovního ruchu ve městě Zlín, zjistit stav a definovat jeho nedostatky a určit potencionální rozvojové plochy se zaměřením na daný region. V závěru této práce se zabývám vypracováním návrhu a plánu možného budoucího rozvoje cestovního ruchu ve městě Zlín.

Klíčová slova: cestovní ruch, město Zlín, SWOT analýza, strategické dokumenty, plán rozvoje

ABSTRACT

This Bachelor thesis is focused on tourism in the town of Zlín, on identification his state, definition of its weaknesses and potential development areas in the field of tourism. In conclusion, this work consist the koncept and the development plan aimed on the possible future development of tourism in the town of Zlín.

Keywords: tourism, city of Zlín, SWOT analysis, strategy documents, development plan

Chtěl bych upřímně poděkovat Mgr. Novosákovi, PhD. vedoucímu mé bakalářské práce za cenné rady, připomínky a odborné vedení při zpracování bakalářské práce. Dále bych chtěl poděkovat pracovníkům zlínského magistrátu za poskytnutí materiálů a názorů na danou problematiku.

Motto:

„Ze země ke hvězdám nevede vyšlapaná cesta.“

Lucius Annaeus Seneca

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci na téma „Možnosti rozvoje města Zlín v oblasti cestovního ruchu“ zpracoval samostatně, uvedl jsem všechny použité prameny a že odevzdaná verze bakalářské práce a verze elektronická, nahraná do IS/STAG jsou totožné.

Ve Zlíně dne 11. května 2010



Michal Krčmář

OBSAH

ÚVOD	9
I. TEORETICKÁ ČÁST	10
1 VYMEZENÍ POJMU CESTOVNÍ RUCH	11
2 VÝZNAM CESTOVNÍHO RUCHU	14
3 PŘEDPOKLADY CESTOVNÍHO RUCHU	16
4 CESTOVNÍ RUCH V ČESKÉ REPUBLICE	22
4.1 VÝZNAM CESTOVNÍHO RUCHU V ČR	22
4.2 RAJONIZACE CESTOVNÍHO RUCHU	27
4.3 STRATEGIE A NÁSTROJE CESTOVNÍHO RUCHU	30
4.3.1 NÁSTROJE POLITIKY CESTOVNÍHO RUCHU	30
4.3.2 STRATEGICKÉ PLÁNOVÁNÍ	31
4.3.3 STRATEGICKÉ DOKUMENTY V ČR	33
II. PRAKTICKÁ ČÁST	37
5 MĚSTO ZLÍN	38
5.1 PŘÍRODNÍ PŘEDPOKLADY	38
5.2 KULTURNĚ - HISTORICKÉ PŘEDPOKLADY	39
5.2.1 KULTURA, PAMÁTKY, FESTIVALY	40
5.3 REALIZAČNĚ - SELEKTIVNÍ PŘEDPOKLADY	46
6 SWOT ANALÝZA CESTOVNÍHO RUCHU MĚSTA ZLÍN	54
7 STANOVENÍ VIZE, STRATEGIE, PRIORIT A DEFINICE CÍLŮ ROZVOJE CESTOVNÍHO RUCHU VE ZLÍNĚ	57
7.1 NÁVRH HLAVNÍCH ROZVOJOVÝCH PRIORIT MĚSTA ZLÍN	57
8 VLASTNÍ PROJEKT	60
ZÁVĚR	68
SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY	69
SEZNAM POUŽITÝCH INTERNETOVÝCH ZDROJŮ	70
SEZNAM OBRÁZKŮ	71
SEZNAM TABULEK	72

ÚVOD

Při studiu na Univerzitě Tomáše Bati, Fakultě managementu a ekonomiky mne zaujala témata vztahující se k problémům cestování a cestovního ruchu obecně. Vzhledem k tomu, že se jedná o poměrně složitou, zajímavou a dle mého soudu také málo publikovanou oblast, rozhodl jsem se zaměřit ve své bakalářské práci právě na tuto oblast.

Cílem této bakalářské práce je analyzování cestovního ruchu ve městě Zlín, nalezení a definování možného rozvoje v oblasti cestovního ruchu, vypracování návrhu možného rozvoje a vypracování projektu, který bude tento návrh rozvíjet detailněji. Bakalářskou práci jsem rozdělil na část teoretickou, ve které se budu věnovat obecnému popisu cestovního ruchu, kde popíšu základní rozdělení cestovního ruchu, zhodnotím cestovní ruch v České republice.

V praktické části budu analyzovat předpoklady a statistické ukazatele města Zlín, budu se zabývat jeho hlavními přednostmi a nedostatky v oblasti cestovního ruchu a navrhovat plán budoucího rozvoje cestovního ruchu ve městě Zlín, součástí praktické části bude také projekt, jehož cílem je zlepšit oblast cestovního ruchu ve Zlíně pomocí konkrétních opatření.

I. TEORETICKÁ ČÁST

1 VYMEZENÍ POJMU CESTOVNÍ RUCH

Cestovní ruch je průřezovým odvětvím, které zahrnuje nejrůznější služby a je napojeno na mnoho dalších hospodářských činností. Cílem účastníků cestovního ruchu je rekreace, poznávání a navazování kontaktů s lidmi ve svém volném čase. Dle United Nation World Tourism Organisation je cestovní ruch chápán jako souhrn aktivit osob cestujících do míst mimo jejich obvyklé prostředí a pobývajících v těchto místech po dobu ne delší než jeden rok za účelem trávení volného času či jiným účelem (Toušek a kol. 2008). Za cestovní ruch se tedy považuje možnost lidí vycestovat mimo své bydliště, nepatří sem ani přestěhování se, dojíždka do zaměstnání, za studiem, pravidelné cesty do zahraničí či dlouhodobé migrace.

V odborné literatuře můžeme pozorovat různé přístupy rozdělení cestovního ruchu. Například Foret a Foretová (2001) rozdělují cestovní ruch podle účelu (motivu, cíle) cesty, kdy rozlišují:

- Rekreční cestovní ruch s cílem odpočinku
- Kulturně-poznávací cestovní ruch (zaměřený na poznávání historie, kultury a tradic)
- Náboženský cestovní ruch
- Vzdělávací cestovní ruch
- Společenský cestovní ruch (zaměřený na setkávání příbuzných a známých)
- Zdravotní cestovní ruch
- Sportovní cestovní ruch
- Cestovní ruch určený na poznávání přírody (zaměřený na ekoturistiku a na ekologicky šetrné chování k životnímu prostředí)
- Dobrodružný cestovní ruch zaměřený na adrenalinové sporty
- Cestovní ruch zaměřený na obchodní cesty (kongresy, veletrhy)
- Cestovní ruch založený na sjezdech politických stran a mítincích
- Nákupní cestovní ruch
- Specifický cestovní ruch např. vzhledem k cílové skupině (tělesně postižení)

Tento výčet druhů cestovního ruchu podle Foreta a Foretové (2001) však samozřejmě nezahrnuje všechny formy cestovního ruchu, může existovat celá řada dalších různých typů cestovního ruchu, které v něm nejsou uvedeny. Další rozdělení cestovního ruchu popisují i Toušek a kol. (2008), kteří rozdělují cestovní ruch na:

- Kulturně-poznávací cestovní ruch
- Letní rekreace a turistika u vody
- Zimní sporty a rekreace
- Lázeňský cestovní ruch
- Kongresový a veletržní cestovní ruch

Vedle těchto forem cestovního ruchu Toušek a kol. (2008) popisují detailněji také další formy cestovního ruchu (vinařský cestovní ruch, cykloturistický, lovecký cestovní ruch, mototuristický, incentivního cestovního ruchu, který nabízí účastníkům specifický zážitek s cílem povzbudit pracovníky k vyššímu pracovnímu výkonu).

Jiné členění forem cestovního ruchu pak nabízí Wokoun a Vystoupil (1987), kteří vymezili tři základní formy cestovního ruchu:

- Oddychový cestovní ruch, do kterého spadá rekreační, sportovně-turistický, lázeňsko-léčebný a kulturně-poznávací cestovní ruch.
- Zaměstnanecký cestovní ruch, jenž zahrnuje jak profesně zaměřený cestovní ruch tak i kongresovou turistiku.
- Ostatní formy cestovního ruchu, které odrážejí zájmy specifických skupin návštěvníků jako například mládež, senioři.

Wokoun a Vystoupil (1987) také zmiňují význam pojmu rekreace a vysvětlují jeho vliv na cestovní ruch – a sice v případě, že je rekreační činnost vykonávána mimo vlastní místo trvalého bydliště, dochází tak k propojení s cestovním ruchem.

Vedle výše uvedených forem je možné cestovní ruch vymezit podle druhů cestovního ruchu. Toušek a kol.(2008) uvádí mimo následující druhy cestovního ruchu z hlediska různých dalších kritérií:

- Z hlediska místa realizace na domácí cestovní ruch, realizovaný na území jednoho státu a zahraniční cestovní ruch charakteristický pohybem napříč státními hranicemi.

- Z hlediska způsobu a organizace zabezpečení služeb je rozlišován organizovaný a neorganizovaný cestovní ruch. V prvním případě jsou služby zajišťovány prostřednictvím zprostředkujících subjektů (např. cestovních kanceláří), v druhém případě si návštěvník zajišťuje služby z větší části samostatně.
- Podle počtu účastníků cestovního ruchu rozčleňuje cestovní ruch na individuální cestovní ruch, který je charakteristický cestováním jednotlivců nebo malých skupin osob a hromadný (skupinový) cestovní ruch.
- Z hlediska délky účasti na cestovním ruchu lze rozlišit krátkodobý cestovní ruch do 3 dnů a dlouhodobý cestovní ruch trvající nad 3 dny.

Podobně popisuje druhy cestovního ruchu i Wokoun a Vystoupil (1987), kteří rozlišují domácí a zahraniční cestovní ruch, rozlišují volný a vázaný cestovní ruch, rozlišují délku pobytu (na dlouhodobý a krátkodobý cestovního ruchu), popisují způsob a organizační zabezpečení účasti (rozdělení na organizovaný a neorganizovaný cestovní ruch) a časové rozložení cestovního ruchu v průběhu roku, kdy popisují pojmy jako sezónní a celoroční cestovní ruch. Tato rozdělení cestovního ruchu se používají jako metodický základ pro studium a porovnávání například regionálních rozdílů jednotlivých forem cestovního ruchu.

2 VÝZNAM CESTOVNÍHO RUCHU

Cestovní ruch má dopad na taková odvětví jako je doprava, stavebnictví, kultura, maloobchod a na mnohá další odvětví, která vytváří produkty související s poskytováním služeb týkajících se volného času. Přestože v tomto odvětví působí i několik velkých podniků, převládají v něm především malé a střední podniky.

Jedná se o odvětví sektoru služeb, který v ekonomikách některých států představuje až dvoutřetinový podíl na HDP (Koncepce státní politiky cestovního ruchu v České republice na období 2007-2013). „I v rámci služeb, které jako celek vykazují vysokou dynamiku, patří cestovní ruch k rychle rostoucím. Podle odhadů Světové organizace cestovního ruchu (World Tourism Organisation) počet mezinárodních příjezdů dosáhne v roce 2020 téměř 1,6 mld. Z toho se předpokládá 1,2 mld. uskutečněných příjezdů v rámci jednoho kontinentu a 378 mil. Dálkových mezikontinentálních příjezdů, přičemž tyto cesty budou do roku 2020 růst rychlejším tempem.

Nejvíce mezinárodních příjezdů bude i v roce 2020 v Evropě, a to 717 mil. turistů, dále ve východní Asii a Pacifiku 397 mil., v Americe 282 mil. a nejméně v Africe, na Středním Východě a v jižní Asii. Jižní Asie a Pacifik, Asie, Střední Východ a Afrika podle předpokladu zaznamenají rekordní růst přes 5 % ročně, a to ve srovnání s predikci světového průměru 4,1 %. Pro Evropu a Ameriku je předpokládáno nižší než průměrné celosvětové tempo růstu. Evropa si však i přesto zachová nejvyšší podíl světových příjezdů, i když bude tento podíl postupně klesat z 60 % podílu světových příjezdů v roce 1995 na 46 % podíl v roce 2020“ (Koncepce státní politiky cestovního ruchu v České republice na období 2007-2013, s. 5 - 6).

Tab. 1. Vize vývoje příjezdů mezinárodního cestovního ruchu do roku 2020

	Rok	Předpoklad		Podíl (v %)		Průměrné roční tempo růstů (v %)
	1995	2010	2020	1995	2020	
	V milionech			1995	2020	1995-2020
Svět	565	1006	1561	100	100	4,1
Afrika	20	47	77	3,6	5	5,5
Amerika	110	190	282	19,3	18,1	3,8
Východní Asie a Pacifik	81	195	397	14,4	25,4	6,5
Evropa	336	527	717	59,8	45,9	3,1
Střední Východ	14	36	69	2,2	4,4	6,7
Jižní Asie	4	11	19	0,7	1,2	6,2

Zdroj: Koncepce státní politiky cestovního ruchu v České republice na období 2007 - 2013

„Objemem tržeb v mezinárodním obchodě se cestovní ruch řadí na třetí místo mezi hospodářskými odvětvími za obchod s ropou a obchod s automobily (UNWTO). V 83 % zemí světa se odvětví cestovního ruchu řadí mezi pět odvětví s největším podílem na vývozu zboží a pro 38 % zemí světa pak představuje odvětví cestovního ruchu největší zdroj devizových příjmů. Do roku 2020 předpokládá Světová organizace cestovního ruchu roční tempo růstu počtu cest do zahraničí 4,1 % což je více jak předpokládaný 3 % maximální růst světového hospodářství“ (Koncepce státní politiky cestovního ruchu v České republice na období 2007-2013, s. 5 - 6).

Z uvedených údajů je tedy jasně zřejmé, že cestovní ruch má značný vliv na celou ekonomiku států. Cestovní ruch se stal významným společenským, kulturním i ekonomickým fenoménem druhé poloviny 20. století. Lidé cestují a to ve stále větším měřítku. Přispívají k tomu nejen změny v životním stylu, rozvoj dopravy a komunikačních spojení, rozvoj automobilismu, ale i změny v politickém a ekonomickém stavu světových regionů. Předpokládá se, že rozvoj mezinárodního cestovního ruchu bude v neztenučené míře pokračovat i v příštích letech s tím, že postupně, v souladu s rozvojem dopravních možností, se bude zvyšovat podíl nových regionů na cestovním ruchu jako zájmových oblastí cestovního ruchu.

V současné době si v oblasti mezinárodního cestovního ruchu hlavní trhy stále více konkurují, protože stále více států a oblastí oprávněně považuje cestovní ruch za ekonomicky výhodný, neboť nejen zajišťuje vyšší zaměstnanost a vytváří nová pracovní místa, ale zajišťuje i příjmy podnikatelům v oblasti cestovního ruchu a navazujících odvětví, podporuje investiční aktivity, ale také ovlivňuje platební bilanci příslušného státu. Díky cestovnímu ruchu se návštěvníci různých destinací cestovního ruchu seznamují s hodnotami a kulturním dědictvím, cestovní ruch zároveň přispívá k lepšímu porozumění mezi lidmi a k rozvoji regionů.

3 PŘEDPOKLADY CESTOVNÍHO RUCHU

Existence a rozvoj cestovního ruchu jsou podmíněny přítomností vhodného potenciálu v dané oblasti. Tento potenciál shrnují předpoklady cestovního ruchu, které shrnují a posuzují možnosti využití industriálního, přírodního či kulturního dědictví v cestovním ruchu v daném regionu, jak popisuje Mirvald (1996). Dle Mirvalda (1996) se hodnotí zejména poloha území, reliéf, klima, vodstvo, rostlinstvo živočišstvo, kulturně-historické pamětihodnosti, sídelní a demografické charakteristiky, ekonomická situace, komunikační poměry, materiálně-technická základna cestovního ruchu. Hodnocení těchto předpokladů umožňuje diferencovat krajinu na základě jejího potenciálu pro cestovní ruch. Při hodnocení se vychází z analýzy jednotlivých komponent. Zvláště se hodnotí:

a) Selektivní (výběrové) předpoklady – Selektivní faktory umožňují využít předpoklady cestovního ruchu v konkrétních oblastech. Toušek a kol. (2008) vymezují selektivní faktory jako faktory, které uvádí v činnost rekreační a turistické procesy, přičemž pro cestovní ruch hraje zásadní význam z hlediska rozdílné účasti obyvatelstva na cestovním ruchu. Selektivní předpoklady tedy shrnují preference společnosti k účasti na cestovním ruchu, dokumentují způsobilost obyvatelstva účastnit se cestovního ruchu, ze selektivních předpokladů lze určit či odhadnout, jaký typ účastníků cestovního ruchu se bude na cestovním ruchu podílet (= kdo cestuje). Selektivní předpoklady se dělí na:

- Demografické – zahrnují hustotu a věkovou strukturu obyvatelstva, pohlaví (více cestují mladí a muži, svobodní, rodiny s málo dětmi, u některých forem cestovního ruchu je zase výrazná preference staršího obyvatelstva)
- Urbanizační – zahrnují stav osídlení, jak se mění typ osídlení, velikost a hustota sídel (více cestují obyvatelé větších měst, hustěji osídlených a průmyslových), jejich zástavba, bytový fond
- Socioekonomické – zde se zkoumá ekonomická aktivita, příjem (majetek stimuluje k cestování), sociální příslušnost, zahrnuje i vlastnictví obydlí
- Politické – popisují stabilitu země, zda na území probíhají války, shrnuje bezpečnostní situaci
- Ekologické – popisuje stav životního prostředí a jeho očekávaný vývoj

- Personální a administrativní – zahrnuje odbornost vedení a zaměstnanců, kvalitu a rozsah služeb, vízovou politiku, pasové a celní nástroje

2) Lokalizační předpoklady – „Lokalizační předpoklady vyjadřují schopnost krajiny poskytovat hodnoty vhodné pro jednotlivé formy cestovního ruchu. Všechny přírodní složky působí ve vzájemné interakci v daném rekreačním prostoru. Z prostorového hlediska se sleduje okolní prostředí ve střediscích cestovního ruchu a ve velkých městech“ (Mirvald, 1996, str. 17). Způsobů, jak rozčlenit tyto předpoklady, je více. Nejschůdnější možnost je členění na přírodní předpoklady, kulturně-historické a ostatní lokalizační předpoklady dle Mirvalda (1996):

A) Přírodní předpoklady - „Tyto předpoklady umožňují regeneraci fyzických i duševních sil, neboť přinášejí změny životních stereotypů civilizované společnosti“ (Mirvald, 1996, str. 17). Mirvald (1996) uvádí, že v těchto předpokladech jsou sledovány především vlastnosti reliéfu, vodstvo, klimatické podmínky a biosféra a blíže tyto složky také specifikuje, uvádí také, že tyto podmínky mění svoji hodnotu pro cestovní ruch v různých ročních obdobích. „Vlastnosti přírodního prostředí a jejich vzájemné vazby udávají kvalitu daného území“ (Mirvald, 1996, str. 17), tedy jak uvádí Mirvald (1996), přírodní podmínky hrají většinou nejdůležitější roli při určování funkčního využití daného území. Zkoumá se hlavně:

- **Reliéf** - základní strukturální prvek přírodních rekreačních zdrojů, zohledňuje povrchové tvary reliéfu (morfologický charakter krajiny), zahrnuje makroformy i mikroformy (velehory, vrchoviny, nížiny, pobřeží), expozice (sjezdovka nebo pláž), sklonitost (lyžování nebo pěší turistika), reliéf navíc podmiňuje výskyt a lokalizaci řady ostatních přírodních rekreačních prvků např. říční sítě, vegetačního krytu, ale i hospodářského využití území, rozmístění sídel. Přitažlivost pro cestovní ruch závisí na pestrosti reliéfu, na různorodosti krajiny (pestřejší reliéf s velkou energií má příznivější předpoklady na využití krajiny z aspektu cestovního ruchu než monotónní reliéf s malou energií), jak uvádí Mirvald (1996), základní charakteristiky reliéfu ovlivňující výskyt cestovního ruchu jsou:

- Nadmořská výška území
- Relativní výšková členitost
- Střední úhel sklonu reliéfu (údaje jsou důležité zejména pro turistiku a lyžování)

- Expozice reliéfu (ovlivňuje například trvání sněhové pokrývky, charakter vegetace)
- Výskyt kontrastních forem reliéfu, které jsou atraktivní z hlediska cestovního ruchu (výrazné vrcholy, vodopády, jeskyně, kaňony, skalní města, krasové planiny, hřbety)
- Estetická hodnota pohledů do krajiny (nelze ji hodnotit zcela jednotně)

Na základě všech těchto kritérií lze reliéf vyhodnotit jako:

- Reliéf málo atraktivní - většina nížinných oblastí, monotónní krajina bez výraznějších výškových rozdílů, výjimku z tohoto pravidla tvoří ojediněle chráněné přírodní útvary geneticky vysázené na přesypové písky (Polabí, Povodí Lužnice, dolní tok Moravy)
- Reliéf částečně atraktivní - charakterizovaný větší členitostí terénu
- Reliéf atraktivní - všechna vysoká pohoří
- **Klima** – zkoumá se průměrná teplota, počet letních, srážkové poměry a jejich sezónní a denní chod, počet dní se sněhovou pokrývkou, délka slunečního svitu. Základní charakteristiky klimatu ovlivňující výskyt cestovního ruchu jsou teplota vzduchu (+) sněhová pokrývka (+) sluneční svit (+) mlhy (-) větrnost (-) srážky (0) klimatické inverze (změna klimatu) (-). Klima můžeme na základě těchto charakteristik hodnotit jako:
 - Klima mimořádně příznivé - letním obdobím teplé a bezoblačné, v zimě mírně mrazivé, málo oblačné, se sněhovou pokrývkou
 - Klima vhodné - střídavě jasno, ale jsou vhodné podmínky pro pobyt v přírodě, v zimě zamračené, ale s dostatečnou sněhovou pokrývkou
 - Klima málo vhodné
- **Vodstvo** – jak uvádí Mirvald (1996), hydrologické podmínky mají jeden z rozhodujících vlivů na lokalizaci, určení rozsahu, intenzity a směru turistických proudů a rekreačních pobytů (např. v ČR je více než 40 % rekreačních ubytovacích základny soustředěno kolem vodních ploch a toků, v Chorvatsku více než 75 % ubytovacích kapacit leží u moře a region je tak více atraktivní pro turisty, atd.). Podle atraktivnosti z hlediska cestovního ruchu, můžeme vodstvo komplexně hodnotit jako:

- Hydrologické prvky s celostátním významem - mořské pláže, rekreačně významná jezera, umělé vodní nádrže, dravé vodní toky pro náročné vodácké sporty a termální prameny
 - Hydrologické prvky s regionálním významem
 - Hydrologické prvky s lokálním významem (zatopené lomy, doly, těžební lokality)
- **Biosféra** – fauna, flóra a ostatní prvky, které významně ovlivňují krajinný ráz a tedy i přitažlivost krajiny pro rekreaci a cestovní ruch (např. pozitivní působení na návštěvníky v případě neznečištěného ovzduší škodlivými emisemi)

B) kulturně-historické předpoklady – „Obohacují funkci sídel na rekreační (kromě funkce např. sídelní nebo výrobní), jsou částečně vázané na systém osídlení“ (Mirvald, 1996, str. 17), řadí se sem:

- Národní kulturní památky – nejvýznamnější objekty s vysokým stupněm atraktivnosti pro cestovní ruch
- Památkové rezervace
- Urbanistické památky - architektonické zvláštnosti sídel
- Parky a zahrady - nacházející se v okolí zámků, ve městech
- Historické stavby - hrady, zámky, zříceniny
- Historické památky – pamětní domy, památníky, pomníky, pamětné desky

C) Ostatní lokalizační předpoklady

- Církevní stavby – kostely, kláštery, kaple, poutní místa
- Zajímavá civilizační díla – zejména památky technického typu
- Lázeňská místa – vzniklá na přírodních léčivých zdrojích
- Velkoměsta, historie

3) Realizační předpoklady - zabezpečují účast na cestovním ruchu v prostorech, které mají vhodné lokalizační předpoklady, umožňují realizovat zájem o cestovní ruch. Realizační předpoklady cestovního ruchu nám mohou dát podrobný náhled o stavu a možnostech rozšíření cestovního ruchu ve zkoumaném území a to v oblastech - komunikačních

směrů a materiálně - technické základně cestovního ruchu. Realizační předpoklady také částečně zmiňuje Hrala (2005), který je označuje jako realizační podmínky a řadí je jako součást lokalizačních faktorů. Hrala (2005) tak také rozlišuje dva úzce vymezené typy realizačních podmínek v podobě dopravní infrastruktury a ubytovacích a stravovacích zařízení.

a) Materiálně - technická základna cestovního ruchu – materiálně - technická základna cestovního ruchu studuje ubytovací a stravovací služby, sportovní, kulturní, zábavní podle:

- Rozmístění
- Stavů
- Struktur (kategorizace zařízení)
- Kapacity (počet lůžek, pokojů)

Materiálně - technická základna cestovního ruchu zahrnuje:

- **Ubytovací zařízení:** autokempinky, hotely, horské chaty, motely, botely, podnikové chaty, chaty, rekreační chalupy, stanové tábory, ubytovací hostince, zotavovny, ubytování v soukromí
- **Stravovací zařízení:** jídelny, restaurace, hostince, bufety, automaty, grily, kavárny, vinárny, pivnice, cukrárny
- **Sportovně rekreační zařízení:** přístavy, loděnice, letiště, lyžařské vleky a lanovky, lyžařské trasy a můstky, hřiště, bazény, kluziště, tělocvičny, speciální sportovně rekreační plochy a zařízení
- **Ostatní zařízení:** prodejny potravin, půjčovny sportovních potřeb a různá hospodářská a administrativní zařízení (např. benzinové stanice, autoopravny, cestovní, informační a dopravní kanceláře a agentury)

b) Komunikační předpoklady – zahrnují oblasti jako:

- Dopravní sítě, rozmístění komunikačních sítí, systém dopravy, dostupnost území
- Dostupnost středisek cestovního ruchu

- Kvalita přepravy (zpoždění, čas na zastávkách, pohodlí) a možnosti volby přepravy (na krátké vzdálenosti - silniční doprava, střední - železniční, velké vzdálenosti - letecké doprava)

4 CESTOVNÍ RUCH V ČESKÉ REPUBLICE

4.1 Význam cestovního ruchu v ČR

Jak popisují Toušek a kol. 2008, cestovní ruch je definován jako aktivita lidí cestujících do místa a pobývajících v místě mimo své obvyklé prostředí po dobu ne delší než jeden rok za účelem trávení volného času, obchodu a jinými účely nevztahujícími se k činnosti, za kterou jsou z navštíveného místa odměňováni. Jedná se o aktivitu, která se zejména v poslední čtvrtině tohoto století velmi rozšířila a stala se ekonomickým a společenským fenoménem. Statistické informace o povaze, vývoji a důsledcích cestovního ruchu jsou založené hlavně na statistikách o příjezdech, počtu přenocování, na informaci o platební bilanci a podílu cestovního ruchu na HDP.

„Podle výzkumů World Travel & Tourism Council (WTTC, 2004), jejichž výstupem jsou tzv. fiktivní satelitní účty cestovního ruchu, vytváří sektor cestovního ruchu v České republice hodnoty v objemu 67,5 mld. Kč (2,45% HDP) a zaměstnává 122 tis. osob (2,6% na celkové zaměstnanosti). Bereme-li v úvahu i nepřímé efekty cestovního ruchu, pak objem produktu cestovního ruchu činí 377,9 mld. Kč (13,7%) a na zaměstnanosti se podílí 12,9% (608 tis. zaměstnaných osob).

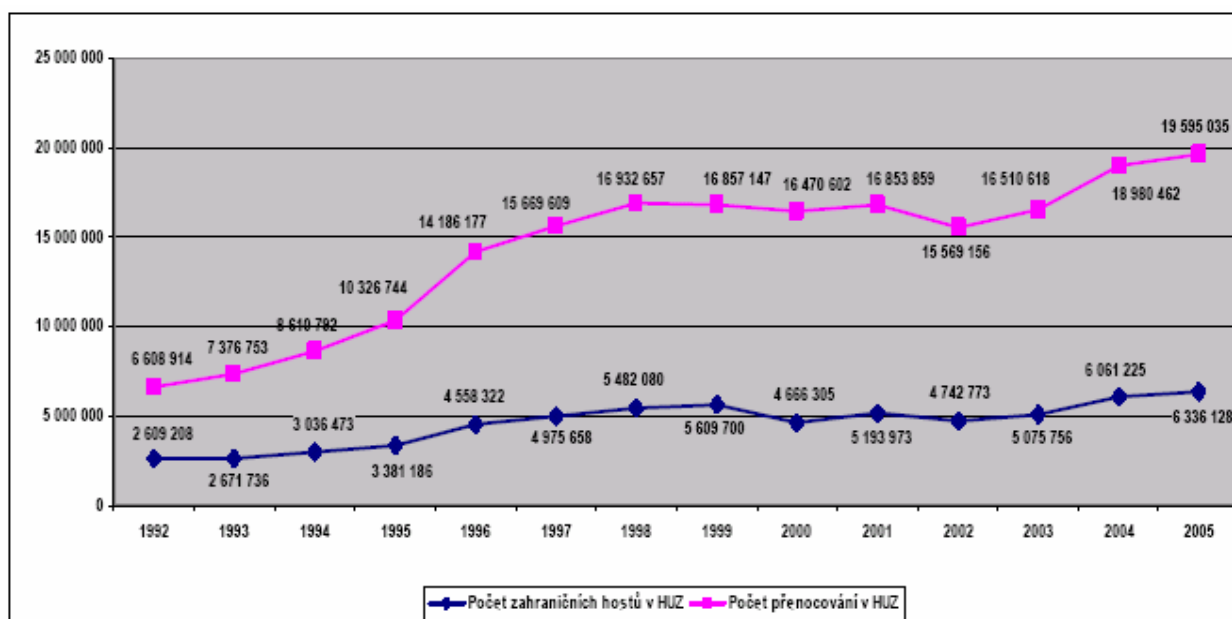
Význam cestovního ruchu můžeme také deklarovat na výši devizových příjmů ČR z aktivního zahraničního (příjezdového) cestovního ruchu. V roce 2006 již počtvrté tyto příjmy překročily hranici 100 mld. Kč, nicméně se stále nedostaly na úroveň roku 2000, resp. 2001. Devizové příjmy z cestovního ruchu pozitivně ovlivňují platební bilanci ČR, zejména bilanci služeb. Pozitivní saldo devizových příjmů z cestovního ruchu (53 mld. Kč v roce 2006) zajišťuje kladnou bilanci služeb (podíl devizových příjmů z cestovního ruchu ve stejném roce činil 38 % všech devizových příjmů ze služeb) a přispívá tak k nižšímu deficitu platební bilance. Z hlediska vývoje lze pozorovat klesající význam devizových příjmů z cestovního ruchu na základních makroekonomických veličinách. Jde především o podíl na HDP, který od roku 1996 kontinuálně klesá. V roce 2006 představoval podíl devizových příjmů z cestovního ruchu na tvorbě HDP cca 3,5 % (v roce 1996 to bylo 6,6 %).

Obdobný vývoj můžeme sledovat i u podílu devizových příjmů z cestovního ruchu na exportu. Tento vývoj je zapříčiněn zlepšujícím se stavem národního hospodářství (růst HDP, zlepšující se exportní schopnost ekonomiky) a stagnací sektoru cestovního ruchu. Na zá-

kladě předběžných výsledků ze satelitního účtu cestovního ruchu ČR za období 2003 – 2005 dosáhl v roce 2005 podíl cestovního ruchu na HDP 3,1 % (na HPH 2,8 %). V roce 2005 si ČR jako cíl své cesty zvolilo 23,4 mil. návštěvníků, počet ubytovaných zahraničních turistů se zvětšil na 6 336 128 v roce 2005. Turisté z toho představují zhruba 39 % všech návštěvníků a v roce 2005 jich do ČR přijelo 9,0 mil. Spotřeba příjezdového cestovního ruchu v tomto roce dosáhla 121,8 mld. Kč. Podle výsledků ČSÚ tvořil sektor Ubytování a stravování, který nejvíce charakterizuje odvětví cestovního ruchu, v roce 2006 podíl 1,9 % na HPH (= hrubá přidaná hodnota) ČR (2,1 % v roce 2005) a pracovalo v něm 175,5 tis. osob, což představovalo podíl 3,6 % na celkové zaměstnanosti (v roce 2005 rovněž 3,6 %). Úroveň nominálních mezd v tomto sektoru je hluboko pod průměrem ČR, tempo jejich růstu v sektoru dokonce zaostává za tempem růstu mezd v ČR. V roce 2006 průměrná měsíční mzda na jednu fyzickou osobu v rámci sektoru ubytování a stravování byla 14 103 Kč, zatímco průměrná mzda v ČR dosahovala hodnoty 20 211 Kč. Pro národní ekonomiku je rovněž významný domácí cestovní ruch.

Dle údajů ČSÚ byly dlouhodobě výdaje českých turistů cestujících do zahraničí na vyšší úrovni než jejich výdaje při cestování v ČR. V roce 2005 došlo ke zlomu - útraty v ČR představovaly hodnotu 8,69 mld. Kč a v zahraničí 7,79 mld. Kč. Další zvýšení výdajů českých turistů na domácí cestovní ruch zvyšuje příjmy podnikatelského sektoru na úkor pasivního cestovního ruchu a pozitivně tak ovlivňuje platební bilanci ČR“ (Koncepte státní politiky cestovního ruchu v České republice na období 2007-2013, s. 5 - 6).

Obr. 1: Zahraniční hosté v hromadných ubytovacích zařízeních za rok 1992 - 2005



Zdroj: Český statistický úřad, 2005

Tab. 2. Devizové příjmy cestovního ruchu a výdaje na cestovní ruch za roky 1992 – 2005

Ukazatel (v mld. USD)	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998
Devizové příjmy	1,1	1,6	2,2	2,9	4,1	3,6	3,9
Devizové výdaje	0,5	0,5	1,6	1,6	3,0	2,4	1,9
Bilance	0,6	1,1	0,6	1,3	1,1	1,2	2,0
Ukazatel (v mld. USD)	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Devizové příjmy	3,2	3,0	3,1	2,9	3,6	4,2	4,6
Devizové výdaje	1,5	1,3	1,4	1,6	1,9	2,3	2,4
Bilance	1,7	1,7	1,7	1,4	1,6	1,9	2,2

Zdroj: Česká národní banka, 2005

Tab. 3. Podíl cestovního ruchu na hlavních makroekonomických indikátorech v evropských zemích – rok 2004

	Podíl CR na HDP	Podíl CR na zaměstnanosti	Podíl CR na exportu
Svět	10,60	8,30	12,00
EU	11,27	11,98	13,02
ČR	13,74	12,89	13,27
Belgie	10,17	10,84	8,94
Dánsko	9,05	9,02	8,52
Estonsko	21,28	18,59	15,14
Finsko	9,99	10,56	6,66
Francie	12,34	14,8	20,13
Irsko	8,89	8,08	5,4
Itálie	11,14	11,95	13,06
Kypr	23,08	29,51	46,31
Litva	8,9	7,55	12,99
Lotyšsko	6,64	5,66	6,96
Lucembursko	10,06	11,91	7,32
Maďarsko	9,16	8,74	7,56
Malta	28,24	34,74	22,65
Německo	9,38	10,18	12,24
Nizozemí	9,29	9,05	8,01
Polsko	7,82	7,26	11,59
Portugalsko	16,9	19,84	20,6
Rakousko	16,4	18,12	16,45
Řecko	14,68	16,65	33,29
Slovensko	12,27	10,9	11,29
Slovinsko	12,42	14,4	13,43
Španělsko	18,65	20,28	24,14
Švédsko	7,77	7,37	8,49
Velká Británie	9,96	9,2	11,05
Bulharsko	15,65	13,36	20,31
Chorvatsko	18,72	22,35	33,91
Norsko	8,68	10,62	9,91
Švýcarsko	14,14	18,34	9,49

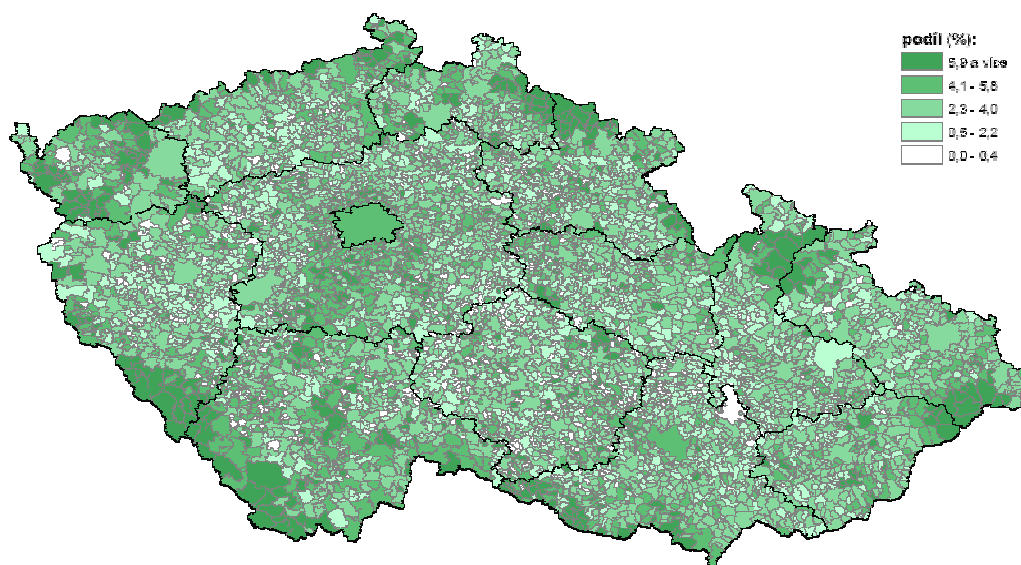
Zdroj: WTTC, 2004

Tab. 4. Vývoj devizových příjmů z mezinárodního cestovního ruchu v ČR – 1993 - 2005

Rok	Devizové příjmy z CR v mld. Kč	HDP v mld. Kč	Podíl devizových příjmů z CR na HDP v %	Podíl devizových příjmů z CR na devizových příjmech ze služeb celkem v %	Podíl devizových příjmů z CR na exportu v %
1993	45,4	1020,3	4,4	33,0	11,0
1994	64,2	1182,8	5,4	43,2	14,0
1995	76,3	1466,5	5,2	42,8	13,4
1996	110,6	1683,3	6,6	49,8	18,6
1997	115,7	1811,1	6,4	50,9	16,3
1998	124,9	1996,5	6,3	50,6	15,0
1999	109,1	2080,8	5,2	44,8	12,0
2000	115,1	2189,2	5,3	43,5	10,3
2001	118,1	2352,2	5,0	43,8	9,3
2002	96,3	2464,4	3,9	41,7	7,7
2003	100,3	2577,1	3,9	45,8	7,3
2004	107,2	2781,1	3,9	43,1	6,2
2005	110,9	2931,1	3,7	43,0	5,9

Zdroj: Český statistický úřad, Česká národní banka, CzechTourism, 2005

Obr. 2: Zaměstnanost v pohostinství a ubytování 2001



Zdroj: Atlas cestovního ruchu ČR; MMR ČR, 2006

„Česká republika je významnou evropskou turistickou destinací založenou na atraktivitě svých historických památek, přírodních krás a zajímavostí, kultury jakož i na významném postavení městského cestovního ruchu. Rozhodující nabídku cestovního ruchu ČR je možné členit do následujících tematických oblastí:

- Městský a kulturní cestovní ruch
- Dovolena v přírodě
- Sportovní a aktivní dovolená
- Lázeňský cestovní ruch
- Kongresový a incentivní cestovní ruch

V zemi se nachází množství historických, kulturních a technických památek, včetně památek zapsaných do seznamu UNESCO. Existuje hustá a dobře značená síť vzájemně propojených turistických stezek a tras. ČR se rovněž uplatňuje na trhu cestovního ruchu svou nabídkou nových produktů jako např. městského, kongresového a incentivního cestovního ruchu, sportovní turistiky a cykloturistiky, kulturního cestovního ruchu a širokého souboru produktů, které jsou šetrné k přírodě. Dobré podmínky v ČR nabízí rovněž venkovský cestovní ruch se svými produkty - agroturistika, ekoagroturistika, ekoturistika apod. Nabídka v oblasti cestovního ruchu je využitelná a je směřována jak pro příjezdový, tak domácí cestovní ruch“ (Koncepce státní politiky cestovního ruchu v České republice na období 2007-2013, s. 4).

4.2 Rajonizace cestovního ruchu

Základním nástrojem v oblasti cestovního ruchu je turistická rajonizace, která geograficky vymezuje a definuje destinace cestovního ruchu. Rajonizace tvoří rámec pro všechny další marketingové aktivity, především tvorbu turistických produktů, prezentaci území na veletrzích, vydávání propagačních materiálů i certifikaci tradičních regionálních produktů.

Pro zkoumání vztahů a aktivit v samotném odvětví cestovního ruchu je důležité adekvátní vymezení jeho územních i organizačních struktur. V přístupech k územnímu členění bývá nejčastěji identifikován tzv. region cestovního ruchu, který je definován jako jeden z typů regionů, který může být vymezen jako homogenní (území relativně homogenní z hlediska předpokladů pro realizaci cestovního ruchu – atraktivit a úrovně infrastruktury cestovního

ruchu) nebo jako heterogenní region. Jako názorný příklad vymezení homogenních regionů bývá uváděna Rajonizace cestovního ruchu ČSR z roku 1962 a její aktualizace z roku 1981. Naopak heterogenním regionem se může stát například středisko zimních sportů, představující lyžařský areál a jeho infrastrukturní zařízení (CzechTourism 2010).

Odlišný přístup, spíše marketingového pojetí, představuje rajonizace cestovního ruchu České republiky, která byla v letech 1998 až 1999 iniciováno Českou centrálou cestovního ruchu, kde hlavní kritérium spočívá v organizačně-ekonomických vazbách, v ochotě obcí a mikroregionů daného regionu komunikovat a spolupracovat na společném marketingu a rozvoji infrastruktury cestovního ruchu.

Celkem bylo pomocí této rajonizace cestovního ruchu na území České republiky vymezeno 15 turistických regionů (CzechTourism 2010). Jejich hlavní význam spočívá v možnosti ucelené prezentace země, která nabízí souhrn turistických produktů reprezentovaných jednotlivými turistickými regiony. Mají sloužit nejen prezentaci Česka v zahraničí, ale i podpoře domácího cestovního ruchu. Turistické regiony většinou nekorespondují s územněsprávním členěním. Turista se totiž nezajímá o administrativní hranice, ale o určité kompaktní území poskytující možnosti provozování specifických aktivit pro daný turistický region. V každém turistickém regionu byl ustanoven koordinátor cestovního ruchu, který mimo jiné zabezpečuje oboustrannou komunikační vazbu s CzechTourism. Koordinátoři se podílejí na sjednocování marketingové činnosti subjektů cestovního ruchu v regionech. Výsledkem činnosti je tvorba propagačních tiskovin za celý region, vznik společných regionálních expozic na zahraničních i domácích výstavách a veletrzích, vznik regionálních internetových prezentací, vznik nových regionálních turistických produktů. Turistické regiony jsou pevně začleněny v Programech rozvoje cestovního ruchu krajů a regionů (CzechTourism 2010). Turistické regiony se mohou dělit na menší území turistické oblasti. Tyto oblasti slouží především pro domácí cestovní ruch. Město Zlín je součástí turistické oblasti Zlínsko, která spadá pod turistický region Jižní Morava.

Obr. 3: Turistické regiony České republiky



Zdroj: CzechTourism, 2010

Obr. 4: Turistické oblasti České republiky



Zdroj: CzechTourism, 2010

4.3 Strategie a nástroje cestovního ruchu

4.3.1 Nástroje politiky cestovního ruchu

Nástroje politiky cestovního ruchu, které jsou využívány k dosažení příslušných cílů, ovlivňují tyto cíle hned dvojím způsobem (CzechTourism 2010). Za prvé jej ovlivňuje vhodně zvolený nástroj či kombinace nástrojů pro dosažení daného cíle, soulad a přiměřenost cíle a nástrojů. Za druhé, použitelné nástroje omezují možnosti racionální volby cíle a vyžadují tzv. kompatibilitu cílů a nástrojů. Nástroje, které politika cestovního ruchu využívá pro dosažení svých cílů, mohou být dvojího typu:

- Nástroje působící na turistické veličiny přímo a účelně

- Nástroje působící zprostředkovaně (souvislost cestovního ruchu s jinými odvětvími národního hospodářství, např. územní plánování, životní prostředí apod.)

Dále rozlišujeme nástroje:

- Ekonomické
- Právní (= legislativa – např. zařazení živnosti provozování cestovní kanceláře a průvodcovská činnost do živností ohlašovacích volných)
- Sociálně - komunikativní

Nejvýznamnější jsou nástroje ekonomické. Patří zde např. finanční podpora z veřejných prostředků s přesným cílem použití, záruky na bankovní kredity, bezúročné půjčky, marketingové organizace na národní úrovni - v České republice se o tuto oblast stará Agentura CzechTourism, která má na starosti zejména rozšíření zahraničních zastoupení pro propagaci v zahraničí, marketingové aktivity, tvorba a údržba informačních systémů. Mimo jiné zde řadíme daňová zvýhodnění jako je snížená sazba DPH na ubytovací a stravovací služby, což je velmi často používaným nástrojem v evropských zemích. Všechny tyto nástroje mají či mohou mít vliv na stav a rozvoj cestovního ruchu ČR (CzechTourism 2010).

4.3.2 Strategické plánování

Strategické plánování je systematické řízení jakékoliv organizace (např. instituce, podniku nebo města) zaměřené na to, aby tato organizace dlouhodobě naplňovala svůj hlavní účel či smysl. Tedy například, aby instituce plnila to, kvůli čemu byla zřízena, aby podnik dosahoval maximálního zisku nebo aby se lidem ve městě dobře žilo. Tohoto cíle dosahuje organizace tím, že mobilizuje a co nejefektivněji využívá všechny vlastní zdroje a včas a správně reaguje na změny v okolním prostředí. Ve světě je takto strategické plánování používáno úspěšně od první poloviny šedesátých let. Nejprve v komerčních podnicích a od osmdesátých let i ve městech. Strategické plánování se od ostatních druhů plánování liší tím, že:

- řeší problémy dlouhodobě a komplexně,
- pomáhá dosáhnout konsensu v hlavních otázkách, které je nutné řešit,
- umožňuje optimálně využívat zjevné i skryté lidské, finanční a další zdroje,
- neodvozuje dlouhodobé cíle od stávající podoby organizace, ale naopak od dlouhodobých cílů odvozuje žádoucí podobu organizace, neomezuje se jen na plánování

budoucí podoby a cílu organizace, ale zahrnuje i reagování na budoucí vývoj vnějšího prostředí.

Strategický plán představuje ucelenou sadu standardních, prakticky ověřených kroků a nástrojů řízení změn v organizaci a zároveň i samotný proces řízení těchto změn, který zahrnuje přesné určení žádoucího směru změn, stanovení přesného postupu provádění těchto změn, vlastní provádění změn v praxi i průběžné sledování a vyhodnocování jejich průběhu a výsledku.

Strategický plán je také prostředkem k maximálnímu využití potenciálu (zpracované dokumenty, lidské zdroje), k posílení jeho schopnosti absorbovat finanční prostředky Evropské unie (a tím i zvýšit jeho konkurenceschopnost v tomto směru) a díky tomu získat co nejvíce těchto prostředků na realizaci projektu, které přispějí k naplnění stanovených cílů. Kroky a nástroje strategického plánování:

- formulace vize (žádoucího cílového stavu, společně sdílené představy o tom, jak má region v budoucnosti v ideálním případě vypadat)
- definice klíčových oblastí (vymezení oblastí, které mají klíčový význam pro naplnění vize)
- SWOT analýza (porovnání silných a slabých stránek města s vnějšími příležitostmi a hrozbami pro naplnění vize)
- stanovení globálních cílů (hlavních dlouhodobých tendencí vývoje v jednotlivých klíčových oblastech, na něž se zaměří úsilí k naplnění vize)
- stanovení opatření (souboru podoblastí v jednotlivých klíčových oblastech)
- formulace specifických cílů (konkretizace jednotlivých strategických cílů)
- zpracování akčních plánů (stanovení konkrétních úkolů nebo projektu nutných pro realizaci dílčích cílů, včetně termínu, odpovědnosti a podmínek nezbytných pro jejich splnění)
- zajištění zpětné vazby (volba ukazatelů, kritérií hodnocení průběhu a výsledku uskutečňování strategických cílů a založení monitoringu, systému měření a vyhodnocování průběhu a výsledku uskutečňování cílů strategického plánu)

- adaptace (aktualizace strategického plánu na základe předchozího průběhu a výsledku a na základe změn vnitřních a vnějších faktorů, které mají na dlouhodobý rozvoj města vliv)

Strategického plánování se také využívá při tvorbě koncepčních dokumentů zaměřených na cestovní ruch a jeho rozvoj, jak zmiňuje Palatková (2006).

4.3.3 Strategické dokumenty v ČR

Zásadním strategickým dokumentem, který definuje strategii v oblasti cestovního ruchu je Koncepce státní politiky cestovního ruchu v České republice na období 2007 – 2013.

Koncepce státní politiky cestovního ruchu v ČR na období 2007 – 2013

„Návrh Koncepce státní politiky cestovního ruchu v České republice na období 2007 – 2013 definuje následující strategické cíle udržitelného cestovního ruchu v České republice:

- Posílení postavení cestovního ruchu v národním hospodářství (růstu absolutní výše HDP vytvořeného cestovním ruchem, zvýšení zaměstnanosti v cestovním ruchu, podpora podnikání - především malého a středního podnikání v cestovním ruchu).
- Růst konkurenceschopnosti cestovního ruchu České republiky v evropském prostoru (měřený mj. růstem výdajů zahraničních turistů v ČR).
- Růst objemu pobytového cestovního ruchu v České republice (včetně růstu objemu domácího cestovního ruchu).
- Zachování kvality přírodního prostředí a složek životního prostředí, jež jsou v oblasti cestovního ruchu využívány a mohou být rozvojem cestovního ruchu ovlivněny.

V návaznosti na tyto cíle obsahuje návrh Koncepce státní politiky cestovního ruchu v České republice na období 2007 – 2013 tyto priority rozvoje cestovního ruchu:

Priorita 1: Podpora tvorby konkurenceschopných národních a regionálních produktů cestovního ruchu

Priorita 2: Podpora budování a zkvalitňování infrastruktury a služeb cestovního ruchu

Priorita 3: Marketingová podpora cestovního ruchu a rozvoj lidských zdrojů

Priorita 4: Podpora budování a vytváření organizační struktury cestovního ruchu“ (Koncepte státní politiky cestovního ruchu v ČR na období 2007 – 2013, s. 16 - 17)

Státní politika životního prostředí ČR pro období 2004 – 2010

Dokument Státní politika životního prostředí ČR pro období 2004 – 2010 konstatuje, že právě kvalitní životní prostředí zvyšuje atraktivnost a tedy i konkurenceschopnost cestovního ruchu pro podnikatelské a další subjekty a vytváří tím podmínky pro zlepšení celkové kvality života obyvatel České republiky (Státní politika životního prostředí ČR pro období 2004 – 2010).

Politika územního rozvoje

Z Politiky územního rozvoje České republiky na rok 2008 mimo jiné vyplývá, že se má podporovat rozvoj cestovního ruchu zejména v rámci vymezených rozvojových oblastí, kterými jsou Praha, Ostrava, Brno, Hradec Králové/Pardubice, Plzeň, Ústí nad Labem, Liberec, Olomouc, Zlín, České Budějovice, Jihlava a Karlovy Vary (Politika územního rozvoje 2008).

Národní rozvojový plán České republiky 2007 – 2013

Národní rozvojový plán České republiky 2007 – 2013 vychází ze současné podoby návrhů nařízení ke strukturálním fondům a Fondu soudržnosti. Národní rozvojový plán konstatuje, že cestovní ruch patří mezi největší a nejdynamičtěji se rozvíjející ekonomická odvětví. Cestovní ruch, považovaný ve světě za odvětví budoucnosti, se stává stále významnějším a nepostradatelnějším faktorem regionálního rozvoje v řadě českých regionů i celé ekonomiky (Národní rozvojový plán České republiky 2007 – 2013).

Integrovaný operační program 2007 – 2013

Integrovaný operační program (IOP) je jedním z operačních programů, jsou realizovány na podporu regionů v rámci cíle Konvergence v České republice. IOP je koncipován jako program národního rozměru pro řešení společných regionálních problémů, které mají plošné a systémové zaměření a spadají do působnosti ústředních správních úřadů. Součástí definice globálního cíle je podpora cestovního ruchu a třetí specifický cíl IOPu nese název „aktivizace cestovního ruchu k posílení udržitelné konkurenceschopnosti a hospodářského růstu v nadregionálním rozměru“ (Integrovaný operační program 2007 – 2013).

Strategické dokumenty České centrály cestovního ruchu - CzechTourism

Česká centrála cestovního ruchu - CzechTourism vypracovala v r. 2004 Strategii propagace České republiky na období 2004 – 2010. V rámci tohoto dokumentu byla definována vize, cíle, teoretická východiska pro tvorbu strategie a samotná strategie propagace České republiky v zahraničí. Agentura CzechTourism se rozhodla revidovat tuto strategii a pro rok 2007 schválila Marketingový plán, který definuje i nové národní produkty.

- Bohatství, historie (včetně technických památek a religiózních témat)
- Aktivní dovolená (cyklistika, golf, pěší turistika, agroturistika, lov, rybolov, adrenalinové sporty, lyže, voda)
- České medicínské lázeňství
- Kongresový, korporátní, incentivní cestovní ruch
- Zážitková dovolená (gastronomie, víno, pivo, destiláty, likéry, sport, opera, divadlo, výstavy, festivaly)

Regionální operační program NUTS II Střední Morava

Regionální operační program NUTS II Střední Morava je určen pro region soudržnosti Střední Morava sestávající z Olomouckého a Zlínského kraje. Zaměřuje se na zlepšení dopravní dostupnosti a propojení regionu včetně modernizace prostředků veřejné dopravy, podporu rozvoje infrastruktury i služeb cestovního ruchu, přípravu menších podnikatelských ploch a zlepšování podmínek k životu v obcích a na venkově především prostřednictvím zkvalitnění vzdělávací, sociální a zdravotnické infrastruktury a odstraňováním ekologických zátěží.

Cestovní ruch je prioritou číslo 3 a v rámci této priority mají být podporovány aktivity jako jsou např. rozvoj a obnova infrastruktury pro aktivní a kulturně-poznávací formy cestovního ruchu a lázeňství vč. návazné infrastruktury, vybudování jednotného systému turistických okruhů, naučných stezek, navigačních tabulí, rekonstrukce kulturních či technických památek nebo kulturní zajímavosti vč. návazné infrastruktury, modernizace, výstavba nebo rozšíření ubytovacího zařízení vč. sportovních zařízení, služeb v rámci incentivní a kongresové turistiky, rozvoj a obnova areálu pro sjezdové či běžecké lyžování včetně návazné infrastruktury, komplexní a jednotný marketing turistické destinace, propagace regionálních produktů cestovního ruchu, zřízení jednotného informačního systému apod.

Na úrovni Zlínského kraje mají dominantní vliv na další rozvoj cestovního ruchu následující dokumenty:

Program rozvoje cestovního ruchu ve Zlínském kraji - tento dokument vymezuje cílený a reálný rámec rozvoje odvětví cestovního ruchu ve Zlínském kraji. Jsou v něm definovány vize, cíle a priority pro období 2006 - 2013, které mají zapříčinit kvalitativní růst a rozvoj odvětví cestovního ruchu v rámci Zlínského kraje (Program rozvoje cestovního ruchu ve Zlínském kraji, 2006 – 2013).

Na místní úrovni má řada měst a regionů zpracované dokumenty týkající se rozvoje cestovního ruchu v dané lokalitě.

Marketingová strategie cestovního ruchu měst Zlína, Luhačovic a Regionu Zlínsko, která vymezuje ucelenou a konkrétní vizi rozvoje cestovního ruchu na území turistické oblasti Zlínsko, která je vymezena obcemi okresu Zlín, strategií města Zlína a Luhačovic. Marketingová strategie řeší základní absenci rozvojového a strategického dokumentu pro rozvoj cestovního ruchu v této turistické oblasti a stala se základním strategickým a marketingovým nástrojem budoucího rozvoje cestovního ruchu obou měst i celého území.

Tématiky cestovního ruchu se také částečně dotýká i **Integrovaný plán rozvoje města** (na r. 2008 - 2012) ve svém hlavním cíli, který je zaměřen na rozvoj kultury a společenského života.

II. PRAKTICKÁ ČÁST

5 MĚSTO ZLÍN

5.1 Přírodní předpoklady

Město Zlín leží v jihovýchodní části ČR cca 300 km východně od hlavního města České republiky Praha, 50 km od hranic se Slovenskou republikou. Je centrem Zlínského kraje a spadá pod region soudržnosti Střední Morava. Nejnižší nadmořská výška je v Malenovicích v údolí řeky Dřevnice, konkrétně 190 m nad mořem a naopak nejvyšším bodem je vrcholek hory Tlustá ve výšce 458 m nad mořem. Dřevnice je menší řeka rozdělující město na dvě části, kromě ní je na území Zlína ještě několik menších toků.

Město spadá do Karpatské horské soustavy, Zlín samotný nedisponuje žádnými významnými přírodními a krajinnými hodnotami národního významu, ale v jeho okolí se nachází několik významných oblastí se zachovalými přírodními a krajinnými hodnotami, což lze určitě brát jako pozitivum, jedná se například o: Chráněnou krajinnou oblast Bílé Karpaty, Přírodní park Hostýnské vrchy, Přírodní park Vizovické vrchy, Přírodní park Želechovické Paseky.

Zlín je charakteristický dosti dramatickým přechodem široké roviny do členitého reliéfu Zlínské vrchoviny, která je rozdělena hlubokým zaříznutým údolím Dřevnice. Na severu se tyčí Mladcovské kopce s nejvyšším vrcholem Zadním vrchem (422 m n. m.), na jihu masiv s nejvyšším vrcholem Tlustou horou (458 m n. m.). Tyto hřbety tvoří výrazné zelené horizonty města. Jednoznačnou dominantou pro město a okolí je vrchol Tlusté hory s televizním vysílačem. Stezka zdraví na pozemcích městských lesů pod Tlustou horou nabízí množství možností pro aktivního trávení volného času. Na sever od města je území velice členité, výrazná jsou i údolí vzhledem k Dřevnici. Prostor je členěn údolími na protáhlé hřbety. Dramatické členění prostoru je výrazné od hranice lesa odkud dochází k prorůstání umělého a přírodního prostředí. Severně exponované svahy jsou těmito údolnicemi rozčleněny na výrazné vrcholy a hřbety. Město Zlín a jeho blízké okolí je velice členité. Pro takto členitý reliéf jsou charakteristická místa dalekých rozhledů, průhledů, scenerické cesty, množství horizontů a dominant, které jsou pro turisty určitým lákadlem.

Klimatické podmínky

Území města Zlín je charakteristické dlouhým teplým a suchým létem, velmi krátkým přechodným obdobím s mírně teplým jarem, mírně teplou, suchou až velmi suchou zimou, s krátkým trváním sněhové pokrývky.

Průměrná roční teplota je 8,67°C, nejteplejším měsícem je červenec, kdy teploty dosahují v průměru 18,0°C a nejchladnějším naopak leden s průměrnou teplotou -2,4°C. Co se týče srážek, nejvíce jich spadne v červenci a nejméně v únoru, roční průměr je pak 616 mm. Klima celkově můžeme hodnotit jako vhodné pro cestovní ruch.

Hydrologické podmínky

Hlavním vodním tokem a osou celého území je řeka Dřevnice, která pod Malenovickým katastrem přibírá významný přítok Rackovou. Na horním toku přibírá Dřevnice střídavě Hostišovský potok, Balaš, Chlumský potok, Slanický potok, Prštenský potok, Pasecký potok, Kudlovský, Fryštácký potok, Hraniční potok (od Štákových pasek), Jaroslavický, Přílucký a Hvozdenský potok. Většina toků je regulována. Na území města se dále nachází 7 minerálních pramenů, které se mohou řadit mezi přírodní léčivé vody. Zlín je obklopen několika vodními nádržemi regionálního významu (např.: přehrada Fryštácká, Slušovická, Kudlovská, rybník Angaláška, Kostelecká, Prštenský rybník, Zboženské rybníky atd.), které nabízí i možnost rybaření.

Biosféra

Město Zlín bylo ještě donedávna považováno za město s velmi znečištěným ovzduším (v 90. letech), postupně ale dochází ke zlepšování se kvalita ovzduší a snižování škodlivých látek v ovzduší. Nyní Zlín představuje přírodní celek s relativně zachovalou krajinou a souborem přirozených rostlinných a živočišných společenstev. Zlín je městem, které klade poměrně velký důraz na životní prostředí a také dbá na svou image města zeleně. Pravidelně jsou udržovány všechny městské parky a zeleň, je vysazována zeleň, což vnímají pozitivně hlavně návštěvníci města.

5.2 Kulturně - historické předpoklady

Historie Zlína

Historie města sahá daleko do středověku (první písemná zmínka se pojí k roku 1322), kdy byl Zlín řemeslnicko-cechovním střediskem pro okolní valašské osídlení, živící se převážně pastevectvím. Důležitým mezníkem zlínské historie se stal rok 1894, kdy zde byla zalo-

žena obuvnická firma rodiny Baťových a jež se postarala o budoucí rozvoj Zlína. Díky zcela výjimečnému růstu a prosperitě se stal Zlín moderním městským centrem, s vynikajícím architektonickým stylem i životním tempem. Město Zlín v současné době těží z bohaté historie a může tak potencionálním návštěvníkům nabídnout širokou paletu kulturních i historických památek.

5.2.1 Kultura, památky, festivaly

Ve Zlíně se na kulturu klade poměrně velký důraz a je podporována jak z rozpočtu města, tak z Kulturního fondu města Zlína za tímto účelem zřízeného, z rozpočtu jsou financovány také významné kulturní události pořádané každoročně, což je Mezinárodní festival filmů pro děti a mládež, mezinárodní divadelní festival Setkání – Stretnutie, cestovatelský festival Neznámá země či Festival folklórních orchestrů. Ve městě funguje také Muzeum jiho-východní Moravy, pod něj spadající Obuvnické muzeum a Státní galerie ve Zlíně. Na území Zlína se nachází také množství kulturních památek.

Nejdůležitějšími zlínskými kulturními památkami jsou:

Městské divadlo Zlín - divadlo bylo ve Zlíně založeno pod názvem Divadlo pracujících. První premiérou byla hra na motivy Hrátek s čertem Jana Drdy, která se uskutečnila 17. září 1946. Dnešní kapacita divadla je 800 diváků. Kromě vlastního repertoáru jsou zde prezentovány i hry v podání hostujících souborů. Na začátku května se zde každoročně odehrává festival Setkání – Stretnutie, který vždy přiláká značné množství turistů.

Divadlo Malá Scéna - budova divadla, ve které sídlí také Lidová škola umění, byla navržena architektem Vladimírem Karlíkem a postavena v roce 1937. Malá scéna má svůj vlastní divadelní soubor, jehož repertoáru dominují především komedie a hry pro děti. Častou zde hostují také jiné soubory, především z pražských divadel. V sále probíhají také filmová představení.

Divadlo Mandragora - Divadlo Mandragora je veřejná studentská scéna oboru Hudebně dramatické umění Zlínské soukromé vyšší odborné školy ve Zlíně, kde se hrají především komedie.

Velké kino Zlín - bylo v roce 1932 postaveno firmou Baťa pravděpodobně na návrh F. L. Gahury. Se současnou kapacitou 1010 sedadel se řadí mezi největší kina v republice. Kro-

mě filmových představení, se zde odehrávají nejrůznější koncerty, každoroční volba Miss Academia a samozřejmě také Mezinárodní festival filmů pro děti a mládež, který se těší velké popularitě z řad veřejnosti. Ve městě je ještě kinosál s výrazně menší kapacitou nacházející se v části Malenovice, který se jmenuje Kino Květen a také jediné multikino v kraji s názvem Golden Apple Cinema, které má šest promítacích sálů a je součástí kulturně-obchodního centra ve Zlíně s názvem Zlaté Jablko.

Dům umění - po tragické smrti Tomáše Bati byl na jeho počest postaven v roce 1933 v duchu zlínského funkcionalismu památník. V roce 1948 byl tento památník přestavěn na Dům umění. V současné době je sídlem Filharmonie Bohuslava Martinů a Krajské galerie výtvarného umění ve Zlíně, kde se pořádá řada kulturních akcí.

Filharmonie Bohuslava Martinů - filharmonie sídlí v Domě umění postaveném taktéž firmou Baťa, kde jsou velice často pořádány také různé výstavy pod záštitou Státní galerie ve Zlíně. Do repertoáru filharmonie patří nepřehledné množství symfonických skladeb nejrůznějších světových autorů jak současných tak historických. Filharmonie se zaměřuje na dílo Bohuslava Martinů a to konkrétně již od 60. let.

Areál bývalých Baťových závodů - areál leží západně od centra Zlína mezi řekou Dřevnicí a třídou Tomáše Bati, asi 300 m od náměstí Míru. První budovy areálu vznikly na počátku 20. století. V roce 1923 se Tomáš Baťa stal starostou Zlína, což s sebou přineslo zcela novou etapu také v městské architektuře. Jeho firma vybudovala ve městě obchodní domy, hotel, kino, velkou nemocnici, školní budovy, vědecké budovy, filmové ateliery, tisíce nových bytů. Počet obyvatel prudce stoupal a horečná stavební aktivita přetvořila Zlín do podoby supermoderního průmyslového města. Působením významných architektů J. Kotěry, F.L. Gahury, V. Karfíka, M. Lorence získal Zlín evropsky ojedinělý charakter funkcionalistického města, který zvedá atraktivnost celého města.

Správní budova č. 21 Baťových závodů - Zlínský mrakodrap - Správní budova č. 21 Baťových závodů, lidově zvaná Zlínský mrakodrap, je jedním z vrcholných děl předválečné československé funkcionalistické architektury. Byla postavena v roce 1938 podle návrhu architekta Vladimíra Karfíka, v letech 1930–1946 vedoucího projektového oddělení Baťových závodů. Správní budova má šestnáct pater a je 77,5 m vysoká – svého času to byla nejvyšší budova v Československu. Toto vrcholné dílo architekta Karfíka je dnes národní kulturní památkou období funkcionalismu.

Větrný mlýn Větrák - kamenný větrný mlýn holandského typu postavil nad obcí Štípa v letech 1858-60 starousedlík Kristián Kovář na pozemku zakoupeném od obce. Celou stavbu i mlecí zařízení postavil sám se svým synem. Vnitřní zařízení je kompletní a funkční a je uzpůsobeno na mletí i na pohon kotoučové pily.

Muzeum jihovýchodní Moravy - bylo založeno v roce 1953 a jeho současným hlavním sídlem je od roku 1958 Zlínský zámek, kde jsou také vystaveny všechny stálé expozice. Asi nejzajímavější je expozice S inženýry Hanzelkou a Zikmundem pěti světadílů, ukazující cesty známé zlínské cestovatelské dvojice, tato expozice je velice populární. Muzeum jihovýchodní Moravy, pořádá ale i další velice zajímavé výstavy, především z oblasti umění.

Krajská galerie výtvarného umění - Krajská galerie výtvarného umění sídlí v Domě umění. Sbírky jsou prezentovány formou stálé expozice českého malířství a sochařství 20. století.

Další galerie, které se ve Zlíně nachází, jsou:

Galerie K+P Skřivánkovi Akvarely - vystavují oleje Jaromíra Pavla Lechťanského – „Čtvero ročních dob“.

Galerie Kincová - vystavuje díla předních českých umělců.

Galerie klubu charity Zlín – zde probíhají expozice děl méně známých autorů.

Galerie Viva - je prodejní galerie originálů českých a slovenských autorů, jsou zde pořádány pravidelné autorské výstavy, obrazů, grafik, skel, keramiky, plastik a šperků.

Galerie 2. patro - zde probíhají tematické expozice, jenž spočívají především na malířských a sochařských dílech, ale v menší míře jsou v jejím rámci představena i méně tradiční media.

Alternativa - kulturní institut Zlín - nový kulturní institut zahájil svou činnost v roce 2003. Alternativa nabízí prostor ke kulturním, vzdělávacím i společenským aktivitám. Významné zastoupení zde má také výstavní činnost.

Obuvnické muzeum - Obuvnické muzeum bylo otevřeno v roce 1931. Expozici tvoří sbírka obuvi nashromážděné firmou Baťa v 30. letech, která mapuje vývoj obuvnického prů-

myslu od 15. století doposud. Najdeme zde obuv z celého světa, včetně historické. Muzeum nás seznamuje také s technologií výroby obuvi a s rozvojem obuvnictví ve Zlíně.

Vila Tomáše Bati - výstavba vily začala v roce 1909. V současnosti zde sídlí Nadace Tomáše Bati, která podporuje věci veřejné a lidem prospěšné, vzdělávání mládeže aj. Prohlídky jsou možné po objednávkě pouze pro školy a skupinky lidí, jinak je zde pro veřejnost zavřeno.

Trantírkův dům - jedná se o nárožní činžovní objekt, který byl vystavěn na začátku 40. let v samém středu Zlína. Přízemí je vyhrazeno bohatě proskleným obchodním plochám, v dalších čtyřech patrech jsou nadstandardní byty.

Lesní hřbitov - Lesní hřbitov byl vybudován počátkem 30. let 20. století podle návrhu architekta F. L. Gahury. Hřbitov byl koncipován jako společný ústřední hřbitov pro obce Zlína. Dominuje mu kamenný kříž s Gahurovou plastikou Ukřižovaného Krista. Hřbitov byl vysvěcen na dušičky v roce 1932. Jedním z prvních pochovaných byl Tomáš Baťa. Od roku 1978 je součástí hřbitova také krematorium.

Hrady a zámky

Zámek Zlín - leží v centru města uprostřed menšího parku stojí čtyřkřídlý patrový zámek s vnitřním nádvořím. Historie této zámecké budovy sahá až do druhé poloviny 15. století. Původní tvrz byla v 16. stol. přestavěna do podoby pohodlného renesančního sídla - renesanční zámek s arkádami a nádvořím. Barokní podobu zámek získal v sedmdesátých letech 18. století. Kolem zámku byla původně zřízena zahrada, v 19. století přeměněna v přírodně krajinářský park. Od roku 1958 se stal zámek sídlem Muzea jihovýchodní Moravy a expozic a depozitáře Krajské galerie výtvarného umění. V přízemí západního křídla je provozována Zámecká restaurace a vinárna.

Zámek Klečůvka – je dominantou obce Klečůvka (která je dnes součástí Zlína). V současné době neslouží prohlídkovým účelům, je zde umístěn státní okresní archiv.

Zámek Zlín - Lešná - výstavba tohoto areálu započala někdy na podzim roku 1804, a původní zámek po dobu 80 let sloužil hraběcí rodině Seilernů pouze jako letní sídlo. V roce 1887 nechal tehdejší majitel panství František Seilern původní zámeckou budovu zbourat.

Na jejím místě pak během sedmi let vyrostla daleko reprezentativnější rezidence, která slouží návštěvníkům dodnes.

Hrad Malenovice - je jednou z nejvýznamnějších historických památek zlínského regionu. Byl založen v 2. polovině 14. století moravským markrabětem Janem Jindřichem. Za husitských válek byl hrad silně poškozen a koncem 15. století se dostal do držení rodu Tetourů, kteří hrad přestavěli na renesanční pevnost. V roce 1692 získali hrad Liechtensteinové-Kastelkorn, kteří je přestavěli do barokní podoby, kterou si uchoval dodnes. Posledními majiteli byli v letech 1804 -1945 Šternberkové. V roce 1953 získalo malenovický hrad tehdy nově vzniklé krajské muzeum, dnes Muzeum jihovýchodní Moravy ve Zlíně.

Církevní památky a poutní místa

Církevní památky a poutní místa jsou důležitá pro duchovní vyžití návštěvníků, jsou velmi navštěvovány hlavně z řad místních turistů, za pozornost stojí hlavně:

Římsko-katolický kostel sv. Filipa a Jakuba - kostel pochází pravděpodobně z 15. až 16. století a je jednou z dominant města.

Evangelický kostel - architektura evangelického kostela je pojata střídmo a jednoduše. Stavbě dominuje štíhlá věž zvonice navazující na dvě hranolovité stavby. Autorem projektu je architekt Vladimír Karfík. Jednoduchost a funkcionalita návrhu koresponduje s baťovskou architekturou Zlína.

Chrám Narození Panny Marie - milostná socha Panny Marie s Ježíškem, stojící nyní na hlavním oltáři v poutním kostele zasvěceném Narození Panny Marie patří do trojice nejstarších mariánských soch na Moravě. Původ sochy je neznámý. Je to významné poutní místo, hlavní pouť bývá v sobotu a v neděli blíž k svátku Narození Panny Marie (8. 9.). Dále je to Malá pouť, ta bývá v neděli blíž k slavnosti Nanebevzetí Panny Marie (15. 8.), Pouť dětí, která probíhá v sobotu blíž k svátku Narození Panny Marie (8. 9) a Svatohubertská pouť. V průběhu roku se zde konají pravidelné nedělní mše svaté.

Návštěvníci mohou navštívit také:

ZOO Lešná - velice významná je pro Zlín právě ZOO Lešná, která se nachází v městské části Štípa. Zde jsou pořádány různé výstavy a kulturní akce. Součástí areálu, který byl ote-

vřen v roce 1948, je i zámek. ZOO je skutečně unikátní a do města láká také velké množství turistů. Expozice se rozkládají téměř na 48 ha pozemků, chováno je zde přibližně 220 druhů zvířat a pěstováno 1 100 druhů dřevin a okrasných bylin.

Hvězdárnu Zlín - program hvězdárny zahrnuje pozorování dalekohledy, přednášky pro veřejnost, pořady pro školy a skupina další akce. Hvězdárnu provozuje Zlínská astronomická společnost.

Ve Zlíně se také koná několik kulturních festivalů mezinárodního významu, které do města každoročně lákají stovky turistů, mezi nejznámější festivaly patří:

Mezinárodní festival filmů pro děti a mládež – je nejznámější festival ve Zlíně, který každoročně přiláká značné množství návštěvníků. Festival je nejen přehlídkou dětských filmů z celého světa, ale provází ho také velké množství doprovodných akcí. Mezi jeho hosty každoročně patří nejen české herecké špičky, ale také mnoho hvězd zahraničního formátu. Součástí festivalu je i Mezinárodní festival studentských filmů Zlínský pes. Ke Zlínu a Velkému kinu tento Mezinárodní festival filmů pro děti a mládež, který je pravidelně pořádán od roku 1960, neodmyslitelně patří.

Mezinárodní divadelní festival Setkání – Stretnutie - festival jehož pořadatelem je každoročně Magistrát města Zlína se koná vždy v květnu v Městském divadle Zlín. Jedná se o přehlídku divadelních souborů z České a Slovenské republiky, Polska a také z Maďarska.

Zlíntalent – velmi známý a navštěvovaný soutěžní festival začínajících umělců z řad zpěváků, hudebních skladatelů a textařů.

Mezinárodní festival dechových orchestrů – tento koncertní festival dechových orchestrů přiláká každoročně množství turistů hlavně ze zahraničí, včetně zahraničních souborů.

Další kulturní a společenské akce, které mají dlouhodobou tradici jsou:

Nový Zlínský salon – návštěvníci zde mohou vidět přehlídku moderního výtvarného umění

Harmonia Moravice – nabízí návštěvníkům ke shlédnutí festival s duchovními skladbami v kostelech a chrámech zlínského regionu, zaměřuje nejen na hudbu duchovní, ale také světskou všech žánrů a stylových období.

Oddělení cestovního ruchu, vnitřních a vnějších vztahů Magistrátu města Zlína také každoročně pořádá tradiční řemeslné jarmarky na náměstí Míru před zlínskou radnicí. Vedle velikonočního, podzimního a vánočního jarmarku se vždy na jaře konají na náměstí také Květinové trhy.

5.3 Realizačně - selektivní předpoklady

Město Zlín je se svými necelými 80 (77 803 k 31.12. 2008) tisíci obyvateli nejlidnatějším městem v kraji. Pokud rozdělíme věkovou strukturu obyvatel podle ekonomické aktivity, tak převážnou část, celkem 69,74 % tvoří ekonomicky aktivní obyvatelé (54 260 obyvatel), u kterých existuje vysoká pravděpodobnost, že se budou účastnit cestovního ruchu, podle statistických údajů Českého statistického úřadu je početně nejsilnější věková kategorie 26 – 34 let, což je jistě velice pozitivní, jelikož nejčastěji cestují mladší lidé. S 17,56 % následuje skupina obyvatel starších 60 let (13 664 obyvatel), představují také ještě vhodné účastníky pro různé formy cestovního ruchu, které jsou vhodné pro starší obyvatelstvo. Výrazně nejméně, celkem 12,69 % je ve Zlíně dětí do věku 14 let (9 879 obyvatel), kteří se na cestovním ruchu mohou v určité míře podílet také (častými účastníky cestovního ruchu jsou i rodiny s dětmi).

Zlín je výrazně průmyslovým městem, k tomu město předurčuje i jeho baťovská historie, protože 29 % jeho obyvatel pracuje právě v této oblasti, město není nijak výrazně orientováno na cestovní ruch, v pohostinství a ubytování pracuje jen 4,33% ekonomických subjektů.

Pozitivní je vyšší počet vysokoškoláků. To může mít dobrý vliv na lepší možnosti zvyšování kvality pracovní síly v cestovním ruchu.

Tab. 5. Demografická struktura obyvatel města Zlín

Rok 2008	Věk 0-14	Věk 15-59	Věk 60 +	Celkem
Muži	5 079	26 655	5 330	37 064
Ženy	4 800	27 605	8 334	40 739
Celkem	9 879	54 260	13 664	77 803
Podíl	12,69%	69,74%	17,56%	100,00%

Zdroj: Demografická struktura – Zlín (stav k 31. 12. 2008)

Na území města Zlína převažují *** hotely a penziony, které jsou umístěny hlavně v centru města. Zlín trpí nedostatkem ubytovacích zařízení v porovnání s ostatními obcemi a městy v blízkém okolí, ubytovací kapacita Zlína čítá 470 pokojů (951 lůžek), což v porovnání například s Luhačovicemi, kde čítá ubytovací kapacita 1 726 pokojů (3 322) velký rozdíl a je to jedna z možných příčin malé návštěvnosti ubytovacích kapacit města Zlín oproti daleko menším obcím.

Tab. 6. Kapacita hromadných ubytovacích zařízení v obcích Zlínského kraje podle kategorie ubytovacího zařízení k 31. 12. 2008

Název obce	celkem	v tom podle kategorie										
		hotely *****	hotely ****	hotely ***	hotely **	hotely *	hotely garní	penziony	kempy	chatové osady	turistické ubytovny	ostatní jinde neuvedená
Zlín	12	-	-	6	-	-	1	4	-	-	1	-
Pozlovice	11	-	-	6	-	-	-	1	1	-	-	3
Rožnov pod R.	13	-	1	2	1	-	-	3	2	1	-	3
Luhačovice	236	-	-	.	.	-	-	80	-	-	-	.
Kroměříž	209	-	.	140	-	-	.	.	-	-	.	-
Uherské H.	44	-	3	10	2	-	1	18	-	-	-	10

Zdroj: ČSÚ, 2008

Tab. 7. Návštěvnost a kapacita hromadných ubytovacích zařízení v obcích roce 2008

Název obce	hosté v hromadných ubytovacích zařízeních	počet pokojů / lůžek
Rožnov pod Radhoštěm	44 482	464 / 1245
Zlín	42 062	470 / 951
Luhačovice	82 778	1 726 / 3 322

Zdroj: ČSÚ, 2008

Je zde patrný nedostatek hotelů vyšší kvality (***** a **** hotely) a dalších ubytovacích kapacit (jako například kempy, ubytovací kapacity zaměřené na cykloturistiku), což také vyplynulo z obdržených odpovědí dotázaných při výzkumu, který provedlo město Zlín v rámci projektu Marketingová strategie cestovního ruchu ve městech Zlín, Luhačovice a v turistické oblasti Zlínsko z roku 2006. Tento nedostatek zmiňovali také zahraniční turisté.

Pro existenci a rozvoj cestovního ruchu je důležitá dostupnost zařízení pro sportovní vyžití a nákupní centra. Ve Zlíně jsou návštěvníkům k dispozici:

Sportovní areál Bartošova čtvrť - tento nejnovější sportovní areál se nachází na sídlišti Bartošova čtvrť. V areálu je hala pro míčové sporty, koupaliště a venkovní hřiště. Koupaliště nabízí návštěvníkům také řadu vodních atrakcí. Součástí komplexu je restaurace, posilovna, masáže, sauna a solárium. K dispozici je také ubytovna.

Stezka zdraví – Tlustá hora - Stezka zdraví byla vybudována v městských lesích pod Tlustou horou a nabízí návštěvníkům řadu možností jak trávit volný čas – běh, cykloturistika, dětské hry, posilování. Zajímavostí je lanová visutá lávka. Je zde zřízeno pět stanovišť se cvičebními prvky, jako např. bradla, hrazdy, žebřiny.

Lyžařský umělý svah Zlín - lyžařský svah se nachází blízko Domu umění. Jeho délka je cca 220 m. Svah je udržován a osvětlen (což umožňuje i večerní lyžování). K dispozici je vlek POMA. Návštěvníkům nabízené služby jako bufet, lyžařská škola pro děti i dospělé, lyžařský servis.

Koupaliště Riviera – návštěvníkům nabízí koupaliště, dětský bazén, tobogán, vodní skluzavku, plážový volejbal, dětský koutek, v areálu jsou dva bufety

Koupaliště „Zelené“ - nabízí dětský bazén, koupaliště, kulturní akce, dětský koutek, stolní tenis, badminton, bufet, restaurace v objektu sportovní haly

Lázně Zlín - zde je k dispozici návštěvníkům venkovní bazén, brouzdaliště, krytý bazén, bazén pro děti, vodoléčba, finská sauna, dětský koutek, pétang, badminton, stolní tenis, šipky, venkovní šachy, kulturní akce

Lázně Zlín - Kostelec – lázeňská péče je zaměřena zejména na léčení revmatických chorob a dalších onemocnění pohybového aparátu, sportovně-lázeňský areál nabízí vynikající příležitost pro relaxaci, ale i sport. Je zde dětský i venkovní bazén, letní restaurace, návštěvníci zde mohou hrát minigolf, tenis, volejbal, ruské kuželky, k dispozici je jim golfové hřiště, pétang, dětský koutek.

Koupaliště, Zlín - Louky - zde je k dispozici návštěvníkům koupaliště, dětský bazén, dvě dětské klouzačky, bufet.

V centru města je také nové obchodní centrum Zlaté jablko, nákupy potravin a smíšeného zboží mohou návštěvníci realizovat především v supermarketech a hypermarketech, které jsou rozmístěny po celém městě. Menších obchůdků, které by návštěvníci mohli využít, je jen velmi málo a vyskytují se spíše v okrajových částech, návštěvníci mohou využít také služeb fitness center, která jsou volně rozmístěna po městě.

Pro existenci a rozvoj cestovního ruchu je důležitá také dopravní dostupnost města, která má také určitý vliv na cestovní ruch. Město Zlín, jakožto i celý Zlínský kraj má špatnou dopravní infrastrukturu. Silniční dopravní síť byla historicky dlouhodobě podfinancována a zanedbána. Prochází jím jen 3,6 % železničních tratí celé České republiky, na území města Zlína se nachází pouze dvě větší železniční stanice, nejvýznamnější železniční trať na území města Zlín je jednokolejná trať č. 331, vedoucí z Otrokovic, přes Zlín do Vizovic a železniční trať č. 330 Břeclav – Přerov – Bohumín. Ve Zlíně se doposud nenachází žádná dálnice a rychlostní komunikace je dlouhá pouze 3 km, což je výrazným handicapem a deficitem jak Zlína, tak i celého Zlínského kraje, ve kterém je neexistence sítě silnic vyšší kvality (dálnice, rychlostní silnice a čtyřproudové silnice) s návazností na ostatní regiony a jejich nadřazenou silniční a dálniční sítí České republiky a Evropy velice patrná. Pro Zlín je charakteristický také vysoký podíl průjezdných úseků zastavěným územím na hlavních tazích. Silnice také často trpí nedostačující šířkou, oba faktory dohromady způsobují časté dopravní zácpy. Největší intenzita dopravy je na silnici první třídy I/49 Otrokovice – Zlín – Vizovice (I/49), která patří k nejvytíženějším silnicím v celém kraji a jenž je zároveň hlavní dopravní tepnou Zlína.

Ve městě není prakticky provozována lodní doprava. I když se v městské části Štípa nachází malé soukromé letiště a v blízkosti jsou další tři civilní letiště (v Kunovicích, Otrokovících a Holešově), letecká doprava prakticky využívána také není.

Město Zlín má vlastní integrovaný dopravní systém. Ve Zlíně tak kromě železnice zajišťují dopravní dostupnost pravidelné trolejbusové linky a autobusové linky MHD. Frekvence dopravních spojů je relativně vysoká. Pouze v okrajových oblastech vzdálenějších od centra Zlína je frekvence dopravních spojů nízká.

Cyklistická doprava není v současné době příliš využívána pro pravidelné denní aktivity. Je to dáno jak uspořádáním zastavby, tak i absencí vhodné infrastruktury.

Parkovacích míst je v některých částech města, především však v jeho centru stále nedostatek. V současné době je mimo vlastní centrum města rozšířené bezplatné parkování soukromých vozidel na veřejných plochách. Největší nedostatek parkovacích míst je v centru města a to v počtu asi 2 540 stání. Centru města odlehčilo zvětšené parkoviště poblíž náměstí, budované především pro potřeby nově vybudovaného obchodního centra. Ale s parkováním vozidel ve Zlíně je všeobecně velký problém (zejména na sídlišťích a v tradičních „Baťovských zastavbách“.

Propagace a rozvoj cestovního ruchu, důvody návštěvy

Město má vytvořen velice rozsáhlý a komplexní dokument nazvaný Marketingová strategie cestovního ruchu měst Zlína, Luhačovic a Regionu Zlínsko, který je zaměřen především na turistickou oblast Zlínsko a město jako takové v něm hraje spíše okrajovější roli. Přesto tento dokument, vytvořený v roce 2006 za podpory Evropského sociálního fondu, lze hodnotit velmi kladně, protože zahrnuje všechny nejpálčivější problémy města v oblasti cestovního ruchu a navrhuje velmi zajímavá a vhodná opatření ke zlepšení aktuální situace.

Návštěvníkům je ve Zlíně k dispozici také informační centrum. Turistické informační centrum je prověřeným účinným nástrojem rozvoje cestovního ruchu, který zabezpečuje kontakt turistů a návštěvníků se subjekty cestovního ruchu v regionu. Infocentrum ve Zlíně ročně navštíví desetitisíce osob. Za rok 2008 zavítalo do Městského informačního a turistického střediska ve Zlíně 73 702 osob. Zahraniční ale i tuzemští návštěvníci si zde mohou vyžádat informační materiály a informace o zajímavých místech ve Zlíně a okolí, ale také o

aktuálních kulturních akcích ve městě a o možnosti ubytování. Informační materiály poskytuje zlínská radnice i provozovatelům ubytování ve Zlíně a okolí, především hotelům.

Co se týče propagace samotné, pracovníci odboru cestovního ruchu se zúčastňují zahraničních i tuzemských veletrhů zaměřených na tuto oblast, a to například v Bratislavě, Budapešti, Katovicích, Miláně či Utrechtu. Z českých veletrhů to jsou veletrhy v Praze (Region-tour), Jablonci nad Nisou či Hradci Králové. Město samotné je propagováno v brožurě nazvané Modrá trasa, kde najdeme všechny nejvýznamnější stavby a místa Zlína, např. Zlínský mrakodrap, Dům umění či Vila T. Bati. Kromě toho se zaměřují také na významné kulturní a sportovní akce, které se zde odehrávají, jako například Mezinárodní festival filmů pro děti a mládež nebo Barum rally. Město také spolupracuje s profesionálními marketingovými a inomingovými agenturami, snaží se zapojit i soukromý sektor k účasti na cestovním ruchu pomocí grantů na různé projekty, které jsou zaměřené na podporu a rozvoj cestovního ruchu. Městu však chybí kvalitní informační turistický portál, stávající je pro návštěvníky velice nepřehledný a neobsahuje dostatek informací pro návštěvníka, který tak nemá povědomí o turistických atraktivitách města Zlín.

Převažující důvody turistů k návštěvě města či atraktivita jednotlivých míst a akcí ve Zlíně popisují tabulky níže, které vycházejí z průzkumů prováděných městem Zlín. Výrazně nejčastějším důvodem návštěvy Zlína jsou pracovní povinnosti, jako jsou služební cesty, obchodní jednání, školení nebo konference. Na ostatních místech už je situace poměrně vyrovnaná, ale nejvíce se objevují důvody jako zábava, poznání a návštěva rodiny či přátel, město Zlín tak primárně neplní roli samostatného turistického cíle. Této tabulce je však nutné vytknout, že vychází pouze z velmi malého počtu dotazovaných (pouze 100 osob).

Tab. 8 Převažující důvod návštěvy města Zlína

Odpověď	Všichni		Češi		Cizinci	
	Počet	%	Počet	%	Počet	%
Práce	55	55	46	32	9	75
Zábava	9	9	8	9	1	8
Poznání	8	8	8	9	0	0
Návštěva příbuzných, známých	8	8	8	9	0	0
Zdraví	7	7	6	7	1	8
Nákupy	7	7	6	7	1	8
Relaxace	5	5	5	6	0	0
Turistika a sport	1	1	1	1	0	6
Tranzit (pouze tudy projíždím)	0	0	0	0	0	0
Celkem	100	100	88	100	12	100

Zdroj: Marketingová strategie cestovního ruchu měst Zlína, Luhačovic a Regionu Zlínsko, 2006

Z tabulky, která vyjadřuje atraktivitu významných míst a akcí ve Zlíně, vyplývá, že nejzajímavějším místům jasně dominuje Zlínský mrakodrap (21. budova Svitů), která je po rekonstrukci sídlem Zlínského kraje. Na druhém místě se umístilo obuvnické muzeum, které vystavuje unikátní sbírku bot pocházejících z období od 15. století do současnosti z různých koutů světa. Na třetím místě je ZOO Lešná, která je považována za naprostý unikát a největší lákadlo města hned po jeho funkcionalistické architektuře. Počet bodů v tabulce je dán počtem odpovědí dotázaných, tohoto výzkumu se zúčastnilo 634 dotázaných.

Tab. 9. Turisticky nejzajímavější místa a akce ve městě Zlíně

Odpověď	Počet bodů
Zlínský mrakodrap	126
Obuvnické muzeum	93
ZOO Lešná	88
Centrum města	58
Zlínský zámek	48
Velké kino	41
Barum rally	39
Bařovy domky	38
Festival filmů pro děti a mládež	36
Lyžařský svah	35
Městské divadlo	32

Zdroj: Marketingová strategie cestovního ruchu měst Zlína, Luhačovic a Regionu Zlínsko, 2006

6 SWOT ANALÝZA CESTOVNÍHO RUCHU MĚSTA ZLÍN

Silné stránky

- + v blízkosti jsou důležité přírodní oblasti
- + silný historický odkaz Tomáše Bati a jeho velmi významný vliv na město – spojení města a jména Baťa v myslích návštěvníků, což tvoří dobrou image města
- + malebná a neznečištěná okolní krajina
- + existence Mezinárodního filmového festivalu pro děti, Barum rally, ZOO Lešná, jarmarků
- + velmi bohatá kulturní tradice města
- + existence informačního centra ve městě a jeho relativně vysoká návštěvnost
- + vysoká koncentrace služeb pro návštěvníky (ubytovací kapacity, gastronomie, noční a zábavní podniky, obchody, doprovodné služby)
- + spolupráce veřejného a soukromého sektoru
- + spolupráce města s marketingovými agenturami v oblasti cestovním ruchu
- + vysoké procentu turistů ubytovaných v hotelích třídy ***
- + hlavní věková kategorie návštěvníků města je v rozmezí 26-34 let, tedy mladí a většinou aktivní lidé
- + zvyšující se význam města jako univerzitní metropole, zdroj vzdělání pro oblast cestovního ruchu
- + existence koncepčního dokumentu Marketingová strategie cestovního ruchu měst Zlína, Luhačovic a Regionu Zlínsko
- + aktivní propagace města ze strany magistrátu města Zlína
- + existence nedalekých města Luhačovice jako místa s vysokou koncentrací turistů (potenciální oblast pro výlety do Zlína)
- + prostředí města s převážně funkcionalistickou architekturou

Slabé stránky

- město kromě jména Tomáše Bati nevlastní žádnou významnou atraktivitu nadregionálního významu
- město Zlín neplní roli samostatného turistického cíle
- město Zlín má značný nedostatek památek a atraktivit, které jsou žádoucí pro větší rozvinutí poznávací turistiky
- absence letiště
- malá nabídka ubytovacích kapacit
- chybí větší nabídka hotelů třídy *** a ****
- nedostatečně nabídka sportovních aktivit (zejména koupaliště, bazény, aquaparky, sportoviště)
- problémy s parkováním
- chybí kvalitní turistický portál města
- absence hotelů třídy **** a ***** pro náročnější klientelu
- časté problémy s dopravními zácpami na příjezdové komunikaci z Otrokovic
- nízká návštěvnost hromadných ubytovacích zařízení
- absence kvalitního kempu v blízkosti města

Příležitosti

- ✓ Zlín jako centrum kongresové, firemní, business a nákupní turistiky
- ✓ Zlín jako turistické centrum okolních oblastí
- ✓ Zlín jako centrum zábavy, kultury a sportovních aktivit
- ✓ využití značné koncentrace firem pro rozvoj firemní turistiky
- ✓ vytvoření zajímavé atraktivní nabídky produktů cestovního ruchu založenou na unikátní nabídce spojené se jménem Tomáše Bati
- ✓ oslovení nových cílových skupin vyžadujících ubytování třídy ****
- ✓ pokračování kvalitní koncepční práce města v rámci jeho turistického marketingu

- ✓ zaměřit se především na cílovou skupinu mladí a střední věk s nabídkou sportování, aktivit a zábavy (mladí a aktivní)
- ✓ potenciál výrazného zvýšení počtu zahraničních turistů ve městě
- ✓ využití současných spokojených domácích návštěvníků pro budování dobrého image regionu
- ✓ restrukturalizace současné vysoké ubytovací kapacity na ubytování vyšší třídy (hotely *** a *****)
- ✓ oslovení nové cílové skupiny sportovci a sportovní kluby, v tuzemsku i zahraničí
- ✓ provázání a spolupráce v oblasti reklamy s okolními turistickými středisky a cíli

Hrozby

- ! snížení celkové atraktivity města z důvodu přetrvávajících problémů s jeho dopravní dostupností
- ! poškození image města přetrvávajícími problémy s dostupností hotelů a parkováním atd.
- ! odliv klientely vyžadující nejvyšší standard ubytování
- ! město nebude ani v budoucnu vnímáno jako primární turistický cíl
- ! absence významných cílových skupin vyžadujících luxusní ubytování, kvalitní kempy a komplexní služby
- ! nedojde k potřebnému rozvinutí kongresové a firemní turistiky, sportovní aktivity a zábava
- ! přetrvávající velmi malý zájem o návštěvu památek a kulturních zařízení (muzea, galerie,...) ve městě

7 STANOVENÍ VIZE, STRATEGIE, PRIORIT A DEFINICE CÍLŮ ROZVOJE CESTOVNÍHO RUCHU VE ZLÍNĚ

Navrhovaná vize vychází z toho, že využití potenciálu cestovního ruchu ve Zlíně je významnou měrou závislé na tvorbě a podpoře atraktivních turistických produktů. S přihlédnutím ke skutečnosti, že Zlín nabízí velkou rozmanitost přírody, kultury a tradic, stejně jako přívětivého a pohostinného obyvatelstva, jsem pro tuto destinaci formuloval vizi, kdy cestovní ruch bude sloužit jako trvalý zdroj ekonomické prosperity regionu pro město Zlín.

Na základě této vize jsem vypracoval strategický cíl města Zlín v oblasti cestovního ruchu. Strategickým cílem rozvoje cestovního ruchu města Zlín je:

- 1) rozšíření možností a zlepšení úrovně poskytovaných služeb a produktů cestovního ruchu ve městě
- 2) zvýšení konkurenceschopnosti na národní úrovni v oblasti cestovního ruchu, odstranění bariér rozvoje cestovního ruchu
- 3) kvalitní propagace cestovního ruchu města Zlín

7.1 Návrh hlavních rozvojových priorit města Zlín

Na základě SWOT analýzy jsem vymezil tyto priority a opatření, které mají napomoci rozvoji cestovního ruchu ve městě Zlín.

Priorita 1: Vytváření konkurenceschopných turistických produktů cestovního ruchu pro různé cílové skupiny

Systém podpory tvorby produktů je dle návrhu projektu rozdělen na dvě hlavní části – tvorbu stěžejních produktů cestovního ruchu města Zlín a tvorbu produktů cestovního ruchu zaměřených na témata a akce. I když jsou návrhy pro oba sektory rozděleny do dvou kapitol, tvoří spolu jeden ucelený systém, který je z pohledu tvorby a nabídky produktů úzce provázán a nabídne potencionálním návštěvníkům důvody k návštěvě města. Společně tvoří nepostradatelnou součást rozvoje cestovního ruchu ve Zlíně.

Opatření 1.1.: Tvorba stěžejních produktů cestovního ruchu města Zlín

Aktivity naplňující opatření:

- 1) Podpora business turistiky a ubytování a zvýšení počtu pořádaných firemních akcí ve městě Zlín
- 2) Produkt: Tomáš Baťa a jeho odkaz – propojení historického odkazu Tomáše Bati a města Zlín v myslích návštěvníků
- 3) Poznávací turistika
- 4) Podpora relaxačních a ozdravných pobytů v lázních Kostelec

Opatření 1.2.: Tvorba produktů cestovního ruchu zaměřených na témata a akce*Aktivity naplňující opatření*

- 1) Aktivní turistika, sport, sportovní kempy
- 2) Gastronomické akce
- 3) Programy pro školy

Priorita 2: Rozvoj základní turistické infrastruktury

Systém podpory rozvoje turistické infrastruktury je dle tohoto návrhu projektu rozdělen na dvě hlavní části. První část se zabývá zlepšením problémových částí hlavních a doplňkových dopravních komunikací. Druhá část je zaměřená na zlepšení úrovně a kapacit ubytování.

Opatření 2.1.: Zlepšení dopravní infrastruktury a dostupnosti regionu*Aktivity naplňující opatření:*

- 1) Výstavba a rekonstrukce silniční sítě, zlepšení situace na hlavním tahu Zlín - Malenovice - Otrokovice
- 2) Rozvoj doprovodné turistické infrastruktury - budování turistických a prohlídkových pěších tras ve městě, budování okruhů pro pěší s různou tematikou.
- 3) Řešení komplexního systému cykloturistiky – výstavba, vyznačení a údržba cyklostezek

Opatření 2.2: Podpora rozvoje ubytovacích kapacit

Aktivita naplňující opatření:

- 1) Udržování úrovně hotelů třídy ***
- 2) Podpora spolupráce při výstavbě hotelů třídy **** a ***** - podpora výstavby hotelů vyšší kvality, podpora formou grantů

Priorita 3: Marketingová podpora cestovního ruchu

Marketingová podpora cestovního ruchu je rozdělena na tři části. Každá z částí je důležitá pro celkovou marketingovou podporu cestovního ruchu. Cílem je aktivně propagovat město Zlín a získat tak konkurenční výhodu oproti dalším městům a obcím z blízkého okolí.

Opatření 3.1: Komplexní plán propagace

Aktivita naplňující opatření:

- 1) Zpracování komplexního plánu propagace (reklama, interní reklama, PR, billboardy)

Opatření 3.2: Vybudování kvalitního turistického portálu

Aktivita naplňující opatření:

- 1) Vybudování a údržba kvalitního internetového turistického informačního portálu
- 2) Zpracování komplexní databáze turistických cílů a služeb města a okolí včetně jejich účinné prezentace na portále

Opatření 3.3.: Podpora prodeje

Aktivita naplňující opatření:

- 1) Zavedení systému návštěvnických (pobytových) karet, zavedení systému klubových výhod (klubové karty, návštěvnické pasy, atd.) pro návštěvníky regionu
- 2) Zavedení systému výhod pro stálé (věrné) návštěvníky regionu – stimulace účastníků k opětovné návštěvě města

8 VLASTNÍ PROJEKT

Priorita 1: Vytváření konkurenceschopných turistických produktů cestovního ruchu pro různé cílové skupiny

Opatření 1.1.: Tvorba stěžejních produktů cestovního ruchu města Zlín

Cíle:

Vytvoření pevné a zajímavé nabídky produktů cestovního ruchu, která bude atraktivní pro návštěvníky města

Aktivity naplňující opatření:

- 1) Podpora business turistiky a ubytování a zvýšení počtu pořádaných firemních akcí ve městě Zlín – spolupráce s hotely na vytvoření zvýhodněné cenové nabídky ubytování pro firmy a podpora spolupráce s cestovními agenturami při pořádání doprovodných akcí, pravidelných veletrhů, odborných konferencí pro firmy, které zajistí pravidelný přísun těchto turistů.
- 2) Produkt: Tomáš Baťa a jeho odkaz – propojení historického odkazu Tomáše Bati a města Zlín v myslích návštěvníků. Podpora spolupráce s cestovními agenturami při pořádání prohlídek míst, kde žil a působil Tomáš Baťa a pořádání prohlídek budov, které byly postaveny za jeho éry. Propojení všech produktů s podobnou tematikou v jeden tématický celek, který bude prezentován návštěvníků, propagace i dalších atraktivit v rámci tohoto tématického celku (Obuvnické muzeum, Filharmonie Bohuslava Martinů, Dům umění, areál bývalých Baťových závodů, Velké kino Zlín, Zlínský mrakodrap, vila Tomáše Bati, Lesní hřbitov).
- 3) Poznávací turistika – pořádání poznávacích zájezdů po okolí města, pěších túr, spolupráce s cestovními agenturami, které zajistí realizaci.
- 4) Podpora relaxačních a ozdravných pobytů v lázních Kostelec – spolupráce s lázněmi Kostelec na vytvoření vhodné produktové a cenové nabídky, která bude cenově atraktivní i pro turisty z okolních obcí, podpora marketingové strategie lázní, která zvýší povědomí o tomto produktu v očích návštěvníků, poskytování finanční dotace na inzerci v regionálním či národním odborném tisku, formou odborných či marketingových přednášek na toto téma, informování návštěvníků, kteří cestují za prací o možnosti využití relaxačních a ozdravných pobytů, propagace na-

bídky relaxačních a ozdravných pobytů formou propagačních letáků, umístění informací o relaxačních a ozdravných pobytech na turistický portál města.

Realizační výstupy opatření:

- zvýšení atraktivnosti města v očích návštěvníků
- zvýšení zájmu o cestovní ruch ve městě
- zvýšení počtu turistů z okolních obcí a měst a zapojení všech věkových skupin účastníků cestovního ruchu
- rozšíření poznání o uměleckých hodnotách na území města

Financování:

- z vlastních prostředků města Zlín
- dotace z grantů Zlínského kraje
- dotace z grantů a fondů státu
- dotace z fondů a iniciativ EU

Celkový objem potřebných finančních prostředků: 1 000 000 Kč

Opatření 1.2.: Tvorba produktů cestovního ruchu zaměřených na témata a akce

Cíle:

Vytvoření atraktivní nabídky produktů cestovního ruchu se zaměřením na určité tématické akce

Aktivita naplňující opatření:

- 1) Aktivní turistika, sport, sportovní kempy – rozšíření sportovních aktivit ve městě – pořádání pravidelné pěší túry (hlavně pro starší účastníky), podpora pořádání turnajů se zaměřením na konkrétní populární sportovní odvětví ve městě – pořádání fotbalových turnajů s využitím fotbalového stadionu, basketbalové turnaje s využitím sportovního areálu Bartošova čtvrť, bruslení pro veřejnost možností zimního stadionu (zapojení mladších účastníků cestovního ruchu). Zavedení zvýhodněného star-

tovného, vstupného nebo zvýhodněného ubytování pro účastníky těchto aktivit ve spolupráci s hotely či ubytovnami v blízkosti.

- 2) Gastronomické akce – podpora a spolupráce se soukromými subjekty při pořádání pravidelných gastronomických akcí (se zaměřením na místní gastronomické speciality), které budou mít stejnou tradici jako ostatní každoroční festivaly ve městě Zlín. Využití hotelu Moskva jako reprezentačních prostor.
- 3) Programy pro školy – aktivní spolupráce se školami v okolních obcích, spolupráce se soukromými subjekty při pořádání různých výstav, podpora návštěv Obuvnického muzea, Filharmonie Bohuslava Martinů, Velkého Kina, zajištění zvýhodněných divadelní představení pro školní zařízení ve spolupráci s divadly, naučné projekce v sálech místní univerzity, které přilákají i mladší populaci z okolních obcí.

Realizační výstupy opatření:

- zvýšení zájmu a povědomí o sportovních aktivitách ve městě
- zvýšení počtu turistů z okolních obcí a měst a zapojení všech věkových skupin účastníků cestovního ruchu

Financování:

- z vlastních prostředků města Zlín
- dotace z grantů Zlínského kraje
- dotace z grantů a fondů státu
- dotace z fondů a iniciativ EU

Celkový objem potřebných finančních prostředků: 400 000 Kč

Priorita 2: Rozvoj základní turistické infrastruktury

Opatření 2.1.: Zlepšení dopravní infrastruktury a dostupnosti regionu

Cíle:

Vytvoření kvalitní základní dopravní infrastruktury.

Aktivita naplňující opatření:

- 1) Zlepšení situace na hlavním tahu Zlín – Malenovice – Otrokovice – podpora spolupráce se stavebními firmami na omezení uzavírek z důvodu výstavby na dobu nezbytně nutnou, popřípadě je naplánovat na dny, kdy provoz není tak silný
- 2) Rozvoj doprovodné turistické infrastruktury - budování turistických a prohlídkových pěších tras a značení ve městě, budování okruhů pro pěší s různou tematikou.
- 3) Řešení komplexního systému cykloturistiky – výstavba, vyznačení a údržba cyklostezek. Nezastupitelným prvkem jsou turisticky značené pěší trasy a v posledních letech stále oblíbenější využívání kola jako prostředku sportovního vyžití širokých vrstev obyvatel. Zatímco značení pěších turistických tras lze považovat za vyhovující, cyklistické značení není v současné době dokončeno a nesplňuje potřebu města a jeho návštěvníků. Používání kola pak vyžaduje existenci specializovaných servisních dílen, ale hlavně je třeba navrhnout a zřizovat značení cyklotras, příp. výstavbu samostatných cyklostezek. Nutné je i sepsání informačních tiskovin a mapek cyklotras.

Realizační výstupy opatření:

- zlepšení dopravní dostupnosti na hlavním tahu
- vytvoření sítě turistických a prohlídkových pěších tras
- vytvoření vlastní sítě cyklotras a napojení města na tuto síť

Financování:

- z vlastních prostředků města Zlín
- dotace z grantů Zlínského kraje
- dotace z grantů a fondů státu
- dotace z fondů a iniciativ EU

Celkový objem potřebných finančních prostředků: 2 000 000

Opatření 2.2: Podpora rozvoje ubytovacích kapacit

Cíle:

Zlepšení stavu ubytovacích kapacit ve městě a podnítit výstavbu nových ubytovacích kapacit vzájemnou spoluprací se soukromými subjekty.

Aktivita naplňující opatření:

- 1) Udržování úrovně hotelů třídy *** - vypracování systému kontroly hotelů ve městě, vymezení kritérií, které budou splňovat všechny hotely (kvalita personálu, kvalita služeb), spolupráce s hotely na dodržování těchto kritérií
- 2) Podpora spolupráce při výstavbě hotelů třídy **** a ***** - podpora a poskytování informací pro soukromé subjekty, které mají zájem na vybudování hotelových komplexů ve městě, podpora ze strany města při žádání dotací pro realizaci takového projektu ze zdrojů EU

Realizační výstupy opatření:

- zlepšení úrovně ubytovacích kapacit

Financování:

- prostředky podnikatelů
- z vlastních prostředků města Zlín
- dotace z grantů Zlínského kraje
- dotace z grantů a fondů státu
- dotace z fondů a iniciativ EU

Celkový objem potřebných finančních prostředků: 100 000 Kč

Priorita 3: Marketingová podpora cestovního ruchu

Opatření 3.1: Komplexní plán propagace

Cíle:

Vytvoření kvalitního marketingového plánu města, který přiláká další návštěvníky z okolních obcí a měst

Aktivita naplňující opatření:

- 1) Zpracování komplexního plánu propagace (reklama, interní reklama, PR, billboardy) – spolupráce s cestovními agenturami, okolními městy na vlastní propagaci turistických produktů, nabízí se i možnost, kterou zatím preferují v hojné míře soukromé subjekty a to využití k propagaci billboardů na hlavních tazích se stručnými informacemi a s poutavým sdělením, které zároveň bude vyzývat potenciální turisty k návštěvě (čili nebude jen informovat), zajištění propagačních materiálů pro rozšíření povědomí o atraktivitách ve městě), tvorba a propagace vlastního magazínu, který bude distribuován v obcích po celém Zlínském kraji a bude zaměřen primárně na atraktivitu Zlína, aktivní propagace a podpora pořádaných akcí a festivalů ve Zlíně, možnost využití místního tisku, rozhlasu a rádií pro prezentaci těchto akcí.

Realizační výstupy opatření:

- vytvoření marketingového plánu včetně jasně zvolených forem propagace
- vlastní magazín, který bude propagovat město navenek

Financování:

- z vlastních prostředků města Zlín
- dotace z grantů Zlínského kraje
- dotace z grantů a fondů státu
- dotace z fondů a iniciativ EU

Celkový objem potřebných finančních prostředků: 1 000 000 Kč

Opatření 3.2: Vybudování kvalitního turistického portálu

Cíle:

Vybudování vhodného informačního portálu, který nahradí stávající nevyhovující stránky s informacemi o cestovním ruchu.

Aktivita naplňující opatření:

- 1) Vybudování a údržba kvalitního internetového turistického informačního portálu – portál musí splňovat požadavky na přehlednost, bude sloužit jako vstupní brána turistů do města, poskytne stručné informace. Důležitá je také propagace samotného

portálu, aby se o něm potenciální návštěvníci vůbec dozvěděli, budování komunity návštěvníků pomocí interaktivních forem jako jsou internetové diskuze a chaty.

- 2) Zpracování komplexní databáze turistických cílů a služeb města a okolí včetně jejich účinné prezentace na portále - přehled turistických cílů s podrobným popisem dané lokace s uvedenými důvody, které potenciální návštěvníky přesvědčí, že daná lokalita je zajímavá. Tyto informace budou k dispozici volně na internetu pro všechny návštěvníky. Nabízí se i forma zřizování tematických webů zaměřených jen na danou lokalitu.

Realizační výstupy opatření:

- kvalitní internetový informační portál o cestovním ruchu města, který bude zároveň mapovat turistické cíle s podrobnými informacemi
- další tematické weby, které budou lákat návštěvníky prostřednictvím internetu

Financování:

- z vlastních prostředků města Zlín

Celkový objem potřebných finančních prostředků: 20 000

Opatření 3.3.: Podpora prodeje

Cíle:

Zajištění systému výhod pro návštěvníky, které je přimějí k opakovaným návštěvám města.

Aktivita naplňující opatření:

- 3) Zavedení systému návštěvnických (pobytových) karet, zavedení systému klubových výhod (klubové karty, návštěvnické pasy, atd.) pro návštěvníky města - návštěvníci budou mít k dispozici karty, které obdrží při navštívení určitých atrakcí zdarma a díky spolupráci města s hotely, ubytovacími kapacitami a dalšími institucemi soukromého sektoru, jim tyto karty zajistí zvýhodněné ubytování či zvýhodněné služby v rozličných zařízeních (slevy na ubytování, vstupné do fitness center, lázní), zavedení zvýhodněného vstupného pro členy určitých zájmových skupin (například pro členy Klubu českých turistů).

- 4) Zavedení systému výhod pro stálé (věrné) návštěvníky regionu – navazuje na předchozí bod, hlavním cílem je stimulovat účastníky k opětovné návštěvě města.

Realizační výstupy opatření:

- vytvoření systému výhod a karet pro návštěvníky

Financování:

- z vlastních prostředků města Zlín
- prostředky podnikatelů

Celkový objem potřebných finančních prostředků: 10 000 Kč

ZÁVĚR

Cíl této bakalářské práce byl zaměřen na analyzování cestovního ruchu ve městě Zlín, na nalezení a definování možného rozvoje v oblasti cestovního ruchu a vypracování návrhu možného rozvoje a vypracování projektu, který bude tento návrh rozvíjet detailněji. Pro nalezení vypracování tohoto projektu byl v teoretické části charakterizován cestovní ruch, jeho typy, faktory, které ovlivňují jeho rozvoj v území. Zmíněn byl také ekonomický vliv cestovního ruchu na hospodářství země. Rovněž byly naznačeny teoretické vazby cestovního ruchu na regionální rozvoj, byly zmíněny důvody pro rajonizaci a její výhody. Nosným prvkem praktické části se stala analýza předpokladů cestovního ruchu, definování silných a slabých stránek v oblasti cestovního ruchu a potenciálních příležitostí a hrozeb. Na základě této analýzy se podařilo vypracovat návrh možného rozvoje a definovat tři hlavní priority rozvoje, které mají podpořit rychlý rozvoj v oblasti cestovního ruchu města Zlín. Na základě těchto priorit byl vypracován projekt, jehož cílem je podpořit rozvoj cestovního ruchu ve městě.

Tento projekt naznačil, kterým směrem by se město Zlín mohlo ubírat. Hlavní a stěžejní problém je ve špatné turistické infrastruktuře, nevyhraněných produktech cestovního ruchu, problém je i ve špatném marketing, který není proaktivní směrem ke koncovému zákazníkovi (turistovi). Tyto problémy se dají vyřešit vytvořením ucelené nabídky produktů cestovního ruchu, které budou hlavně atraktivní pro potenciální turisty, kvalitním marketingem a vhodně zvolenou propagací města a jeho stěžejních produktů, zlepšenou spoluprací města se soukromými subjekty nejenom v cestovním ruchu, ale i okolních odvětvích, které s cestovním ruchem nepřímo souvisí (doprava, ubytování).

SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

- [1] FORET, M., FORETOVÁ, V. *Jak rozvíjet místní cestovní ruch*. Praha: Grada Publishing, 2001. 178 s. ISBN 80-247-0207-X.
- [2] HRALA, V. *Geografie cestovního ruchu*. Praha: Oeconomica, 2005. 109 s. ISBN 80-245-0858-3.
- [3] MIRVALD, S. (1996) *Geografie cestovního ruchu*. Plzeň: ZČU. 3.vyd., 128s. ISBN 55-097-96.
- [4] PALATKOVÁ, M. *Marketingová strategie destinace cestovního ruchu: jak získat více příjmů z cestovního ruchu*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2006. 341 s. ISBN 80-247-1014-5
- [5] TOUŠEK, V. a kol. *Ekonomická a sociální geografie*. Plzeň: Vydavatelství a nakladatelství Aleš Čeněk, 2008. 411 s. ISBN 80-7380-114-4.
- [6] VYSTOUPIL, J., HOLEŠINSKÁ, A., KUNC, J., ŠAUER, M. *Návrh nové rajonizace cestovního ruchu ČR*. Brno: ESF MU, 2007. 98 s. ISBN 978-80-210-4263-6
- [7] WOKOUN, R., a kol. *Regionální rozvoj a jeho management v České republice*. Praha: Oeconomica, 2007. 244 s. ISBN 978-80-245-1301-0
- [8] WOKOUN, R., VYSTOUPIL, J. *Geografie cestovního ruchu a rekreace I*. Praha: Státní pedagogické nakladatelství, 1987. 250 s.

SEZNAM POUŽITÝCH INTERNETOVÝCH ZDROJŮ

- [1] CzechTourism: Turistické regiony pro zahraničí, turistické oblasti pro Česko [online]. [cit. 2010-01-03]. Dostupné z WWW: <<http://www.czechtourism.cz/index.php?show=002010001>>
- [2] Český statistický úřad: Cestovní ruch [online]. [cit. 2010-4-03]. Dostupné z WWW: <http://www.czso.cz/csu/redakce.nsf/i/cestovni_ruch>
- [3] Integrovaný operační program 2007 – 2013 [online]. [cit. 2010-04-04]. Dostupné z WWW: <<http://www.strukturalni-fondy.cz/iop>>
- [4] MMR ČR. Koncepce státní politiky cestovního ruchu v České republice na období 2007-2013. Praha: MMR ČR, 2007, 66 s. Dostupné z WWW: <<http://www.mmr.cz/getdoc/1233f813-16a2-4cea-ac21-7e65a3435c8d/Koncepce-statni-politiky-cestovniho-ruchu-v-CR-na->>
- [5] Národní rozvojový plán České republiky 2007 – 2013 [online]. [cit. 2010-02-03]. Dostupné z WWW: <<http://www.strukturalni-fondy.cz/getdoc/8f1552fc-d149-4a99-9638-2903d6e7dcc3/Narodni-rozvojovy-plan-Ceske-republiky-2007%E2%80%942013>>
- [6] Politika územního rozvoje 2008 [online]. [cit. 2010-04-03]. Dostupné z WWW: <<http://www.mmr.cz/politika-uzemniho-rozvoje-cr-2008>
- [7] Program rozvoje cestovního ruchu ve Zlínském kraji [online]. [cit. 2010-07-03]. Dostupné z WWW: <<http://www.kr-zlinsky.cz/docDetail.aspx?nid=3325&docid=29586&doctype=ART&did=3333>>
- [8] Státní politika životního prostředí ČR pro období 2004 – 2010 [online]. [cit. 2010-04-04]. Dostupné z WWW: <[http://www.cenia.cz/web/www/webpub2.nsf/\\$pid/MZPMSFHDHER2](http://www.cenia.cz/web/www/webpub2.nsf/$pid/MZPMSFHDHER2)>

SEZNAM OBRÁZKŮ

Obr. 1: Zahraniční hosté v hromadných ubytovacích zařízeních za rok 1992 – 2005.....	23
Obr. 2: Zaměstnanost v pohostinství a ubytování 2001.....	26
Obr. 3: Turistické regiony České republiky.....	29
Obr. 4: Turistické oblasti České republiky.....	30

SEZNAM TABULEK

Tab. 1. Vize vývoje příjezdů mezinárodního cestovního ruchu do roku 2020.....	14
Tab. 2. Devizové příjmy cestovního ruchu a výdaje na cestovní ruch za roky 1992 – 2005.....	24
Tab. 3. Podíl cestovního ruchu na hlavních makroekonomických indikátorech v evropských zemích – rok 2004.....	25
Tab. 4. Vývoj devizových příjmů z mezinárodního cestovního ruchu v ČR – 1993 – 2005.....	26
Tab. 5. Demografická struktura obyvatel města Zlín.....	47
Tab. 6. Kapacita hromadných ubytovacích zařízení v obcích Zlínského kraje podle kategorie ubytovacího zařízení k 31. 12. 2008.....	47
Tab. 7. Návštěvnost a kapacita hromadných ubytovacích zařízení v obcích roce 2008.....	48
Tab. 8. Převažující důvod návštěvy města Zlína.....	52
Tab. 9. Turisticky nejzajímavější místa a akce ve městě Zlíně.....	53