

# **Analýza cestovního ruchu v mikroregionu Vsetínsko**

Michal Baroš

---

Bakalářská práce  
2015

 Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně  
Fakulta managementu a ekonomiky

---

# ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Michal Baroš**  
Osobní číslo: **M12118**  
Studijní program: **B6208 Ekonomika a management**  
Studijní obor: **Management a ekonomika**  
Forma studia: **prezenční**

Téma práce: **Analýza cestovního ruchu v mikroregionu Vsetínsko**

Zásady pro vypracování:

## Úvod

Definujte cíle práce a použité metody zpracování práce.

### I. Teoretická část

- Vypracujte literární rešerši a vysvětlete základní teoretické pojmy týkající se oblasti cestovního ruchu.

### II. Praktická část

- Charakterizujte mikroregion Vsetínsko.
- Analyzujte a vyhodnoťte současný stav cestovního ruchu v mikroregionu Vsetínsko.
- Navrhněte možnosti zlepšení cestovního ruchu v mikroregionu Vsetínsko.

## Závěr

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

Seznam odborné literatury:

**HORÁKOVÁ, Helena. Strategický marketing. 2., rozš. a aktualiz. vyd. Praha: Grada, 2003, 200 s. ISBN 8024704471.**

**JAKUBÍKOVÁ, Dagmar. Marketing v cestovním ruchu. 1. vyd. Praha: Grada, 2009, 288 s. ISBN 978-80-247-3247-3.**

**KOTÍKOVÁ, Halina. Nové trendy v nabídce cestovního ruchu. 1. vyd. Praha: Grada, 2013, 207 s. ISBN 978-80-247-4603-6.**

**KOTLER, Philip a Gary ARMSTRONG. Principles of marketing. 15th global ed. Harlow: Pearson, c2014, 716 s. ISBN 978-0-273-78699-3.**

Vedoucí bakalářské práce: **doc. Ing. Josef Kubík, CSc.**  
Ústav managementu a marketingu  
Datum zadání bakalářské práce: **16. února 2015**  
Termín odevzdání bakalářské práce: **15. května 2015**

Ve Zlíně dne 16. února 2015

prof. Dr. Ing. Drahomíra Pavelková  
*děkanka*



doc. Ing. Pavla Staňková, Ph.D.  
*ředitel ústavu*

## PROHLÁŠENÍ AUTORA BAKALÁŘSKÉ/DIPLOMOVÉ PRÁCE

### Prohlašuji, že

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

### Prohlašuji,

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

Ve Zlíně: 14.5.2015

Baroš  
.....  
podpis diplomanta

## **ABSTRAKT**

Tato bakalářská práce se zabývá analýzou cestovního ruchu v mikroregionu Vsetínsko. Práce je koncipována na teoretickou a praktickou část. V teoretické části je definován cestovní ruch, vymezeny základní pojmy, provedeno rozdělení cestovního ruchu, uvedeny předpoklady rozvoje cestovního ruchu a především je zde k nalezení marketing cestovního ruchu, který je podkladem pro praktickou část.

Praktická část se věnuje analýze současného stavu cestovního ruchu v mikroregionu Vsetínsko. Dotazníkovým šetřením jsou získány informace od návštěvníků i rezidentů mikroregionu. Tyto informace slouží jako jeden z podkladů k vypracování SWOT analýzy a návrhům na zvýšení cestovního ruchu v dané oblasti.

**Klíčová slova:** cestovní ruch, mikroregion Vsetínsko, SWOT analýza, marketing, rozvoj

## **ABSTRACT**

This thesis deals with the analysis of tourism in the microregion Vsetínsko. The thesis is conceived on a theoretical and practical part. In the theoretical part is defined tourism, basic concepts, classification of tourism, assumptions of tourism development and marketing of tourism, which provides the foundation for the practical part.

The practical part is devoted to the analysis of the current state of tourism in the microregion Vsetínsko. Questionnaire survey obtained information from both visitors and residents of the microregion. This information serves as a basis for SWOT analysis and proposals to increase tourism in the area.

**Keywords:** Tourism, Microregion Vsetínsko, SWOT analysis, Marketing, Development

Rád bych zde poděkoval vedoucímu mé bakalářské práce panu doc. Ing. Josefu Kubíkovi, CSc. za odbornou pomoc, cenné rady a připomínky při zpracování této bakalářské práce.

Současně bych rád poděkoval i panu Otakaru Hoškovi z turistického informačního centra ve Vsetíně za vstřícnost, jeho čas a informace, které mi pro mou práci poskytl.

Na závěr nesmím opomenout poděkovat mé rodině, za podporu a trpělivost během celé doby mého studia.

# OBSAH

<b>ÚVOD</b> .....	<b>9</b>
<b>CÍLE A METODY ZPRACOVÁNÍ PRÁCE</b> .....	<b>10</b>
<b>I TEORETICKÁ ČÁST</b> .....	<b>11</b>
<b>1 CESTOVNÍ RUCH</b> .....	<b>12</b>
1.1    DEFINICE CESTOVNÍHO RUCHU .....	12
1.2    VYMEZENÍ ZÁKLADNÍCH POJMŮ .....	13
1.3    TYPOLOGIE CESTOVNÍHO RUCHU.....	13
1.3.1    Druhy cestovního ruchu .....	14
1.3.2    Formy cestovního ruchu.....	16
1.4    OKOLÍ A PŘEDPOKLADY ROZVOJE CESTOVNÍHO RUCHU.....	23
1.4.1    Ekonomické prostředí .....	23
1.4.2    Politické prostředí .....	23
1.4.3    Sociální prostředí .....	24
1.4.4    Technicko - technologické prostředí .....	25
1.4.5    Ekologické prostředí .....	26
<b>2 CESTOVNÍ RUCH V ČESKÉ REPUBLICE</b> .....	<b>27</b>
2.1    VÝVOJ A SOUČASNÝ STAV CESTOVNÍHO RUCHU V ČR.....	27
2.1.1    Česká centrála cestovního ruchu - CzechTourism .....	28
<b>3 MARKETING CESTOVNÍHO RUCHU</b> .....	<b>29</b>
3.1    MARKETINGOVÝ VÝZKUM.....	30
3.1.1    Primární marketingový výzkum.....	31
3.1.2    Sekundární marketingový výzkum .....	31
3.2    SWOT ANALÝZA .....	32
3.3    MARKETINGOVÁ STRATEGIE .....	33
3.3.1    Marketingový mix .....	34
<b>4 SHRUTÍ POZNATKŮ Z TEORETICKÉ ČÁSTI</b> .....	<b>38</b>
<b>II PRAKTICKÁ ČÁST</b> .....	<b>39</b>
<b>5 CHARAKTERISTIKA MIKROREGIONU</b> .....	<b>40</b>
5.1    PŘÍRODNÍ PODMÍNKY V MIKROREGIONU VSETÍNSKO.....	42
5.1.1    Geologická stavba .....	42
5.1.2    Vodopis .....	42
5.1.3    Flóra a vegetace.....	42
5.1.4    Živočišstvo .....	43
5.1.5    Klimatické poměry .....	45
5.2    NEJZAJÍMAVĚJŠÍ OBCE MIKROREGIONU .....	46
5.2.1    Vsetín .....	46
5.2.2    Valašské Meziříčí .....	48
5.2.3    Rožnov pod Radhoštěm .....	50
5.2.4    Velké Karlovice .....	51
5.2.5    Nový Hrozenkov .....	52
<b>6 ANALÝZA MIKROREGIONU VSETÍNSKO</b> .....	<b>53</b>

6.1	PODMÍNKY PRO CYKLOTURISTIKU .....	53
6.2	PODMÍNKY PRO PĚŠÍ TURISTIKU.....	55
6.3	PODMÍNKY PRO LYŽOVÁNÍ .....	57
6.4	PODMÍNKY PRO KOUPÁNÍ .....	57
6.5	PODMÍNKY PRO UBYTOVÁNÍ.....	58
6.6	PODMÍNKY PRO STRAVOVÁNÍ .....	59
6.7	DOTAZNÍKOVÉ ŠETŘENÍ.....	59
6.7.1	Vyhodnocení hypotéz.....	69
6.8	ANALÝZA SWOT .....	71
6.8.1	Silné stránky .....	71
6.8.2	Slabé stránky .....	71
6.8.3	Příležitosti .....	72
6.8.4	Hrozby .....	72
<b>7</b>	<b>NÁVRHY NA ZVÝŠENÍ CESTOVNÍHO RUCHU V MIKROREGIONU VSETÍNSKO.....</b>	<b>73</b>
7.1	PROPAGACE.....	73
7.2	TVORBA PRODUKTOVÝCH BALÍČKŮ .....	74
7.3	DALŠÍ NÁVRHY .....	76
	<b>ZÁVĚR .....</b>	<b>77</b>
	<b>SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY.....</b>	<b>79</b>
	<b>SEZNAM OBRÁZKŮ .....</b>	<b>82</b>
	<b>SEZNAM TABULEK.....</b>	<b>83</b>
	<b>SEZNAM PŘÍLOH.....</b>	<b>84</b>



## ÚVOD

Cestovní ruch se stal v posledních desetiletích celosvětovým fenoménem a řadí se k nejdynamičtěji se rozvíjejícím hospodářským odvětvím světové ekonomiky. Pro řadu zemí může cestovní ruch představovat jediný zdroj příjmů a působit tedy jako hlavní rozvojový faktor těchto zemí. Cestovní ruch jako fenomén současnosti nemá pouze význam ekonomický, ale jeho dopady mohou být i sociální, politické, kulturní a mnohé jiné.

Česká republika patří k zemím, které jsou z hlediska cestovního ruchu díky bohatému přírodnímu a kulturně - historickému potenciálu velmi atraktivní. V současné době dochází k zájmu turistů nejen o velká a známá města, ale také o regiony a mikroregiony, kde se turisté mohou věnovat různým druhům aktivit, jakou jsou např. poznávání památek, sport, turistika, odpočinek, atd.

Jedním z takových mikroregionů je i mikroregion Vsetínsko, o kterém bude pojednávat tato bakalářská práce. Mikroregion se nachází v malebném Valašsku a nabízí turistům spoustu druhů aktivit. Mezi turisticky nejzajímavější místa se řadí především město Vsetín, Velké Karlovice, Nový Hrozenkov, Valašské Meziříčí, Rožnov pod Radhoštěm, horské středisko Pustevny a hora Radhošť.

Hlavním cílem bakalářské práce bude zmapovat současný stav cestovního ruchu v mikroregionu Vsetínsko a na základě získaných informací navrhnout doporučení, která by mohla pomoci k rozvoji cestovního ruchu v této lokalitě.

Bakalářská práce bude koncipována do dvou částí: teoretické části a části praktické. V teoretické části bude za pomoci odborné literatury charakterizován cestovní ruch, budou zde vymezeny základní pojmy, typologie a podmínky rozvoje cestovního ruchu. Dále nebude chybět ani vývoj cestovního ruchu v ČR a marketing v cestovním ruchu.

V praktické části bude kladena návaznost na část teoretickou. V úvodu praktické části budou uvedeny základní informace o analyzované oblasti z důvodu seznámení se s danou oblastí a jejími přírodními podmínkami. Dále bude následovat analýza současného stavu mikroregionu v oblasti cestovního ruchu. Jako jeden z prvků analýzy bude využito dotazníkové šetření.

Výsledky analýzy následně budou shrnuty ve SWOT analýze, která na základě těchto poznatků poslouží k navržení doporučení pro zlepšení cestovního ruchu v mikroregionu Vsetínsko.

## CÍLE A METODY ZPRACOVÁNÍ PRÁCE

Hlavním cílem bakalářské práce bylo zmapovat současný stav cestovního ruchu v mikroregionu Vsetínsko a na základě získaných informací navrhnout doporučení, která by mohla pomoci k rozvoji cestovního ruchu v této lokalitě.

Jako jedna z technik výzkumného projektu, která k tomu měla napomoci, byla vybrána metoda dotazníkového šetření. Respondenti byli pro tento výzkum rozdělení do dvou skupin:

- návštěvníci mikroregionu,
- rezidenti mikroregionu.

Distribuce dotazníků probíhala dvěma způsoby. Část dotazníků byla k dispozici pro respondenty v turistickém informačním centru ve Vsetíně a část dotazníků byla vedena přímým dotazováním respondentů. Dotazníky byly v turistickém informačním centru od 17. 4. 2015 do 4. 5. 2015. Dotazování přímým kontaktem proběhlo ve dnech 18. 4. 2015 v lokalitách Kohútka, Nový Hrozenkov a Velké Karlovice a 25. 4. 2015 v lokalitách Valašské Meziříčí, Rožnov pod Radhoštěm a Radhošť.

Při zpracování dat bylo využito programu Excel, do kterého byla vložena surová data získaná z dotazníkového šetření. Výsledky byly zaznačeny do dvou typů grafů – výsečového a sloupcového. Grafy pak byly lehce upraveny v programu malování systému Windows a byly vloženy do bakalářské práce jako obrázek.

Ke zjištění existence závislosti jedné z hypotéz dotazníkového šetření byly využity i výpočty v programu XL Statistics. Zde byla použita metoda analýzy závislosti kategoriálních proměnných - test  $r \times 2$ .

## **I. TEORETICKÁ ČÁST**

# 1 CESTOVNÍ RUCH

## 1.1 Definice cestovního ruchu

V odborné literatuře můžeme nalézt spoustu definic cestovního ruchu.

Pojem cestovní ruch lze definovat jako přesun lidí z míst jejich vlastního pobytu do míst, která jsou vzdálena od jejich místa bydliště. Tento přesun se uskutečňuje v důsledku pro ně příjemných činností. Tím pádem nemůžeme pojmy jako migrace nebo výkon normální denní práce v jiné oblasti než žijeme označit za cestovní ruch. (Jakubíková, 2012, s. 18)

Horner a Swarbrooke (2003, s. 53) interpretují definici cestovního ruchu podobně, nicméně říkají, že tato definice není úplně přesná, protože nedefinuje například, jak dlouho musíme strávit mimo domov, nebo jakou vzdálenost musíme procestovat, abychom mohli být považováni za turistu.

Kotíková (2013, s. 15) tvrdí, že cestovní ruch je odvozen od slova cestování, nicméně oba pojmy se liší. Pokud si pojem cestování představíme jako různé cesty, které lze propojit dočasným pobytem na jiném místě, tak pojem cestovní ruch je mnohem objemnější. O cestovním ruchu hovoříme tehdy, když je cestování za pomoci specializovaných organizací spojeno s poskytováním různých specifických služeb (ubytování, stravování a jiné).

Důležitým krokem v definování cestovního ruchu se stala konference Světové organizace cestovního ruchu (WTO), která se uskutečnila roku 1991 v Ottawě. Na této konferenci byl 250 představiteli z 91 zemí podán návrh, který požadoval konsolidaci základních pojmů, které souvisejí s cestovním ruchem. Výsledkem se stala naformulovaná definice cestovního ruchu, která byla následně přijata jako oficiální definice cestovního ruchu: „Cestovní ruch je definován jako činnost osoby, cestující na přechodnou dobu do místa mimo její běžné životní prostředí a to na dobu kratší než je stanovena, přičemž hlavní účel její cesty je jiný než vykonávání výdělečné činnosti v navštíveném místě“. (Indrová a kolektiv, 2009, s. 12)

## 1.2 Vymezení základních pojmů

Na konferenci WTO, nebyl definovaný pouze cestovní ruch, ale byly vymezeny i pojmy, které s cestovním ruchem úzce souvisejí. (Ryglová, 2009, s. 11)

Mezi tyto pojmy patří:

- **Průmysl cestovního ruchu** – pod tímto pojmem si můžeme představit souhrn přímých podnikatelských aktivit. Tím rozumíme soubor ubytovacích a stravovacích služeb, činnosti cestovních kanceláří a doprovodných služeb.
- **Ekonomika cestovního ruchu** – jedná se o rozšíření předchozího pojmu o veškeré nepřímé ekonomické aktivity, které souvisejí s cestovním ruchem.
- **Turista** – jedná se o osobu, která cestuje do jiné země ve které se zdrží alespoň jedno přenocování (24 hodin), ne však déle než jeden rok (v domácím cestovním ruchu je to půl roku).
- **Výletník** – výletníkem je osoba, která cestuje do jiné země na dobu kratší, než je 24 hodin, aniž by přenocoval. Výletníkovi se také říká jednodenní návštěvník.
- **Rezident** – nebo také stálý obyvatel je osoba, která žije v dané zemi alespoň jeden rok.
- **Cestování** – tento pojem můžeme spojit i s dalšími motivy, které nezařazujeme do cestovního ruchu (cesta do práce a jiné).
- **Turistika** – jedna z dílčích částí cestovního ruchu. V tomto případě spojena s pohybovou aktivitou účastníků (cykloturistika, horská turistika apod.).
- **Destinace** – turistická oblast (stát, region, místo), kterou si návštěvník vybírá jako cíl své cesty.
- **Rezort** – nejmenší destinační jednotka. Je to menší oblast, kterou návštěvník vyhledává za účelem trávení volného času, odpočinku, sportovních a dalších aktivit (například lyžařský rezort, zábavní rezort aj.).

## 1.3 Typologie cestovního ruchu

Doposud byl cestovní ruch definován jen ve všeobecné rovině jeho pojetí, nicméně tahle specifikace je nedostačující, protože cestovní ruch v každodenní praxi nabývá konkrétní podoby a vyskytuje se v různých druzích a formách, které se neustále vyvíjejí. (Hesková, 2006, s. 21)

Z tohoto hlediska se tedy s cestovním ruchem v odborné literatuře setkáváme v závislosti na tom, jak se projevuje v konkrétní podobě, ať už na straně poptávky účastníků cestovního ruchu, nebo na straně nabídky.

Cestovní ruch se v odborné literatuře nejčastěji dělí na:

- **druhy cestovního ruchu**, které zohledňují převážně účel účastníků, díky kterému přebývají na cizím místě,
- **formy cestovního ruchu**, které se zaměřují především na různé příčiny cestovního ruchu, které ho ovlivňují a důsledky, které přináší v závislosti na geografických, společenských a jiných podmínkách.

Druhy a formy cestovního ruchu se často vyskytují ve vzájemných kombinacích tak, aby docházelo k optimálnímu uspokojování potřeb účastníků cestovního ruchu a spokojenosti podnikatelského prostředí

### 1.3.1 Druhy cestovního ruchu

Hesková (2006, s. 22) tvrdí, že druhů cestovního ruchu může být podle zvolených kritérií celá řada. Za základní se považuje klasifikace podle účelu (motivu). Z hlediska této klasifikace mluvíme zejména o rekreačním, sportovním, dobrodružném, mysliveckém a rybářském, kulturním a náboženském, zdravotním a společenském cestovním ruchu.

V praxi se často druhy cestovního ruchu vyskytují ve společné podobě, kdy jeden z nich bývá dominantní. Například rekreační cestovní ruch se nejčastěji kombinuje se sportovním cestovním ruchem apod.

#### Rekreační cestovní ruch

Pro tento druh cestovního ruchu je specifické vhodné přírodní prostředí s cílem odpočinku a zlepšení psychické a fyzické kondice člověka.

Indrová a kolektiv (2009, s. 18) dodávají, že pro tento typ cestovního ruchu není charakteristický jen pasivní, ale i aktivní odpočinek, který je spojen s aktivním pobytem v přírodě a provozováním mnoha sportovních aktivit, her, zájmů koníčků (např. zahrádkaření) apod. Za určitý specifický typ rekreačního cestovního ruchu můžeme tedy považovat i chataření a chalupaření.

### **Sportovní cestovní ruch**

Stejně jako u rekreačního cestovního ruchu ho můžeme rozdělit na aktivní a pasivní. Při aktivním vykonávání se jedná o provádění, různých sportovních činností, které předpokládají určitou fyzickou kondici. Může se jednat například o turistiku, která může být pěší, vodní, horská nebo cykloturistika. Pasivní činnost má podobu diváctví sportovních akcí.

Sportovní cestovní ruch má velkou spojitost i s ročním obdobím a to v souvislosti s provozováním různých sportovních aktivit. V létě jsou oblíbené hlavně sporty spojené s vodou, dále míčové hry a pro náročnější účastníky například golf. Kdežto v zimě převažují sporty, jako jsou lyžování, sáňkování a bruslení tvrdí Hesková (2006, s. 23).

### **Dobrodružný cestovní ruch**

Dobrodružný cestovní ruch (adrenalinové sporty) je součástí sportovního cestovního ruchu a je spojený s nebezpečím a touhou po neznámém. Otestovat psychické a fyzické vlastnosti účastníků, zažít nějaké dobrodružství s jistou mírou kontrolovaného rizika. Nejznámější je sjíždění divokých řek a vodopádů (rafting) a skákání z výšek, ať už například ve formě seskoku s padákem, nebo tzv. bungee - jumping. (Foret a Foretová, 2001, s. 17)

### **Myslivecký cestovní ruch**

Jeden z dalších druhů cestovního ruchu je myslivecký cestovní ruch. Vychází z toho, že jeho účastníci jsou motivováni lovem různých druhů zvěře a ptáků. Do tohoto cestovního ruchu můžeme zařadit i **rybářský cestovní ruch**, který souvisí s chytáním ryb na udici nebo s potápěním, ať už v řekách, přehradách a rybnících, či jezerech a mořích.

Hesková (2006, s. 24) dále tvrdí, že důležitou podmínkou mysliveckého a rybářského cestovního ruchu je dodržování platné legislativy týkající se ochrany přírody a země. Provozování těchto dvou činností tím pádem podléhá kontrole a poplatkům.

### **Kulturní cestovní ruch**

Podle Indrové a kolektivu (2009, s. 18) je tento cestovní ruch zaměřený především na poznávání historie, kultury, tradic a zvyků různých národů. Představuje symbiózu vzdělávání a účelného trávení volného času. V praxi zahrnuje především návštěvu kulturně historických památek (hradů, zámků, staveb lidové architektury a dalších kulturně historických objektů), různých kulturních zařízení (muzea, galerie, obrazárny a další), kulturních akcí (festivaly, slavnosti) a návštěvu přírodních zajímavostí (jeskyně, vodopády, atd.).

Díky jeho podílu na zvyšování společenské, kulturní a odborné úrovně lidí dochází často ke kombinaci s jinými druhy cestovního ruchu, zejména rekreačním a zdravotním říká Hesková (2006, s. 24).

### **Náboženský (poutní) cestovní ruch**

Je součástí kulturního cestovního ruchu. V praxi se tento cestovní ruch označuje jako poutní turistika, kde hlavním cílem jsou návštěvy různých poutních a posvátných míst (Jeruzalém, Vatikán, ale i Hostýn apod.), církevních památek a religiózních slavností a událostí.

### **Zdravotní cestovní ruch**

Foret a Foretová (2001, s. 17) praví, že tento cestovní ruch zahrnuje především zdravotní prevenci, rehabilitaci, rekonvalescenci i léčení následků nemocí v lázních, či jiných zdravotně příznivých prostředích.

Indrová a kolektiv (2009, s. 18) tuhle větu dále rozšiřují. Tvrdí, že zde můžeme zahrnout celou řadu zdravotně orientovaných aktivit, jako jsou např. rekondičně orientované pobyty zaměřené především na obnovení a udržení psychické a fyzické kondice člověka. Důležitým faktorem v rozvoji tohoto druhu cestovního ruchu je stále zvyšující se uvědomění lidí v oblasti péče o vlastní zdraví a zdravý způsob života. Vliv zde hraje i stále rostoucí vrstva manažerů, kteří požadují rychlé, ale intenzivní zotavení.

### **Společenský cestovní ruch**

Je zaměřený na společenské styky a komunikaci mezi lidmi, kdy se jedná např. o setkávání příbuzných a vytváření nových přátelských vztahů a známostí s lidmi, kteří mají stejné zájmy a záliby o společenský život. S tímto souvisí i pojem **klubová turistika**, která představuje určitou skupinu lidí, které spojují právě společné zájmy, záliby a obdobný styl trávení volného času (klubová rekreační střediska). (Indrová a kolektiv, 2009, s. 19)

#### **1.3.2 Formy cestovního ruchu**

„Formy cestovního ruchu umožňují blíže určit podstatu cestovního ruchu z hlediska potřeb a cílů jeho účastníků. Toto poznání dovoluje lépe připravit produkt a nabízet ho na trhu cílové skupině účastníků cestovního ruchu.“ (Hesková, 2006, s. 27)

Typologii forem cestovního ruchu můžeme rozdělit do několika kritérií.



### Z geografického hlediska

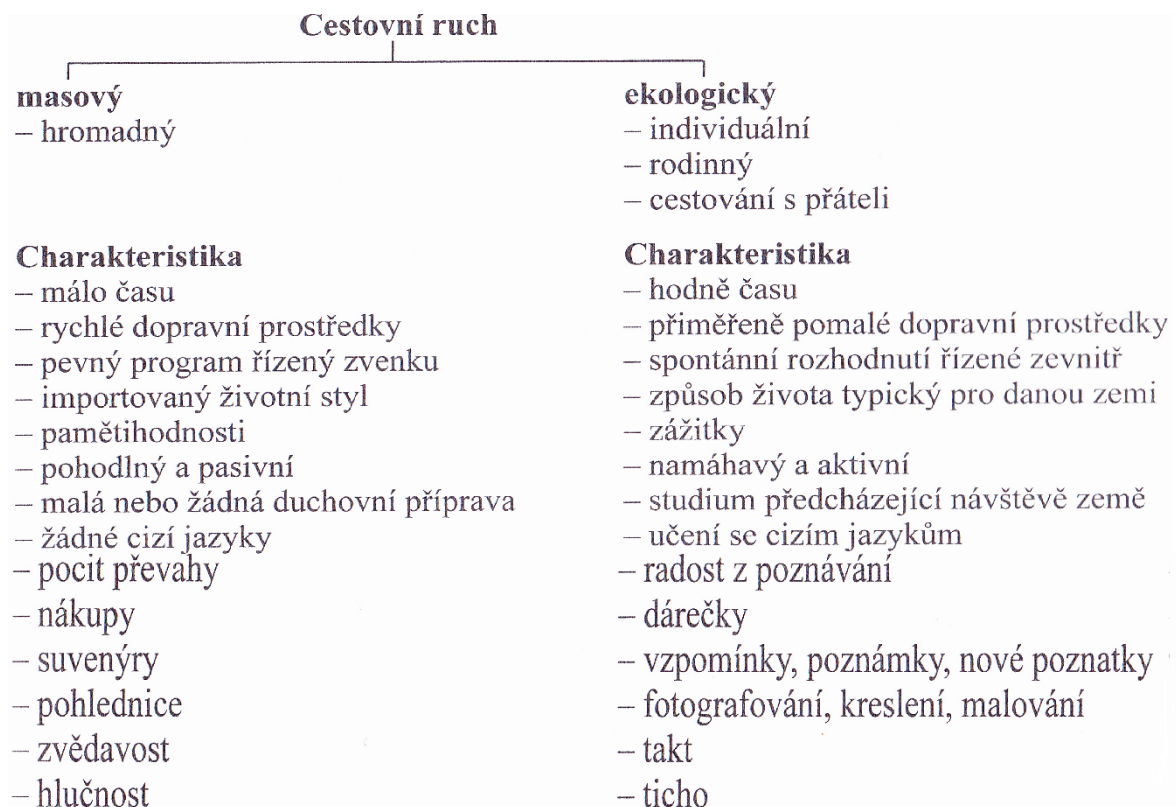
Nebo také cestovní ruch dle místa realizace. Z tohoto hlediska je cestovní ruch členěný podle místa, na kterém se odehrává. Můžeme jej rozdělit podle třech kritérií na (Hesková, 2006, s. 27):

- **domácí cestovní ruch** – představuje osoby, které jsou obyvateli dané země a cestují uvnitř daného státu. Nepřekračují hranice daného státu.
- **zahraniční cestovní ruch** – při něm dojde vždy k překročení hranice daného státu. Z hlediska konkrétního státu může mít zahraniční cestovní ruch aktivní a pasivní charakter:
  - **aktivním zahraničním cestovním ruchem** rozumíme příjezdy zahraničních návštěvníků do dané země. Výdaje těchto návštěvníků se projevují v aktivech bilance cestovního ruchu jako součást platební bilance státu. Má obdobný vliv na platební bilanci státu jako export zboží (přináší devízové prostředky). V praxi se pro aktivní zahraniční cestovní ruch využívá termín „incoming.“
  - **pasivním zahraničním cestovním ruchem** rozumíme výjezd rezidentů do zahraničí. Jejich výdaje se v mateřské zemi projevují v pasivech bilance cestovního ruchu jako součást platební bilance státu. Jeho vliv na platební bilanci je podobný dovozu zboží (odčerpává devízové prostředky). V praxi se pro pasivní zahraniční cestovní ruch využívá termín „outgoing.“
- **mezinárodní cestovní ruch** – hovoříme o nejširším pojmu z hlediska územní realizace daného státu. Dochází k pohybu účastníků mezi státy, bez konkrétního teritoriálního určení. Jinými slovy se jedná o zahraniční cestovní ruch více států. S mezinárodním cestovním ruchem souvisí ještě dva další pojmy:
  - **cestovní ruch světový** – zahrnuje veškerý cestovní ruch na světě, při němž dochází k překračování hranic. Jinak řečeno jedná se o souhrn pasivního a aktivního zahraničního cestovního ruchu všech zemí světa.
  - **cestovní ruch světa** – jeho součástí je veškerý cestovní ruch, který je na světě realizován. Jedná se tedy o souhrn domácího a zahraničního cestovního ruchu všech států světa.

### Podle počtu účastníků

Hesková (2006, s. 28) tvrdí, že podle počtu účastníku můžeme rozdělit cestovní ruch do 4 skupin:

- **individuální** – při tomto druhu cestovního ruchu cestuje účastník sám, nebo s malou skupinou lidí (rodinou).
- **skupinový** – cesta na destinované místo a pobyt zde je zajišťován hromadně. Může se jednat o organizovaný, nebo neorganizovaný cestovní ruch.  
V rámci tohoto kritéria bývá ještě někdy používán pojem tzv. klubová turistika, která byla popsána výše.
- **masový a ekologický cestovní ruch** – jedná se o protipóly. Jejich základní charakteristiky můžete vidět na následujícím obrázku.



Obrázek 1: Základní charakteristiky masového a ekologického cestovního druhu (Hesková, 2006, s. 28)

### Podle způsobu zabezpečení cesty a pobytu

Podle tohoto kritéria se bere v potaz skutečnost, jaký subjekt zajišťuje pobyt a cestu účastníků.

Dochází k rozdělení na dva způsoby (Indrová a kolektiv, 2009, s. 24):

- **organizovaný** - cestu a pobyt zde zajišťují profesionální organizátoři cest, kterými jsou cestovní kanceláře či jiné subjekty poskytující zprostředkovatelské služby. Účastník si nakupuje ucelený zájezd, který na rozdíl od neorganizovaných cest má stanovené pevné body programu, ve kterých je relativně malá volnost rozhodování.
- **neorganizovaný** – veškeré služby si volí a zajišťuje účastník sám.

### Podle věku účastníků

Hesková (2006, s. 30) říká, že toto kritérium uplatňujeme ve vztahu k různým věkovým skupinám, které se liší od ostatní populace např. svými potřebami, chováním, nároky apod. Hovoříme o cestovním ruchu dětí, mládeže, rodinném a seniorském.

- **cestovní ruch dětí** – tato forma je určena dětem ve věku do 15 let, které se zúčastňují organizovaných pobytů jako například různé sportovní či jinak zaměřené tábory, školní výlety a další. Děti se těchto pobytů účastní bez rodičů, avšak s jejich souhlasem.
- **cestovní ruch mládeže** – je obvykle charakterizován jako cestovní ruch mladých lidí přibližně ve věku 15 – 25 let. Jedná se o osoby, které jezdí na prázdniny nebo výlety bez svých rodičů, ale ještě ne se svými rodinami. Mládež svým chováním napodobuje dospělé, upřednostňuje kolektivní akce, hlučnější zábavu, různé sportovní a kulturní soutěžení za přístupné ceny.
- **rodinný cestovní ruch** – někdy taky označován jako rodinná rekreace, je určena zejména pro mladé rodiny ve věku 25 – 44 let. Rodiny hledají určitou kvalitu života, jehož součástí může být i trávení volného času mimo místo svého bydliště. Subjekt, který zajišťuje rodinou rekreaci, by měl připravit takový produkt, který bude vhodný a zábavný jak pro děti, tak i pro dospělé.
- **cestovní ruch seniorů** – tímto pojmem rozumíme důchodce či obyvatele tzv. třetího věku. Pro tyto osoby je charakteristické, že mají dostatek času a dostatečný ekonomický fond. Mezi oblíbené činnosti seniorů týkajících se cestovního ruchu patří například poznávací zájezdy, lázeňské a zdravotní pobyty, pobyty v klimaticky příjemných místech apod.

### Z hlediska délky účasti

Cestovní ruch je dle tohoto hlediska jednoduše dělen na:

- **krátkodobý** – je charakteristický krátkou dobou pobytu (zpravidla do tří přenocování). Jeho cílem je odpočinek, rozptýlení, zábava. Někdy ho můžeme označit taky jako tzv. **víkendový cestovní ruch**, protože se nejčastěji provozuje koncem týdne.
- **dlouhodobý** – délka pobytu je delší jak 3 dny, nikoli však déle aby se osoba stala rezidentem. V domácím cestovním ruchu 6 měsíců, v zahraničním 1 rok.

### Dle převažujícího místa pobytu

Dle tohoto kritéria rozlišujeme (Hesková, 2006, s. 31):

- **městský cestovní ruch** – nebo také městská turistika. Má většinou krátkodobý charakter, jehož motivem je návštěva a poznání turisticky zajímavých měst.
- **venkovský cestovní ruch** – souvisí s příznivým životním prostředím. Můžeme hovořit o cestování, které je spojené s návratem k přírodě a možností ubytování ve vesnických domech. Specifickou formou venkovského cestovního ruchu je tzv. **agroturistika**. Tímto pojmem rozumíme pobyt na různých farmách a statcích spojených s aktivní účastí na životě v nich. Jedná se o trend návratu k přírodě a aktivnímu odpočinku.
- **horský a vysokohorský cestovní ruch** – tímto pojmem rozumíme pobyt v horských a vysokohorských střediscích a činnostmi s tím spojené, jako jsou pěší, horská a vysokohorská turistika, v zimě lyžování, snowboarding atd.
- **přímořský cestovní ruch** – pobyt v přímořských letoviscích a provádění činností s tím spojených.

### Podle ročního období

Dle tohoto kritéria se rozlišují typy jako **letní, zimní, sezónní** cestovní ruch, kde sezónou rozumíme období s vysokou koncentrací návštěvnosti místa a tím i maximální nabídky služeb. V cestovním ruchu můžeme účinky sezóny pozorovat zvýšeným počtem účastníků cestovního ruchu, zvýšením intenzity využívání dopravních prostředků, obsazeností ubytovacích kapacit apod.

Opakem sezónního cestovního ruchu je **mimosezónní** cestovní ruch, kde mimosezónu lze definovat jako období nízké návštěvnosti místa, což bývá velmi často doprovázeno sníženou nabídkou služeb.

### Podle použitého dopravního prostředku

Tenhle cestovní ruch, jak už název napovídá, souvisí s využitím určitého dopravního prostředku.

- **motorizovaný cestovní ruch** – jedná se o formu sportovního cestovního ruchu, která je spojena s využitím přepravy motorovým dopravním prostředkem, ať už se jedná o automobil nebo motocykl. Je pro něj příznačné, že jsme odkázáni sami na sebe a ne na hromadnou osobní dopravu, tím pádem dosahujeme destinace naší cesty rychleji. Pokud nevlastníme dopravní prostředek tak je zde možnost využít pronájmu požadovaného dopravního prostředku. (Hesková, 2006, s. 34)
- **karavaning** – Hesková (2006, s. 34) o karavaningu mluví jako o formě motorizovaného cestovního ruchu. Karavaningu vděčíme za vznik mototuristiky díky tomu, že položil její základy. Kombinuje rychlou přepravu v podobě automobilu a nahrazuje nám příbytek, který využíváme v místě pobytu.
- **železniční cestovní ruch** – v drtivé většině se jedná o organizovaný cestovní ruch, který byl již popsán výše. Jeho podstatou je cestování po železnici, ať už se jedná o cestování vsedě, lůžkovým nebo lehátkovým vagónem. Pro přepravu nejsou využívány obyčejné vlaky, ale rekreační, nebo mimořádné, méně pravidelné vlaky.  
V souvislosti s železničním cestovním ruchem nehovoříme pouze o přepravě, ale i o využití stravovacích služeb v restauračním voze a v poslední době často zahrnovaným salónním vozem, který slouží k zatraktivnění přepravy pro cestující. (Hesková, 2006, s. 35)
- **letecký cestovní ruch** – opět zde hovoříme o organizovaném cestovním ruchu, zabezpečeným cestovní kanceláří leteckého dopravce. Cestovní kancelář nezabezpečuje pouze přepravu, ale i celou řadu služeb dostupných ve vybraných střediscích cestovního ruchu. Letecká doprava je ze všech možných způsobů dopravy nejrychlejší, nicméně její výhody se projeví až při přepravě na větší vzdálenosti. Do leteckého cestovního ruchu můžeme zařadit i malá dopravní letadla nebo helikoptéry, které se využívají pro vyhlídkové a panoramatické lety tvrdí Hesková (2006, s. 35).
- **lodní cestovní ruch** – Hesková (2006, s. 35) tvrdí, že se jedná o formu cestovního ruchu, která je spojena s cestováním a pobytem na vodě. K tomuto se využívají říční a mořské lodě nebo jachty. V současnosti můžeme rozlišit několik druhů plaveb:
  - **léčebné námořní plavby**, které se zaměřují na léčení a odpočinek,
  - **školní plavby** sloužící k získání dovedností ovládnutí lodi jako součást školního vzdělání,

- **výletní krátké plavby,**
- **vícedenní plavby,** které souvisí s návštěvou předem stanovených cílových míst,
- a nakonec **podmořská turistika** (potápění, plavba ponorkou), která je součástí dobrodružného cestovního ruchu.

### **Z hlediska dynamiky**

Z tohoto pohledu se zabýváme pobytovým a putovním cestovním ruchem.

**Pobytový cestovní ruch** nebo jinak statický cestovní ruch se vyznačuje tím, že jeho účastníci přebývají více dnů na jednom místě. V souvislosti s druhem cestovního ruchu se účastníci v místě pobytu věnují různým aktivitám.

**Putovní cestovní ruch** (dynamický), jak už název napovídá, souvisí s přesunem ve většině případů organizované skupiny po stanovené trase a s nějakým poznávacím cílem (poznávání přírody, regionu atd.). Vzhledem k tomu, že tu hraje velkou roli onen poznávací cíl, se často putovní cestovní ruch označuje, jako poznávací cestovní ruch. (Hesková, 2006, s. 36)

### **Ze sociologického hlediska**

Hesková (2006, s. 36) říká, že ze sociologického hlediska můžeme rozčlenit cestovní ruch do následujících kategorií:

- **návštěvy příbuzných a známých** - dochází k němu z různých důvodů. Mezi nejčastější důvody patří upevňování rodinných vztahů a účast na rodinných společenských událostech, ať už se jedná o radostné jako je například svatba nebo oslava narozenin, tak i smutné, do kterých můžeme zařadit pohřeb.
- **sociální cestovní ruch** – dříve taky označován jako vázaný cestovní ruch, souvisí s tím, že část nebo všechny náklady, které souvisí s účastí na cestovním ruchu, je hrazena nějakou organizací či institucí.  
V našich podmínkách můžeme mluvit například o dětských táborech, lázeňských pobytech atd. Tím se také liší od **komerčního cestovního ruchu**, kde veškeré náklady si účastník hradí sám.
- **etnický cestovní ruch** – tento pojem souvisí s cestováním, jehož hlavním motivem je návštěva původní vlasti návštěvníků nebo návštěva zajímavých národností s cílem poznat jejich kulturu.

## 1.4 Okolí a předpoklady rozvoje cestovního ruchu

Na cestovní ruch a jeho rozvoj má velký vliv okolí (vnější prostředí), ve kterém se nachází. Mezi nejvýznamnější patří vlivy ekonomické, politické, sociální, technicko - technologické a ekologické. Pro rozvoj cestovního ruchu hraje velkou roli i jeho zpětná vazba, tj. vliv cestovního ruchu na jeho okolí.

### 1.4.1 Ekonomické prostředí

Pod pojmem ekonomické prostředí si musíme představit faktory, které ovlivňují kupní sílu spotřebitelů (návštěvníků) a strukturu jejich výdajů.

Ze strany hospodářské politiky ovlivňuje rozvoj cestovního ruchu např. směnitelnost měny, výše reálné mzdy, výše nere realizované kupní síly obyvatelstva a podpora podnikání v cestovním ruchu tvrdí Ryglová (2009, s. 27).

Jakubíková (2012, s. 124) přidává další faktory, které jsou podstatné pro ekonomické prostředí. Mezi ně můžeme zařadit ekonomický růst, který je provázaný s růstem hrubého domácího produktu, dále úroveň cen na trhu zboží a služeb, úroveň zaměstnanosti, inflace, stabilita měny, úroková míra a další.

Hesková (2006, s. 16) ve své knize dále podrobněji rozebírá některé faktory, které ovlivňují ekonomické prostředí. Rozhodujícím faktorem je růst hrubého domácího produktu, který je ovlivňován objemem výdajů a investic na cestovní ruch. Pro pozitivní rozvoj cestovního ruchu se snažíme sledovat trend, kdy výdaje na cestovní ruch rostou rychleji jak hrubý domácí produkt. Dalším důležitým faktorem je inflace. Ta způsobuje snížení kupní síly peněz a to má za příčinu zvýšení cen zboží a služeb cestovního ruchu. Nakonec je zmiňována ještě stabilita měny. Její devalvace činí cestování obyvatel do zahraničí dražší. Z toho vyplývá, že stabilita měny souvisí nejvíce se zahraničním cestovním ruchem.

Jak bylo uvedeno výše, na rozvoj cestovního ruchu hraje důležitou roli i jeho zpětná vazba. Pro ekonomické prostředí se zpětná vazba cestovního ruchu projevuje zvýšením zaměstnanosti, příjmy obyvatelstva, platební bilancí státu apod.

### 1.4.2 Politické prostředí

Pro rozvoj cestovního ruchu z hlediska politického prostředí je nejdůležitější mír a příznivé politické klima. Je zřejmé, že země, ve kterých probíhají občanské nepokoje a země, ve

kterých hrozí ohrožení bezpečnosti turistů například v důsledku terorismu, nejsou pro rozvoj cestovního ruchu vhodné.

Jakubíková (2012, s. 121) člení země podle politické stability následovně:

- země politicky stabilní
- země politicky nestabilní
- země před válečným konfliktem
- země ve válečném stavu

Velký vliv na cestovní ruch má legislativa, která buď vytváří, popřípadě utlumuje podmínky pro jeho rozvoj.

Pro úspěšný rozvoj cestovního ruchu v politickém prostředí je důležité odstraňování překážek v podobě cestovních formalit. Tím je myšleno např. zrušení vízové povinnosti jednotlivých zemí atd. Co se týče zpětné vazby, tak cestovní ruch hraje významnou roli v prohlubování vztahu mezi jednotlivými státy a upevňování světového míru. (Hesková, 2006, s. 18)

### 1.4.3 Sociální prostředí

Sociální prostředí je stanoveno společenským zřízením. To má za vliv např. rozdělování hrubého domácího produktu, pracovní a mimopracovní podmínky a také sociální politiku státu.

V souvislosti s rozdělováním hrubého domácího produktu mluvíme o hmotné spotřebě a spotřebě služeb obyvatelstva, což má vliv na životní úroveň obyvatelstva (stravování, vybavenost domácnosti apod.) a dále na úroveň veřejné spotřeby (např. zdravotnictví, školství).

Pracovní podmínky jsou spojené s vykonávanou prací (délka pracovní doby, intenzita, bezpečnost atd.). Mimopracovní podmínky dáváme do souvislosti s fondem volného času. Ve společnostech, kde je vysoká životní úroveň se volný čas dostává na přední místo.

Sociální politika má za cíl postarat se o ty občany, kteří mají nedostatečné nebo žádné peněžní příjmy. Snahou je zajistit alespoň základní životní potřeby. To se zajišťuje pomocí podpory v nezaměstnanosti, příspěvků na děti apod. uvádí Jakubíková (2012, s. 125).

Hesková (2006, s. 18) dále dodává, jakým způsobem se projevuje zpětná vazba cestovního ruchu na sociálním prostředí. Může se jednat například o diferenciaci nabídky produktu tak, aby se cestovního ruchu mohli zúčastnit i sociálně slabší skupiny obyvatelstva, včetně zdravotně hendikepovaných.



#### 1.4.4 Technicko - technologické prostředí

Tímto pojmem rozumíme zejména dopravní infrastrukturu a dále faktory, které vytvářejí nové technologie ulehčující poskytování jednotlivých druhů služeb cestovního ruchu.

Dopravní infrastrukturou se myslí neustále větší využití dopravních prostředků. S růstem populace přichází ruku v ruce zvyšující se motorizace obyvatelstva a tím pádem potřeba nových cest a dálničních tahů. Dále se může jednat o stále se zvyšující potřebu leteckých spojů a tím pádem zvyšování frekvence jednotlivých spojů a budování nových letišť. Nesmíme opomenout v ČR velmi oblíbenou železniční dopravu a s tím související zvyšování kapacity železniční dopravní sítě. (Hesková, 2006, s. 19)

Rozvoj dopravy nicméně doprovází, i celá řada negativních dopadů. Namátkou stojí zmínit např. vyšší znečišťování a zasahování do přírody, obliba automobilových prostředků se projevuje v zahlcení hraničních přechodů a zvyšujícím se počtu dopravních nehod.

Kromě dopravní infrastruktury sem ještě můžeme zařadit výše zmíněné nové technologie. Ty mají za následek ulehčování poskytování jednotlivých druhů služeb cestovního ruchu. Tyto technologie umožňují např. šetřit energii, zajistit snazší způsoby rezervování ubytování, využívání internetu jako distribuční cesty atd. Celkově lze konstatovat, že těmito novými technologiemi roste vliv automatizace, tvrdí Jakubíková (2012, s. 127).

Jako příklad využití nových technologií lze uvést hoteliérství. Hostům už nestačí ke spokojenosti pouze dobré jídlo a klidný spánek jak tomu bylo dříve. Naopak lidé vyžadují technologický komfort, na který jsou zvyklí z domova. Hoteliéři, tedy do hotelového prostředí zařadily celou řadu technologií. WiFi technologie, televizory s HD rozlišením a mnohé další technologie jsou dnes běžnou součástí nabídek hotelů.

Hesková (2006, s. 19) opět dodává zpětnou vazbu cestovního ruchu na technicko - technologické prostředí. Ta se projevuje pohodlím a rychlostí přepravy, tvorba dopravní infrastruktury, která má zpřístupnit i méně známé atraktivity cestovního ruchu a v neposlední řadě vytvoření specifického softwaru pro potřeby např. ubytovacích zařízení.

### 1.4.5 Ekologické prostředí

Palatková a Zichová (2014, s. 36) se zmiňují, že velká část cestovního ruchu je do značné míry už z hlediska své podstaty závislá na přirozené atraktivitě prostředí. Zhoršování životního prostředí souvisí s ekonomickým růstem. Přirozeně atraktivní prostředí nalezneme v oblastech, které byly v minulosti, nebo stále ještě jsou méně ekonomicky využívány jinými zejména průmyslovými odvětvími. Naopak v oblastech, které byly a jsou průmyslově využívány a mají vysoký stupeň urbanizace, která vede k narušení životního prostředí, je obyvatelstvo motivováno k hledání přírodního prostředí, které je v kontrastu s jejich obvyklým prostředím.

Ryglová (2009, s. 27) dále dodává, že cestovní ruch se rozvíjí tam, kde existují vhodné přírodní a kulturně - historické zdroje rozmístěné v zemi. Masový rozvoj cestovního ruchu může mít za příčinu zhoršení kvality přírody v oblastech velké koncentrace cestovního ruchu. Tohle může mít dále za příčinu zhoršení rovnováhy země u prvků jako je voda, ovzduší, flora a fauna, které mohou vést k zhoršení nebo i úplné likvidaci cestovního ruchu. Proto se s ohledem na trvale využitelný cestovní ruch v některých oblastech vyplatí uplatňovat principy tzv. **demarketingu**. Pomocí tohoto principu máme za cíl snížit poptávku a tím eliminovat negativní dopady vysoké koncentrace lidí na určitém ohroženém území (např. zpoplatnění návštěvy přírodní rezervace, řízení návštěvnosti v národních parcích atd.).

Pokud se pokusíme snížit vliv cestovního ruchu na životní prostředí, můžeme očekávat, že se zvýší ekologické cítění obyvatelstva. To se projeví přechodem účastníků masového cestovního ruchu na tzv. ekologický cestovní ruch, který, byl zmíněn v kapitole forem cestovního ruchu. Jedny z prvních požadavků, dožadujících se tohoto přechodu se datují již z poloviny sedmdesátých let 20. století. (Hesková, 2006, s. 20)

## 2 CESTOVNÍ RUCH V ČESKÉ REPUBLICE

Česká republika sídlící v srdci Evropy, s bohatou historií, která nám zanechala spoustu architektonických skvostů prakticky všech stavebních slohů, s přírodou udivující svou rozmanitostí a hojností přírodních druhů je přímo předurčena stát se turistickou destinací světového formátu.

### 2.1 Vývoj a současný stav cestovního ruchu v ČR

První etapu rozvoje cestovního ruchu můžeme datovat do období mezi dvěma světovými válkami. V té době měl cestovní ruch převážně pobytový charakter a měl významný sezónní charakter – realizoval se převážně v létě. Největší podíl na formování cestovního ruchu u nás v té době měl Čedok, který po svém vzniku v roce 1920 zaujal hlavní postavení v oblasti cestovního ruchu nejen v Československé republice, ale zařadil se i mezi největší cestovní kanceláře na světě. (Hesková, 2006, s. 50)

Ryglová (2009, s. 19) datuje druhou etapu rozvoje cestovního ruchu od konce druhé světové války po rok 1989. V tomto období byl cestovní ruch výrazně ovlivněn hospodářsko - politickými poměry. V důsledku studené války se v obou blocích vyvíjel cestovní ruch odlišně. Československá republika byla bohužel součástí socialistických států, ve kterých byly prakticky potlačeny základní předpoklady pro rozvoj cestovního ruchu, tj. svoboda pohybu a dostatek volných peněžních prostředků. Příjezdový cestovní ruch nedosáhl v roce 1957 ani 15 % úrovně roku 1937, stejný poměr vykazoval i výjezdový zahraniční cestovní ruch.

Charakteristické rysy cestovního ruchu v České republice, v tomto období byly následující:

- až 95 % cestovního ruchu tvořil domácí cestovní ruch,
- zahraniční cestovní ruch tvořily cca z 90 % výjezdy do socialistických zemí,
- administrativně politické zásahy státu do oblasti cestovního ruchu,
- do nesocialistických států se smělo vycestovat pouze pod podmínkou devízového příslibu, který vydala banka a výjezdní doložky vydávané policií,
- éra chataření a chalupaření nastává v 50. letech,
- fungovalo pouze pár cestovních kanceláří, které nestačily pokrýt poptávku po zahraničních zájezdech (Čedok, CKM, Autoturist,...),
- převažoval krátkodobý cestovní ruch (92 %),
- individuální cesty jsou realizovány většinou pod stan.

Poslední etapu rozvoje cestovního ruchu můžeme charakterizovat jako současné období (po roce 1989). Po tomto roce můžeme sledovat v České republice rozvoj jak příjezdového, tak i odjezdového cestovního ruchu. Tento rozvoj má na vědomí skutečnost, že v roce 1993 byla založena Česká centrála cestovního ruchu (ČCCR - dnes agentura CzechTourism).

### 2.1.1 Česká centrála cestovního ruchu - CzechTourism

Jedná se o státní příspěvkovou organizaci zřízenou Ministerstvem pro místní rozvoj ČR v roce 1993. Byla založena s cílem koordinace rozvoje cestovního ruchu a prezentace ČR na zahraničních trzích. Název „Česká centrála cestovního ruchu“ byl v září roku 2003 nahrazen současným názvem „CzechTourism.“ K snadnější orientaci veřejnosti jsou však při mnoha veřejných příležitostech dále používány obě označení současně. (CzechTourism, © 1997 – 2015)

Základním posláním České centrály cestovního ruchu je reprezentace „destinace ČR“ a jednotlivých regionálních produktů v zahraničí i v České republice. Mezi některé z hlavních úkolů, které slouží k dosažení těchto cílů, lze zařadit např. (CzechTourism, © 1997 – 2015):

- zajišťování, podpora a koordinace marketingových aktivit na domácím a zahraničním trhu,
- podpora všestranného rozvoje cestovního ruchu,
- vytváření příznivé image turistické destinace „Česká republika“ a její prosazování na domácím a zejména zahraničním trhu,
- podpora tvorby produktů cestovního ruchu s šetrným přístupem k životnímu prostředí,
- působení na českou veřejnost s cílem povzbudit vstřícné chování vůči zahraničním hostům a zdůraznění významu cestovního ruchu pro Českou republiku,
- a mnoho dalších.

K tomuto účelu CzechTourism spravuje 25 zahraničních zastoupení (Amsterdam, Berlín, Bratislava, Londýn, Madrid, New York, Paříž, Peking, a další).

### 3 MARKETING CESTOVNÍHO RUCHU

Marketing se jako teoretická disciplína poprvé začal uplatňovat začátkem 20. století v USA, ale jeho skutečný rozvoj v celosvětovém měřítku nastal až po druhé světové válce. V odborné literatuře můžeme nalézt desítky definic marketingu, nicméně za nejkomplexnější lze považovat definici „klasika marketingu“ Kotlera: „proces, při kterém společnosti vytváří hodnotu pro zákazníky a zároveň s nimi budují silné vztahy s cílem získat hodnotu od zákazníků na oplátku.“ (Kotler a Armstrong, 2015, s. 27)<sup>1</sup> Z této definice vyplývá, že marketing není činnost vykonávaná jen oddělením marketingu, nebo dokonce jednotlivcem. Marketing je podnikatelská filozofie, která se prolíná všemi činnostmi podnikatelského subjektu. V uvedeném smyslu znamená zjištění, poznání, stimulování a uspokojení poptávky.

Királová (2003, s. 13) tvrdí, že marketing jako podnikatelská filozofie, která vychází z podmínek na trhu a je na trh orientovaná, se v cestovním ruchu začala uplatňovat až v 60. letech minulého století. Királová (2003, s. 13) dále dodává, že pokud chceme marketing aplikovat v cestovním ruchu, tak je nutné vycházet z následujících specifíků cestovního ruchu:

- pro cestovní ruch je typická jeho vysoká závislost na okolním prostředí,
- ono okolní prostředí je základem výběru vhodné cílové skupiny,
- v cestovním ruchu hrají velkou roli kromě podniků cestovního ruchu i destinace cestovního ruchu (světadíl, stát, atd.),
- potřeby v cestovním ruchu se uspokojují zbožím a službami různých odvětví činnosti, které na sebe navazují, ve velkém množství případů jsou na sebe závislé a tvoří komplexní službu,
- produkt cestovního ruchu není možné vyrábět na sklad,
- sezónnost zde hraje velkou roli, v jejím důsledku nám vzniká zvýšená kolísavost mezi nabídkou a poptávkou,
- poptávka je zde silně ovlivněna fondem volného času účastníků, jejich disponibilními příjmy a cenovou hladinou nabízených služeb,
- na nabídku má naopak vysoký vliv rozvoj nových technologií,

---

<sup>1</sup> The process by which companies create value for customers and build strong customer relationships in order to capture value from customers in return

- charakteristickým jevem je i vysoký podíl živé práce.

Jak už z oněch specifík vyplývá, velmi důležitou roli hrají v cestovním ruchu služby. Podle Ryglové se službami obecně rozumí: „ekonomická činnost lidí, jejímž výsledkem jsou nemateriální hodnoty, které se projevují jako užitečné efekty pro spotřebitele služeb.“ (Ryglová, 2009, s. 96)

Službami cestovního ruchu nazýváme služby, kterými se zabezpečují potřeby účastníků cestovního ruchu. Cestovní ruch je svázán s poskytováním služeb.

Kotler a Armstrong (2015, s. 260) tvrdí, že pro služby jsou charakteristické tyto čtyři vlastnosti:

- **neuchopitelnost** – službu před nákupem není možné vidět, ochutnat, cítit, slyšet, ani ohmatat,
- **nerozdělitelnost** – výroba a spotřeba služeb probíhá ve stejný čas, a tím pádem nemůže být oddělena od jejího poskytovatele,
- **proměnlivost** – kvalita služby může z velké části záviset na tom, kdo, kde a jak ji provádí,
- **nestálost** – služba nemůže být skladována pro pozdější využití nebo prodej.

### 3.1 Marketingový výzkum

Výzkum se dá považovat za nezbytnou a v určitém ohledu za nejvýznamnější součást marketingu destinace cestovního ruchu. V současném marketingu se stal rozhodujícím faktorem vlastnictví informací, než vlastnictví jiných zdrojů. Konkurenci se může podařit okopírovat produkty nebo postupy, složitě však okopírují intelektuální kapitál, zdůrazňuje Palatková (2006, s. 84).

Zelenka (2010, s. 29) rozděluje marketingový výzkum podle několika hledisek:

- **podle metody získávání informací** – tímto se rozumí způsob provádění výzkumu a dále se dělí na primární a sekundární marketingový výzkum,
- **podle zaměření a výstupů** – kvalitativní, kvantitativní výzkum a teoretický výzkum,
- **podle časového hlediska** – můžeme rozlišovat výzkum orientovaný na minulost, výzkum orientovaný na současnost a modelování a projekce do budoucna.

### 3.1.1 Primární marketingový výzkum

Primární marketingový výzkum lze jinak označit jako výzkum v terénu, při kterém se sběr informací od respondentů získává přímým kontaktem s nimi. Cíle primárního marketingového výzkumu mohou být velmi různorodé a jsou zaměřeny na (potenciální) účastníky cestovního ruchu (zjišťování spokojenosti zákazníků, délku jejich pobytu, atd.). Mezi techniky primárního marketingového výzkumu můžeme zařadit např. dotazníkové šetření, anketu, řízený rozhovor, atd. (Zelenka, 2010, s. 30)

Zelenka (2010, s. 30) dále uvádí výhody a nevýhody primárního marketingového výzkumu. Za výhodu můžeme považovat například to, že ho můžeme přesně zacílit na požadované charakteristiky, a dále možnost výlučnosti zjištěných výsledků (konkurence je nemá k dispozici). Do nevýhod můžeme naopak zařadit třeba vysokou spotřebu zdrojů (lidský čas apod.).

**Dotazník** se využívá zejména pro kvantitativní výzkum, ale dá se využít i pro kvalitativní. Můžeme jej připravit buď v tištěné, nebo internetové formě. Pokud je dotazník šířen elektronicky (např. pomocí e-mailu), měli bychom očekávat jeho nízkou návratnost. Při provádění výzkumu na webu mohou být respondenti motivováni k vyplnění např. slosováním v rámci soutěže.

### 3.1.2 Sekundární marketingový výzkum

Sekundární marketingový výzkum vychází z již publikovaných údajů, jedná se vlastně o zpracování volně dostupných dat. Mezi jeho výhody patří hlavně jeho velmi nízká cena a rychlá dostupnost potřebných dat. Nevýhodou je naopak zastaralost údajů, nemusíme znát přesný způsob jejich zpracování, čímž se může snížit jejich hodnověrnost.

Zelenka (2010, s. 34) dále uvádí zdroje podkladů pro sekundární marketingový výzkum:

- podle typu organizací / firem mimo jiné:
  - státní instituce – statistický úřad, ministerstva
  - národní profesní asociace
  - mezinárodní asociace a organizace
  - poradenské firmy
  - konkurenční subjekty

- podle typu média mimo jiné:
  - odborné časopisy
  - web
  - denní tisk

### 3.2 SWOT analýza

SWOT – začáteční písmena příslušných anglických termínů:

- **Strengths** – silné stránky
- **Weaknesses** – slabé stránky
- **Opportunities** - příležitosti
- **Threats** – ohrožení

SWOT analýza slouží k základní identifikaci současného stavu nejen podniku a organizace, ale i destinace cestovního ruchu. Její smysl spočívá v sumarizaci základních faktorů působících na efektivnost marketingových aktivit, které ovlivňují dosažení vytyčených cílů. Tvoří logický rámec, který vede ke konkrétnímu systematickému zkoumání vnitřních předností a slabin, vnějších příležitostí a ohrožení i k vyslovení základních strategických alternativ, o kterých lze uvažovat. (Horáková, 2003, s. 42)

**Silné stránky** představují podle Horákové (2003, s. 46) takové pozitivní faktory, které výrazně ovlivňují prosperitu podniku nebo dané lokality. Může se jednat o odlišné způsobilosti (schopnosti, dovednosti atd.) zvýhodňující podnik vzhledem k trhu a konkurenci. Nejvítanější silné stránky jsou takové, které se dají těžko okopírovat, a kde je předpoklad, že budou po dlouhou dobu přinášet zisk, čili znamenají konkurenční výhodu.

Királová (2003, s. 38) k tomuto dále dodává, jaké silné stránky představují výhody destinace oproti konkurenci na trhu cestovního ruchu. Mohou jimi být:

- bohatost nabídky
- přírodní prostředí
- dobrá image
- vztah místních obyvatel k návštěvníkům destinace
- dobrá dopravní dostupnost
- celoroční atraktivita apod.



Pravým opakem jsou **slabé stránky**, které znamenají určitá omezení nebo nedostatky. Naší snahou by mělo být dané nedostatky co nejrychleji odhalit a pokusit se snížit jejich vliv na minimum. Királová (2003, s. 38) nám pak udává, jakou slabou stránku může destinace mít:

- zdevastované přírodní prostředí
- klimatické podmínky
- cena produktů a služeb
- terorismus
- negativní vztah obyvatel k návštěvníkům
- neznalost cizích jazyků
- dostupnost informací
- politická nestabilita apod.

Do **příležitostí** zaznamenáváme ty skutečnosti, které mohou zvýšit poptávku, nebo mohou lépe uspokojit zákazníky. Na trhu cestovního ruchu představují nejen výhody vyplývající ze silných stránek, ale i výhody vyplývající z vnějšího prostředí destinace.

**Hrozby** zaznamenávají ty skutečnosti, trendy, události, které mohou snížit poptávku nebo zapříčinit nespokojenost zákazníků. Ohrožení destinace na trhu cestovního ruchu obvykle vyplývá z jejich slabých stránek, resp. nevýhod v rámci vnějšího prostředí (směnný kurz měny, mezinárodní terorismus apod.). (Királová, 2003, s. 49)

### 3.3 Marketingová strategie

Horáková (2003, s. 71) tvrdí, že výsledky marketingového výzkumu a SWOT analýzy jsou základem pro marketingovou strategii, kterou v cestovním ruchu volíme v souladu s vizí a misí destinace. Marketingové strategie se zaměřuje na cílové trhy a jejich dosažení co nejúčinnějším způsobem. Dobře definovaný cílový trh přináší efektivnost do marketingové politiky. Pokud neznáme dobře svého zákazníka, tak se může stát, že vyplýváme svoje zdroje na zákazníka, který není cílový a nekupuje. Marketingové úsilí vyjde naprázdno. Dobře sestavený marketingový plán nám „ukáže“ na cílové zákazníky a marketingové úsilí je následně nastaveno správným směrem – cílový zákazník se dostane do jasného centra pozornosti. Marketingové nástroje jsou následně nastaveny v souladu uskutečnění tržní operace. Jedním z nástrojů, kterým lze dosáhnout požadovaných cílů je marketingový mix.

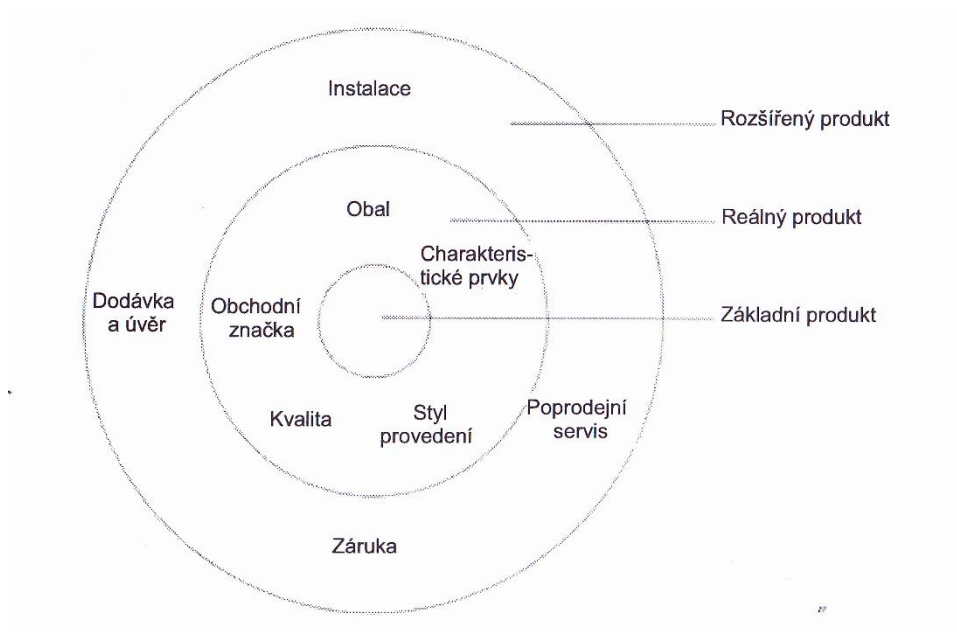
### 3.3.1 Marketingový mix

Kotler a Armstrong (2015, s. 76) definují marketingový mix jako: „souhrn marketingových nástrojů – produkt (product), cena (price), místo (place) a propagace (promotion), které firma spojuje jako odpověď na požadavky cílového trhu.“<sup>2</sup>

Marketing cestovního ruchu tuto klasickou podobu marketingového mixu rozšiřuje o další „čtyři P“: people (lidé), packaging (tvorba balíčků), programming (programová specifikace služeb) a partnership (spolupráce).

#### Produkt

Za produkt můžeme považovat vše, co je objektem směny. Může se jednat o výrobek, službu, značku, myšlenku, kulturní výtvar, libovolné místo atd. Pro produkt je typická koncepce, která je vyjádřena na následujícím obrázku – produktem není jenom vlastní zboží nebo služba, ale také aspekty spojené s poskytovatelem nebo distributorem produktu či fyzicky podporující jeho distribuci a služby spojené se spotřebou, dodávkou a likvidací produktu. Někdy se tato koncepce značí jako totální produkt.



Obrázek 2: Tři úrovně produktu (Horner a Swarbrooke, 2003, s. 156)

<sup>2</sup> The set of tactical marketing tools – product, price, place, promotion – that the firm blends to produce the response it wants in the target market.

Zelenka (2010, s. 87) uvádí, že za produkt cestovního ruchu můžeme určit souhrn veškeré nabídky soukromého či veřejného subjektu podnikajícího v cestovním ruchu nebo cestovní ruch koordinující. Jedná se o zboží (suvenýry, mapy apod.) nebo služby (ubytování, stravování atd.).

### **Cena**

Cenou můžeme obecně rozumět množství peněžních jednotek požadovaných za produkt. Cenu lze zaplatit ve formě peněz, zboží, služeb, přízně, volebního hlasu nebo čehokoliv jiného co má hodnotu pro druhou stranu. Správně stanovené cena je v cestovním ruchu ta, která v zákazníkovi vyvolá pocit, že za svou cenu získává skutečnou hodnotu.

Ryglová (2009, s. 104) dále udává hlavní cenové strategie v cestovním ruchu:

- **diferenciace cen podle segmentace klientely:** podle místa, času, podle věkové struktury, obchodního rozpětí,
- **podle fáze životního cyklu, kde se produkt nachází** – máme jiné ceny při zavádění a při nasycení produktu,
- **psychologické ceny,**
- **jednotné ceny** – typu „all inclusive“ či klubové ceny, které jsou stanoveny jednotně bez ohledu na rozsah čerpaných služeb.

### **Místo – distribuce**

Úkolem distribuce je co nejlépe přiblížit vyrobené produkty zákazníkovi. Rozhodnutí o tom, jakými cestami se náš produkt dostane k zákazníkovi, patří mezi nejdůležitější a následně ovlivňuje použití ostatních marketingových nástrojů. Kupříkladu na výši ceny se odrazí, zda se naše nabídka bude prezentovat prostřednictvím velkých prodejců nebo naopak cestou malých specializovaných cestovních kanceláří tvrdí Foret a Foretová (2001, s. 70) a následně vysvětlují, že v případě marketingu cestovního ruchu lze otázku místa a s ní související distribuce chápat minimálně ve třech následujících podobách:

- **může se jednat o samotnou atraktivitu místa** – místo může vynikat přírodními podmínkami, kulturně - historickými atd.,
- **místo může být zajímavé svojí polohou** – je v blízkosti velkých center nebo naopak „mimo civilizaci“ apod.,
- **zajištění dopravní dostupnosti našeho místa** – jednak jakými dopravními prostředky se tam můžeme dostat a následně, jak je doprava organizovaná.

## Propagace

Propagace je jeden z marketingových nástrojů, který slouží pro podporu prodeje a marketingovou komunikaci se stávajícími i potenciálními zákazníky.

Marketingové pojetí propagace se opírá o šest hlavních nástrojů (Foret a Foretová, 2001, s. 71):

- reklama jako placená forma v médiích
- podpora prodeje, která představuje krátkodobé podněty pro zvýšení nákupu nebo prodeje produktu
- public relations jako vytváření dobrých vztahů s veřejností
- osobní prodej
- direct marketing
- internet

Zelenka (2010, s. 107) dále dodává, že v cestovním ruchu se u propagace klade hlavně velký důraz na zážitek a emociální stránku, spolehlivost, neobvyklost nebo odlišnost nabídky.

## Lidé

Tato část marketingového mixu je velmi významná pro všechny obory cestovního ruchu. Všechny služby poskytují lidé a zaujímají v cestovním ruchu různé role. Může se jednat například o investory, vlastníky, manažery, zákazníky, rezidenty atd. Lidé ovlivňují ať už přímo či nepřímo kvalitu produktu a spokojenost zákazníka a v pozici zaměstnanců mají značný vliv na kvalitu poskytovaných služeb.

Jakubíková (2012, s. 282) uvádí, jaké požadavky jsou kladené na pracovníka v cestovním ruchu:

- odbornost a potřebná kvalifikace
- znalost produktu
- znalost prostředí
- zdvořilost
- důvěryhodnost
- spolehlivost
- vnímatelnost
- komunikativnost
- dobré vystupování

## **Balíčky**

Pojem balíček se využívá k zakoupení nebo rezervování dvou a více služeb za jednu cenu.

Klasickým příkladem nabídky balíčků služeb v cestovním ruchu je zájezd. V něm máme zahrnuté různé druhy služeb, jako jsou doprava, ubytování, stravování atd. Zákazník si od cestovní kanceláře může zakoupit již kompletní balíček uvedený v katalogu, nebo si jej může podle svých představ a přání sestavit s pracovníkem cestovní kanceláře.

## **Programová specifikace služeb**

Programová specifikace služeb úzce souvisí s tvorbou balíčků služeb. Jednotlivé nástroje jsou úzce propojené a mají za cíl vyvolat zájem zákazníků i v mimosezónním období.

Balíčky spolu s tvorbou programů v marketingovém cestovním ruchu plní pět klíčových úloh (Jakubíková, 2012, s. 284):

- eliminují působení faktoru času
- zlepšují rentabilitu
- podílejí se na používání segmentačních marketingových strategií
- jsou komplementární vůči ostatním součástem mixu výrobek / služba a při správné kombinaci vytvářejí mnohem zajímavější nabídku produktů
- spojují dohromady vzájemně nezávislé organizace pohostinství a cestovního ruchu, jakož i jiné subjekty, které zákazníci rádi navštěvují

## **Spolupráce**

Foret a Foretová (2001, s. 71) uvádí, že spokojenost zákazníků v cestovním ruchu je z velké části závislá na partnerech (dodavatelích). Je proto nutné aby partneři o sobě věděli, komunikovali spolu a hlavně spolupracovali, protože jsou na sobě existenčně závislí. Zákazník hodnotí svůj pobyt jako komplexní balíček. Pokud nebude s něčím spokojen, tak ho ztratíme natrvalo.

## 4 SHRUTÍ POZNATKŮ Z TEORETICKÉ ČÁSTI

Teoretická část bakalářské práce byla zpracována tak, aby zjištěné poznatky z této části bylo možné dále aplikovat v části praktické. Tohoto bylo dosaženo za pomoci literárních zdrojů, které sloužily jako podklad k vypracování literární rešerše.

V první části bylo definováno, co to vůbec cestovní ruch je a vymezeno pár základních pojmů, které s cestovním ruchem úzce souvisí.

V další části byl následně cestovní ruch rozdělen podle konkrétních druhů a forem, ve kterých se v praxi nejčastěji vyskytuje. Jednotlivé druhy a formy cestovního ruchu byly následně důkladněji rozebrány.

Dále následoval popis analýz jednotlivých faktorů cestovního ruchu (ekonomické, politické, sociální, technicko - technologické a ekologické), které mají největší význam na rozvoj v daném území.

V teoretické části nebyla opomenuta zmínka o postavení cestovního ruchu v České republice. Stručně byl shrnut jeho vývoj na našem území a vysvětleno, jak významnou roli hraje agentura CzechTourism pro zatraktivnění České republiky nejen pro zahraniční, ale i domácí turisty.

Poslední a také nejdůležitější částí je marketing cestovního ruchu, který se stane základním podkladem pro vypracování praktické části. Každá oblast cestovního ruchu, která chce být úspěšná a dále se rozvíjet musí využívat marketing. Z tohoto důvodu byly vysvětleny pojmy, jako jsou marketingový výzkum, SWOT analýza a byly popsány jednotlivé nástroje marketingového mixu, kterých se v cestovním ruchu vyskytuje osm.

## **II. PRAKTICKÁ ČÁST**

## 5 CHARAKTERISTIKA MIKROREGIONU



Mikroregion Vsetínsko je dobrovolný svazek obcí v okrese Vsetín a nacházející se v malebném regionu Valašsko. Mikroregion Vsetínsko je součástí Zlínského kraje, sdružuje celkem 44 obcí (tabulka 1) a jeho vznik se datuje k roku 2000. Jedná se o největší mikroregion ve Zlínském kraji. Jeho rozloha dosahuje 906 km<sup>2</sup> a pobývá v něm přes 126 000 obyvatel.

Území mikroregionu Vsetínsko tvoří desítky hor, kopců a pahorků, mezi nimiž jsou hluboce zakleslá údolí značně rozvětvené soustavy řeky Bečvy a její četné přítoky. Horský charakter území spolu s pastevním způsobem hospodaření a kdysi opožděným rozvojem průmyslu zpomalil vliv lidské činnosti na přetváření přírody; horské celky si tak zachovaly na mnoha místech neporušené přírodní krásy.



Obrázek 3: Mikroregion Vsetínsko (Mikroregiony Zlínského kraje – 2005, © 2006)



Tabulka 1: Obce sdružené v mikroregionu Vsetínsko (MOS - Městská a obecní statistika, © 2013)

Poř. č.	Obec	Rozloha (km <sup>2</sup> )	Počet obyvatel k 31. 12. 2014	Hustota (os. / km <sup>2</sup> )
1	Bystřička	9,51	992	104,31
2	Dolní Bečva	20,05	1 907	95,11
3	Francova Lhota	22,85	1 584	69,32
4	Halenkov	42,20	2 453	58,13
5	Horní Bečva	42,40	2 435	57,43
6	Horní Lideč	7,22	1 386	191,97
7	Hošťálková	26,90	2 197	81,67
8	Hovězí	22,13	2 383	107,68
9	Huslenky	35,08	2 214	63,11
10	Jablůnka	8,21	2 033	247,62
11	Janová	9,21	751	81,54
12	Karolinka	42,15	2 612	61,97
13	Kateřinice	13,37	1 011	75,62
14	Krhová	8,05	1 967	244,35
15	Lačnov	15,33	857	55,90
16	Leskovec	9,85	670	68,02
17	Lhota u Vsetína	11,26	775	68,83
18	Lidečko	17,37	1 817	104,61
19	Liptál	24,13	1 461	60,55
20	Lužná	15,69	624	39,77
21	Malá Bystřice	18,32	296	16,16
22	Mikulůvka	13,12	745	56,78
23	Nový Hrozenkov	43,43	2 666	61,39
24	Poličná	11,07	1 708	154,29
25	Prlov	7,14	531	74,37
26	Pržno	8,40	645	76,79
27	Ratiboř	18,75	1 836	97,92
28	Rožnov pod Radhoštěm	39,48	16 584	420,06
29	Růžďka	18,56	918	49,46
30	Seninka	7,26	318	43,80
31	Střelná	9,28	590	63,58
32	Střítěž	7,46	846	113,40
33	Študlov	9,42	503	53,40
34	Ústí	5,43	638	117,50
35	Valašská Polanka	12,35	1 388	112,39
36	Valašská Senice	16,00	457	28,56
37	Valašské Meziříčí	35,43	22 630	638,72
38	Velké Karlovice	80,80	2 517	31,15
39	Vidče	11,77	1 706	144,94
40	Vigantice	7,63	1 049	137,48
41	Vsetín	57,61	26 504	460,06
42	Zašová	22,53	3 005	133,38
43	Zděchov	13,00	581	44,69
44	Zubří	28,39	5 594	197,04

## 5.1 Přírodní podmínky v mikroregionu Vsetínsko

### 5.1.1 Geologická stavba

Území mikroregionu se nachází v geologicky složité oblasti Vnějších Západních Karpat, podle dominantního rozšíření tzv. flyše též označován starším názvem flyšové Karpaty. Pod pojmem flyš se dá představit specifická geologická formace. Vyznačuje se mnohonásobným opakováním sledů: pískovec, vápenec, vápnitý jílovec a jílovec, které se střídají v různém poměru. Flyš je velmi rozšířenou formací pásemných pohoří. Jeho název pochází ze Zillertálských Alp ve Švýcarsku, kde se masově vyskytuje a odráží jednu z lidského pohledu nemilou vlastnost této formace – náchylnost ke tvorbě skluzů a sesuvů. (Nekuda, 2002, s. 13)

### 5.1.2 Vodopis

Území mikroregionu Vsetínsko odvodňuje řeka Bečva prostřednictvím řeky Moravy do Dunaje a do Černého moře. Řeku Bečvu tvoří na horním toku dvě samostatné pramenné větve, Vsetínská a Rožnovská Bečva, které se spojují ve Valašském Meziříčí v jeden tok Bečvu.

Vsetínská Bečva dosahuje délky 59 km a odvodňuje plochu o velikosti 734 km<sup>2</sup>. Její pramen můžeme nalézt ve výšce okolo 900 m n. m. u Makového průsmyku, při styku Javorníků a Vsetínských vrchů. Jejími hlavními přítoky jsou potoky Babské, Jezerní, Bratřejůvka, Jasenice, Bystřice s vodní nádrží Bystřička, Vranča, Velká Stanovnice s vodárenskou nádrží pro pitnou vodu Karolinka, Černý, Kychová, Rokytenka a Mikulůvka. (Nekuda, 2002, s. 12)

Jak už bylo zmíněno výše, druhou pramennou větví Bečvy je Rožnovská Bečva o délce 36 km a ploše jejího povodí ve velikosti 254 km<sup>2</sup>. K jejím hlavním přítokům patří potoky Mečůvka, Kobylská, Kněhyně, Vermířovský, Zuberský a Srní. Na území mikroregionu nalezneme málo stojatých vod všech druhů. Vodní plochy zabírají méně než 1 % plošné rozlohy mikroregionu. Celkově lze nalézt v mikroregionu 983 hektarů vodních ploch, z toho připadá 6 % na potoky a rybníky s chovem ryb. (Nekuda, 2002, s. 12)

### 5.1.3 Flóra a vegetace

Území mikroregionu Vsetínsko se nachází při západním okraji karpatského horského oblouku, což se projevuje tím, že v jeho květeně jsou zastoupeny rostlinné druhy, které jsou rozšířeny především v oblasti Karpat. Tímto se zdejší květena liší od jiných území Čech a Moravy ležících západním směrem.

Mezi karpatskými druhy vynikají karpatské endemity, jež rostou pouze v Karpatech. V květeně mikroregionu mezi ně patří oměj tuhý moravský, světlík slovenský a chrpa javornická. (Nekuda, 2002, s. 49)

K fytogeograficky nejvýznamnějším druhům mikroregionu Vsetínska náleží řepíček řepíkovitý, který je rozšířený převážně v balkánských pohořích a u nás roste vzácně pouze v mikroregionu Vsetínsko a okrese Zlín. Podobnou zvláštností zdejšího mikroregionu je šafrán bělokvětý, který roste hojně v okolí Lačnova a odtud zasahuje až k Pozděchovu. Jeho přirozený výskyt je převážně v jižní Evropě, nejbliže našemu území v Alpách. Zdejší bohaté lokality představují pravděpodobně jediný přirozený výskyt šafránu na Moravě a snad i v České republice. (Nekuda, 2002, s. 50)

Na území mikroregionu můžeme nalézt i bohatý výskyt orchidejí. V mikroregionu se jich vyskytuje kolem 30 druhů. K nejvýznamnějším patří např. vstavač nachový, vstavač vojenský, krušík růžkatý, střevíčník pantoflíček a okrotice červená. (Nekuda, 2002, s. 50)

Co se týká lesů, tak ty pokrývají téměř 50 % povrchu mikroregionu. Z dřevin převládá nejvíce smrk, buk a jedle, dále zde nalezneme například modřín, borovice, břízy, javory, třešeň aj. (Nekuda, 2002, s. 51)

#### **5.1.4 Živočišstvo**

V mikroregionu můžeme nalézt celou řadu bezobratlých živočichů a obratlovců.

U bezobratlých živočichů je z řádu pavouků nejznámější křížák obecný. V lesích pak můžeme najít velké síť křížáka velkého. V domech se může vyskytovat pokoutník domácí a sekáči, kteří jsou specifictí nápadně dlouhýma a tenkýma nohama. Lze zde nalézt i skákavky – pravidelně tu můžeme narazit na skákavku pruhovanou a skákavka mravenčí, která se velmi podobá mravenci lesnímu. (Nekuda, 2002, s. 86)

Z hmyzu můžeme jmenovat stonožku škvorovou. Z mnohonožek je v mikroregionu hojně zastoupena svinule lesní. Z bezkřídlých skupin je významná třída šupinušek. Jeden z jejich zástupců, rybenka domácí žije na rozdíl od jižních oblastí u nás pouze v domácnostech, ve skladištích a sklepích. (Nekuda, 2002, s. 87)

Z řádu, jímž jsou kudlanky, je jediný zástupce této čeledi v mikroregionu, kudlanka nábožná. Na teplých lokalitách se vzácně vyskytuje saranče vrzavé s cihlově červenými křídly. Dříve hojný cvrček polní se nyní vyskytuje už jen místy. (Nekuda, 2002, s. 87)

Mezi velmi nápadný druh hmyzu můžeme zařadit motýly. Z denních motýlů je nejznámějším druhem babočka paví. Na loukách poletuje žluťásek řešetlakový a bělásek zelný. Vzácnější je otakárek fenyklový, který je snad nejkrásnějším motýlem na Valašsku. Z brouků můžeme do mikroregionu zařadit potemníka moučného. Další velké druhy jsou např. střevlík fialový a střevlík hladký. Na několika lokalitách mikroregionu ještě přežívá nádherný tesařík alpský. (Nekuda, 2002, s. 89)

Pokud přejdeme na obratlovce, tak významnou skupinou jsou ryby. Ze pstruhového pásma se zde vyskytuje např. vranka pruhoploutvá, vranka obecná a pstruh obecný potoční. V lipanovém pásmu lze nalézt lipana podhorního a pstruha duhového. Typickou rybou parmového pásma je parma obecná. Štika obecná se vzácně vyskytuje ve spojené Bečvě pod Valašským Meziříčím. Z ohrožených druhů ryb se zde vyskytují hrouzek Kesslerův, ouklejka pruhovaná, mník jednovousý a už výše zmiňované vranka pruhoploutvá a vranka obecná.

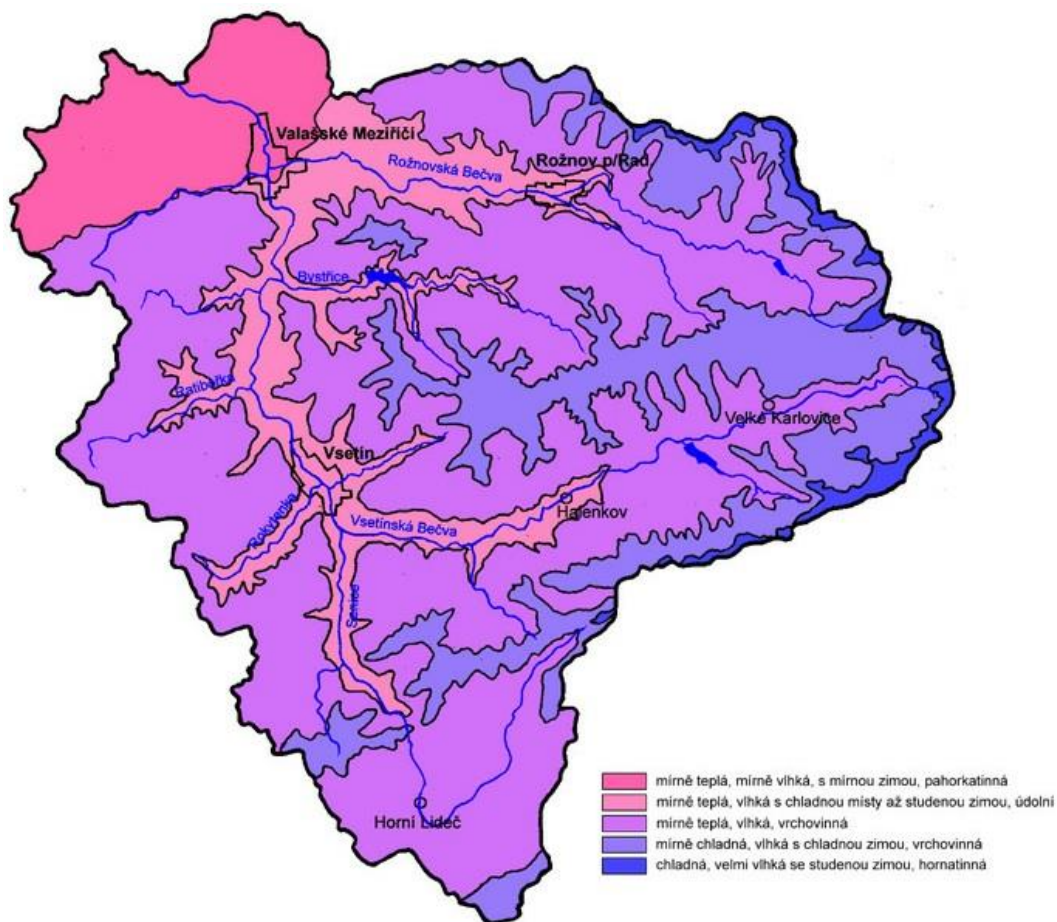
Z hadů se v okolí vod nalézají užovka obojková. Jediným jedovatým hadem, který se na území mikroregionu vyskytuje, je zmije obecná. Ta pobývá hlavně ve vyšších polohách.

Z třídy ptáků bylo zjištěno v mikroregionu přes 250 ptačích druhů. Sova pálená, sýček obecný, dudek chocholatý, strnad zahradní a strnad luční jsou druhy již téměř vymizelé. Naopak ze vzácnějších druhů zde pravidelně hnízdí např. čáp černý, ůuhýk obecný, a lejsek malý. (Nekuda, 2002, s. 93)

Ze savců můžeme jmenovat ježka západního, dále krtek obecný, netopýr velký, veverka obecná, křeček polní, zajíc polní, prase divoké, srnec, atd. Mezi šelmami mají největší zastoupení kunovité šelmy. Jedná se např. o hranostaje, kunu skalní a tchoře tmavého. Vydru říční už zde nalezneme jenom vzácně. Z psovitých šelem je největší vlk. Je znám jeho pravidelný výskyt v okolí Velkých Karlovic, Valašské Senice a Horní Bečvy. Nejhojnější šelma je liška obecná, která se vyskytuje prakticky na celém území mikroregionu. Medvěd hnědý se tu čas od času objeví ze slovenské části Beskyd. (Nekuda, 2002, s. 93)

### 5.1.5 Klimatické poměry

Mikroregion můžeme z klimatického hlediska zařadit do mírného pásu s mírným kontinentálním podnebím. Podnebí v této oblasti je z velké části ovlivněno členitostí terénu. Podnebí rovněž ovlivňuje řada dalších významných faktorů, např. převládající směr větrů, lesní porosty, vodní toky, přehradní nádrže, rybníky, mokřady nebo teplotní inverze, vyskytující se zejména v zimním období. Mikroregion můžeme rozdělit do pěti klimatických oblastí (viz obrázek 4).



Obrázek 4: Rozdělení klimatických oblastí (Nekuda, 2002, s. 113)

Nejteplejším měsícem v roce je v mikroregionu většinou červenec, s průměrnou měsíční teplotou v nižších a středních polohách od 16 °C do 18 °C, zatímco za nejchladnější je považován leden s průměrnou měsíční teplotou v horských oblastech od – 3 °C po – 5 °C. Celkové množství srážkových úhrnů závisí především na nadmořské výšce. První oblast s celkovým ročním srážkovým úhrnem od 761 mm do 900 mm a průměrnou maximální sněhovou pokrývkou mezi 20 cm až 50 cm kopíruje oblast údolního typu a zasahuje až do nižších poloh jednotlivých vrchovin (Valašské Meziříčí s průměrným ročním srážkovým

úhrnem 761 mm a maximální sněhovou pokrývkou 16 cm, Vsetín s ročním srážkovým úhrnem 823 mm a sněhovou pokrývkou 35 cm, Huslenky - Kychová se srážkovým úhrnem 845 mm a Rožnov pod Radhoštěm se srážkovým úhrnem 889 mm). (Nekuda, 2002, s. 116)

Další oblast se srážkovým úhrnem od 901 mm až po 1 000 mm a celkovou průměrnou sněhovou pokrývkou v rozmezí od 51 cm do 80 cm patří zcela vrchovinám (ve Velkých Karlovicích dosahuje průměrný roční srážkový úhrn 976 mm a maximální sněhová pokrývka v průměru 62 cm). (Nekuda, 2002, s. 117)

Předposlední srážkovou oblast, jejíž nadmořská výška se pohybuje okolo 900 m n. m., tvoří vrchovinné hřbety a hornatina. Celkový roční průměrný srážkový úhrn se zde pohybuje mezi 1 001 mm a 1 200 mm, průměrná maximální sněhová pokrývka dosahuje od 81 cm do 110 cm (na hřebenech Vsetínských vrchů se maximální sněhová pokrývka pohybuje od 85 cm do 110 cm). (Nekuda, 2002, s. 110)

Za poslední, srážkově nejbohatší oblast se považují nejvýše položené vrcholky Moravskoslezských Beskyd a Javorníků s ročním srážkovým úhrnem dosahujícím hodnoty od 1 201 mm až po 1 400 mm a s průměrnou maximální sněhovou pokrývkou pohybující se mezi 111 a 130 cm (na Radhošti dosahuje průměrný roční srážkový úhrn 1309 mm a maximální sněhová pokrývka přesahuje 120 cm). (Nekuda, 2002, s. 110)

## **5.2 Nejzajímavější obce mikroregionu**

### **5.2.1 Vsetín**

Město Vsetín můžeme nalézt v kotlině vytvořené řekou Vsetínskou Bečvou a jejími přítoky, na rozhraní Vsetínských vrchů, Vizovických vrchů a Hostýnských vrchů. Nejvyšším místem je vrch Cáb s nadmořskou výškou 841 m. Městem protéká řeka Vsetínská Bečva, která na jeho území přijímá z pravé strany potoky Jasenický, Jasenku, Vesník a z levé strany potoky Rokytenku, Těšíkovský a Semetínský.

První písemná zmínka o Vsetíně pochází z roku 1308, kdy Voka z Kravař, přijal městečko Setteinz a hrad Freundsberk do nájmu na 31 let od řádu templářských rytířů. Po zrušení templářského řádu přešly příslušné listiny a vlastnické nároky templářského majetku na řád johanitů a pozůstatkem tohoto vztahu je patrně i symbol beránek na trojvrší, který se stal městským znakem. (Baletka, 2008)

Městečko Vsetín bylo položeno na návrší na pravém břehu řeky Bečvy. Na počátku 15. století za Jana Kuny z Kunštátu, který držel vsetínské panství v letech 1503 – 1526, získali poddaní právo na svobodné zřizování pasek v panských lesích. Tím se jim dostalo možnost rozšiřovat rozsah obdělávané půdy. Později na pasekách stavěli hospodářské budovy a začali je osazovat. (Baletka, 2008, s. 12)

Roku 1644 bylo ve Vsetíně 67 usedlostí. Již v této době vznikalo na levém břehu řeky Bečvy tzv. Nové městečko Vsetín, pro které se později vžilo označení Dolní město Vsetín. Zpočátku se jednalo o živelné seskupení necelých tří desítek dřevěných stavení. Postavili je tam s povolením vrchnosti váleční běženci, především soukeníci z Valašského Meziříčí, těžce zkoušení událostmi třicetileté války. Roku 1647 se jim dostalo od majitele vsetínského panství Mikuláše Pázmányho souhlasu, aby tu mohli zůstat pod platem 2 zl. ročně z každé chalupy. Mohli požívat určitou samosprávu, volili si své purkmistry, měli vlastní městskou pokladnu, vlastní pečeť a s „horním“ Vsetínem měli společného pouze rychtáře. Dolní město bylo přitom vymezeno pouze na okruh nynějšího Dolního náměstí, přičemž mlýn byl již počítán k Hornímu Vsetínu, stejně jako Štěpánská ulice, která vznikla na počátku 19. století a jež měla být původně samostatnou obcí. (Baletka, 2008, s. 33)

V popisu panství z r. 1666 je zachováno rozdělení Vsetína na městečko Vsetín, čili tzv. Horní město a „Městečko dolní nové“. Samostatně jsou uvedeni vrchnostenští úředníci a čeledí při zámku a dvorech. Celkem bylo k Hornímu městu počítáno, ovšem mimo okruh zámku, panského dvora a pivovaru, 85 usedlostí. Na těchto usedlostech Horního Vsetína žilo celkem 696 obyvatel. Dolní Vsetín byl spíše řemeslnickou osadou. Roku 1666 tu bylo 29 chalup, v nichž žilo 202 obyvatel. Velké škody utrpěli obyvatelé Vsetína při vpádu uherských povstalců r. 1708, kdy bylo zabito 111 osob. (Baletka, 2008, s. 35)

Velký význam na vývoji Vsetína měla průmyslová revoluce, která přinesla využití velkých zásob dřeva v bukovo – jedlových lesích. Mezi první vsetínské továrny patřil cukrovar, parní pily, továrny na sirky a sklárny, které byly založeny roku 1868. (Baletka, 2008, s. 76)

Na konci 19. století bylo město napojeno na železnici a začala výstavba škol, nemocnice, městské elektrárny, vodovodu a dalších veřejných zařízení. V roce 1909 se stal Vsetín okresním městem.

Město jako každé jiné postihla světová hospodářská krize ve 30. letech dvacátého století. Ta vyvolala v městě velkou nezaměstnanost, kterou snížila až výstavba závodu Zbrojovka

roku 1937. Stavba tohoto závodu zapříčinila i velký nárůst populace, neboť se kvůli zbrojnímu průmyslu do města přistěhovaly početné skupiny dělníků z Brna. (Baletka, 2008, s. 135)

Návštěvníci města zde můžou nalézt spousty památek:

- **Vsetínský zámek**, který vznikl v roce 1603 – 1610.
- **Římsko - katolický kostel Nanebevzetí P. Marie.**
- Dům čp. 3 na Horním náměstí, tzv. **Maštaliska**, je původní tzv. Panský dům postavený r. 1710.
- **Stará radnice.**
- **Barokní kamenná socha Neposkvrněného početí P. Marie** zhotovená r. 1769.
- **Evangelický kostel Dolního sboru** byl postaven v roce 1782–1783 a je jedním z mála dochovaných tolerančních kostelů.
- **Evangelický kostel Horního sboru**, který svou nynější novorenesanční podobu získal po úpravě provedené roku 1892 podle návrhu arch. Dušana Jurkoviče.
- **Kamenný kříž z r. 1775**, který se nachází uprostřed Dolního náměstí.



Obrázek 5: Vsetínský zámek (Vsetínský zámek: Fotogalerie, [b.r.]

### 5.2.2 Valašské Meziříčí

Město můžeme nalézt při soutoku Vsetínské Bečvy a Rožnovské Bečvy při úpatí Vsetínských vrchů.

Nejstarší dochovaná písemná zpráva o Meziříčí pochází z roku 1297, kdy se hovoří o Vrši z Meziříčí. Roku 1538 město začalo se stavbou městské hradby a k tomu účelu Jan z



Pernštejna pustil městu výnos z mýta. Jan z Pernštejna, který získal léno Meziříčí r. 1534, připojil k městu Meziříčí městečko Krásno a r. 1546 udělil 60 majitelům domů z Meziříčí a 38 majitelům domů z Krásna právo vystavovat pivo a šenkovat víno a povolil městu vystavit si vlastní lázeň. Ta byla zřízena na levém břehu Bečvy na předměstí poblíž Krásenské brány. Městečko Krásno ovšem s Meziříčím dlouho nevydrželo. Roku 1548 získal dědičné panství Rožnov Vilém z Žerotína a Krásno se od Meziříčí oddělilo, ač muselo i potom jako jiné vsi rožnovského panství přispívat na dostavbu městské hradby. (Valašské Meziříčí, © 1999-2015)

Roku 1607 postihla město velká tragédie. Nejprve velký požár, který zničil 80 domů a následně morová epidemie, které ve městě a v městečku Krásně podlehlo mnoho obyvatel. Město také utrpělo mnoho škod za třicetileté války výdaji na vojska zneprátených stran a jejich přímým drancováním a útoky. Úpadek Meziříčí završili roku 1648 Švédové, kteří město vyloupili a úplně vypálili. Většina obyvatel z města uprchla jednak kvůli válečným útrapám a kvůli násilné rekatolizaci. Malá skupina uprchlíků z Meziříčí našla útočiště na vsetínském panství, kde se usadili a založili Dolní Vsetín. (Valašské Meziříčí, © 1999-2015)



Obrázek 6: Zámek Žerotínů (Zámek Žerotínů ve Valašském Meziříčí, © 1998-2015)

V roce 1863 přišel do Meziříčí advokát dr. Alois Mikyška. Jeho veřejná a politická práce ovlivňovala takřka čtyřicet let veškeré dění města. V tomto období bylo roku 1871 založeno gymnázium, o tři roky později byla zřízena odborná škola pro zpracování dřeva a v roce 1908 založil Rudolf Schlattauer první gobelínovou školu u nás. Důsledkem politiky odmítající průmysl a velkokapitál, jenž byl považován za hrozbu pro střední vrstvy, měl průmysl ve Valašském Meziříčí do r. 1924 velmi malý rozsah. Až po připojení Krásna nad Bečvou roku 1924 se Valašské Meziříčí změnilo v město s výraznějším podílem průmyslu. V období po r. 1945 přibyla další průmyslová odvětví, z nichž si dodnes značný význam udržuje průmysl chemický. (Valašské Meziříčí, © 1999-2015)

K památkám, které lze ve Valašském Meziříčí navštívit např. patří:

- Nejvýznamnější souhrn kulturně historických památek se dochoval v podobě domů v okruhu **meziříčského náměstí**.
- **Barokní kamenný sloup s plastikou P. Marie** z doby kolem r. 1670–1680.
- **Zámek Žerotínů**, který je nejrozsáhlejší stavbou svého druhu v širokém okolí.
- **Památník osvobození na Helštýně** z roku 1946.
- **Budova hvězdárny**.
- **Kostel Nejsvětější Trojice** postavený asi v druhé polovině 16. století.

### 5.2.3 Rožnov pod Radhoštěm

Město Rožnov pod Radhoštěm se nachází při úpatí Radhoště v údolí Rožnovské Bečvy a při úpatí svahů Vsetínských vrchů 12 km východně od Valašského Meziříčí v nadmořské výšce 378 m.

Vznik Rožnova pod Radhoštěm se datuje do 13. století, kdy mezi lety 1246 – 1267 byl založen olomouckým biskupem Brunem ze Schaumburku. Právě z onoho roku 1267 existuje první písemná zmínka o městě. Rozkvět Rožnova má na svědomí šlechtický rod Žerotínů, kteří roku 1548 získali panství a udrželi si ho až do 19. století. Za doby jejich vlády došlo k rozkvětu hospodářství i řemesel. (Historie města: Rožnov pod Radhoštěm, [b.r.]

V první polovině 19. století pronikl do města textilní průmysl, nicméně největší rozmach zaznamenalo město až po druhé světové válce, kdy v něm byl postaven průmyslový podnik Tesla. Počet obyvatel vzrostl po této události do současnosti takřka o čtyřnásobek. (Historie města: Rožnov pod Radhoštěm, [b.r.]

K památkám ve městě můžeme zařadit např. katolický **kostel Všech svatých**, postavený v letech 1748 – 1752, **zřícenina hradu Rožnova** na kopci Hradisko a především **Valašské muzeum** v přírodě, kterým je Rožnov proslaven.

Valašské muzeum se skládá ze tří částí. Dřevěné městečko je nejstarším a nejnavštěvovanějším areálem Valašského muzea v přírodě. Areál byl otevřen v roce 1925 a postupně doplňován o další stavby. Na počátku 60. let 20. století došlo k rozšíření muzea vybudováním tzv. Valašské dědiny. Byla zde umístěna roubená stavba fojtství z Lidečka, koliby z Nedašova a z Černé hory u Radhoště, stánisko dobytka z Rákošového z Karolinky - Stanovnice, Šturalova paseka, Mališův dvůr z Lužné z r. 1781, roubené stavení z Horní Bečvy, sušárna ovoce ze Seninky, usedlost z Velkých Karlovic - Jezerného, kovárna z Lutoniny, partyzánská chalupa

z Prlova a další objekty. Roku 1982 byla přidána ještě třetí část muzea – areál vodních staveb s mlýnem, vodní pilou, valchou – umístěný v tzv. Mlýnské dolině. (Dřevěné městečko, © 2010)

Město a jeho okolí je vybaveno řadou sportovišť pro zimní i letní sporty. V jeho okolí můžeme nalézt stovky kilometrů turistických cest a cyklistických tras. K nejvíce vyhledávaným lokalitám v okolí patří Pustevny a hora Radhošť.



Obrázek 7: Socha boha Radegasta (Živě Beskydy – Pustevny a Radhošť, [b.r.]

#### 5.2.4 Velké Karlovice

Obec leží 23 km východně od Vsetína v podhůří Javorníků a Beskyd a svou rozlohou, která činí 81 km<sup>2</sup> se řadí mezi největší obce v ČR.

Vznik Velkých Karlovic se datuje k 8. 11. 1714, kdy byly založeny Karlem Jindřichem z Žerotína. Území, na kterém Velké Karlovice vznikly, náleželo vsetínskému panství a ti se ho jen tak nechtěli vzdát. Po vytrvalých sporech se až roku 1774 povedlo hraběti Janu z Křtitel dosáhnout oddělení části Karlovic od rožnovského ke vsetínskému panství. Protože jeho díl byl menší než Žerotínův, ujal se pro toto území název Malé Karlovice. Malé Karlovice byly s Velkými Karlovicemi spojeny znovu roku 1966. (Velké Karlovice, © 2012)

Velké Karlovice nabízejí spoustu lákadel pro turisty. Nachází se v Chráněné krajinné oblasti Beskydy, která je proslulá svými přírodními krásami. V létě vybízejí návštěvníky hřebeny

v srdci Beskydských hor k turistice a jízdě na kole, v zimě se tu pak dá nalézt nabídka sjezdových tratí a spousta běžeckých tratí s různými stupni obtížnosti.

Pokud turisté vyrazí do Velkých Karlovic na památky, tak zde mohou najít dochovaných mnoho objektů původní roubené architektury. Nejvýznamnějším z nich je roubený **kostel P. Marie Sněžné** z r. 1754 spolu s objektem fary a kamenným křížem. Nedaleko od kostela se nachází v bývalém zčásti roubeném tzv. kupeckém domě z roku 1813 **Karlovské muzeum**. V údolí Bzové se dochovala v téměř původní podobě roubená jednopatrová **budova karlovického fojtství** z r. 1796 s obytným stavením a hospodářskými budovami krytými šindelem, aj. Na území obce je roztroušeno také **několik lidových kapliček a božích muk**. (Velké Karlovice, © 2012)

### 5.2.5 Nový Hrozenkov

Obec Nový Hrozenkov nalezneme 15 km jihovýchodně od Vsetína v údolí Vsetínské Bečvy ve výběžcích Vsetínských vrchů a Javorníků.

Obec Nový Hrozenkov vznikla mezi léty 1644 – 1649 z již existujících rozptýlených pasekářských usedlostí, které do té doby patřily k Hovězí. Osídlení se postupně dále rozšiřovalo do jednotlivých údolí a okolních svahů. Ves byla od poloviny 17. století nejvýchodněji položenou osadou vsetínského panství a její obyvatelé byli často vystaveni násilí z uherské strany hranice. Po roce 1848 se povedlo získat hrozenkovským usedlíkům do svého vlastnictví množství luk, polí a pastvin, nicméně tehdejší salašnický způsob chovu ovcí a primitivní zemědělství nestačilo uživit obyvatelstvo a počínaje rokem 1885 odjelo postupně více než 1000 občanů hledat práci v USA. (Nový Hrozenkov, © 2003 – 2015)

Nový Hrozenkov je pro turisty zajímavý především z rekreačního a sportovního využití. Oblíbeným výletním cílem jsou horské chaty Kohútka, Javorka a Portáš. V zimě najdou turisté využití v lyžařském středisku Kohútka, které disponuje navíc několika vleky a čtyřsedačkovou lanovkou. Další zdejší lyžařské středisko - skiareál Vranča zase nabízí atraktivní snowpark s mnoha přírodními i umělými překážkami. V létě zase milovníci koupání mohou využít každoročně populárnější vodní nádrž Balaton, která je obklopena sportovně – rekreačním areálem. Balatonu se taky někdy přezdívá „Valašské moře“, neboť z jedné strany ho obklopuje písčiná pláž a jeho voda patří i v létě k nejčistším ve Zlínském kraji.

## 6 ANALÝZA MIKROREGIONU VSETÍNSKO

### 6.1 Podmínky pro cykloturistiku

Mikroregion a jeho okolní příroda je ráj pro všechny cyklisty. Členitost mikroregionu Vsetínsko dovoluje milovníkům cykloturistiky zvolit si z více než 20 cyklotras. Turisté si mohou vybrat buď nenáročné cyklotrasy, vedoucí údolím řeky Bečvy, využívající z velké části zpevněné komunikace nebo cyklotrasy náročnější, které vedou z údolí na hřebeny. Tyto trasy vedou přes terény a povrchy různého charakteru a jsou určeny především pro zkušené cyklisty.

Nejvýznamnější cyklostezkou v mikroregionu je cyklostezka Bečva. Cyklostezka se skládá ze tří úseků a její celková délka se blíží hranici 153 km. Na území mikroregionu se lze setkat se dvěma větvemi této cyklostezky.



Obrázek 8: Cyklostezka Bečva (Cyklostezka Bečva, [b.r.])

Vsetínská větev cyklostezky (Veké Karlovice – Vsetín – Valašské Meziříčí) vede údolím Vsetínské Bečvy a její délka dosahuje velikosti 57 km. Trasa je podle náročnosti klasifikována jako lehká a převýšení na trati dosahuje - 359 výškových metrů. Povrch trasy je z 95 % tvořen asfaltem. Díky svému kvalitnímu povrchu je vhodná pro cyklisty každého věku nebo i rodiny s dětmi. Po trase mohou návštěvníci poznat jedinečné památky, obdivovat krásnou přírodu, nebo ochutnat výborné místní speciality. Mezi Karolinkou a Novým Hrozenkovem je také možnost koupání i dětského hřiště u vyhlášeného přírodního koupaliště „Balaton“. (Cyklostezka Bečva, [b.r.]



Obrázek 9: Profil trasy Vsetínské větve cyklostezky (Cyklostezka Bečva - ke stažení, [b.r.]

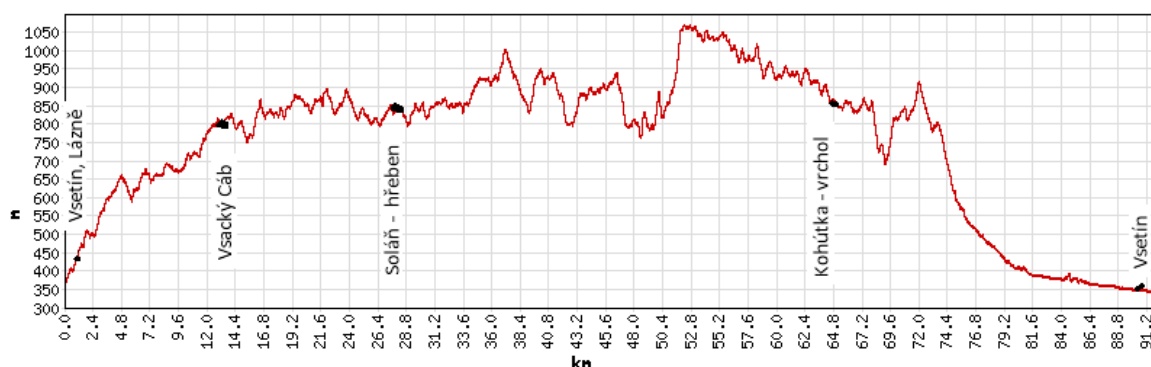
Druhá větev cyklostezky (Horní Bečva – Rožnov pod Radhoštěm – Valašské Meziříčí) vede podél Rožnovské Bečvy. Jedná se o 31 km dlouhou trasu, která je stejně jako Vsetínská větev klasifikována jako nenáročná trasa. Povrch zde opět tvoří z drtivé části asfalt a převýšení dosahuje – 255 výškových metrů. Cyklostezka je opět vhodná i pro rodiny s dětmi. V Rožnově pod Radhoštěm prochází cyklostezka městským parkem kolem Valašského muzea v přírodě, kde je u vstupu do areálu k dispozici úschovna kol. Ze stezky je možno sjet do Zubří a navštívit místní koupaliště. (Cyklostezka Bečva, [b.r.]



Obrázek 10: Profil trasy cyklostezky vedoucí podél Rožnovské Bečvy (Cyklostezka Bečva – ke stažení, [b.r.]

Jak z výše uvedeného textu vyplývá, obě větve se spojují ve Valašském Meziříčí a odtud vede dále třetí větev (Valašské Meziříčí – Tovačov) cyklostezky Bečvy o délce 65 km, která však už pod mikroregion nespadá.

Další zajímavá cyklotrasa nese název Velká podkova (Vsetín – Vsacký Cáb – Soláň – Kasárna – Kohútka – Halenkov – Vsetín). Tato trasa je vhodná jenom pro horská kola a zdatné cyklisty. Celková délka trati dosahuje 95 km s převýšením 731 výškových metrů. Trasa je klasifikována jako náročná s minimem zpevněných cest. Na zdolání trasy je nutné vyčlenit si celý den a můžeme ji rozdělit do tří etap: Vsetín – Soláň; Soláň – Kasárna; Kasárna – Vsetín. Po celé délce cyklostezky se nachází občerstvení i řada sestupových tras do údolí Vsetínské Bečvy, kde se dá narazit na cyklostezku Bečvu. (Cyklotrasy ze Vsetína, [b.r.]



Obrázek 11: Profil cyklotrasy Velká podkova (Cyklotrasy ze Vsetína, [b.r.]

Z dalších cyklostezek lze dále jmenovat:

- velký okruh na Pustevny a Soláň,
- okruh přes Malé Karlovice,
- z Velkých Karlovic na Soláň,
- Vsetín-Bystřička-Vsetín,
- Malá podkova,
- Bike Aréna Vsetín,
- a jiné.

## 6.2 Podmínky pro pěší turistiku

Celá oblast mikroregionu skýtá díky svému krásnému prostředí a mnoha památkám ideální podmínky pro pěší turistiku. Přispívá k tomu hustá síť turisticky značených cest i komunikační dostupnost. Území mikroregionu je výborné v tom, že kromě naučných stezek a desítek lehkých a nenáročných tras nabízí i několikadenní hřebenové túry, které nabízejí úžasné výhledy. Právě těmto hřebenovým trasám se bude autor bakalářské práce dále zabývat.

Turistické trasy se dají rozdělit do následujících celků:

- Javorníky
- Vsetínské vrchy
- Moravskoslezské Beskydy

Oblast **Javorníky** je komunikačně dobře přístupná z celého údolí Vsetínské Bečvy. Turistické trasy, vedoucí po hřebenech Javorníků, zasahují i místy do Slovenské Republiky. Proto je nutné mít sebou i cestovní pas nebo občanský průkaz. Mezi výchozí města a turistická

střediska řadíme: Vsetín, Hovězí, Huslenky, Halenkov, Nový Hrozenkov, Karolinka, Velké Karlovice, Lidečko, Portáš – Kohútka, Bumbálka.

V Javornících nalezneme dvě základní hřebenové trasy:

- Bumbálka – přes Velký Javorník – Huslenky je základní hřebenová trasa, klasifikována jako středně náročná a dosahující délky 43 km.
- Valašská Kyčera – Pulčinské skály – Střelná je druhá část základní hřebenové trasy, která na první trasu navazuje. Trasa je vedena jako mírně obtížná a dosahuje délky 18,5 km.

**Vsetínské vrchy** mají v nabídce pro turisty túry nejrůznějšího typu a náročnosti. Východisky turistických značených cest jsou prakticky všechny obce v uvedené lokalitě. Občerstvení popř. přenocování mohou turistům nabídnout na hřebeni turistická chata Soláň, koliba Čarták, chata na Cábě a restaurace na Dušné.

Ve vsetínských vrších se nachází tři základní trasy:

- Vsetín – přes Soláň – Bumbálka. Jedná se o základní hřebenovou trasu, která dosahuje délky 44 km a je středně náročná.
- Vsetín – přes Bystřičku – Rožnov pod Radhoštěm je trasa o délce 28 km s nepříliš velkou náročností.
- Naopak trasa Huslenky – přes Cáb – Rožnov pod Radhoštěm je náročná a její délka činí 23 km.

V západní části **Moravskoslezských Beskyd** nalezneme výběžek Radhošťské hornatiny, která zaujímá sever mikroregionu. Síť turistického značení tu je stejně, jako v předchozích oblastech hustá a ze základní hřebenovky vede dostatek cest k nepříliš vzdáleným dopravním zdrojům. Radhošťské Beskydy patří k nejnavštěvovanějším horám, k čemuž napomáhá blízkost jednoho z nejstarších měst Rožnova pod Radhoštěm. Výchozí města a turistická střediska jsou: Rožnov pod Radhoštěm, Dolní i Horní Bečva, Pustevny – lanovka, Valašské Meziříčí.

Stejně jako u Vsetínských vrchů se tu nachází tři základní hřebenové trasy:

- Pindula – přes Pustevny – Třeštík je trasa středně náročná s délkou 27,5 km.
- Trasa Pustevny – přes Kněhyni – Horní Čeladná se řadí k trasám středně náročným s délkou 10 km.



- Poslední trasa Pustevny – Ráztoka, lanovka – Frenštát p. R. je trasa nenáročná a dosahuje délky 9 km.

### 6.3 Podmínky pro lyžování

Ski areály v mikroregionu neustále vylepšují a rozšiřují své služby. Některé z nich jsou vybaveny sedačkovými lanovkami a mají v nabídce veškeré služby očekávané od moderních lyžařských středisek (sáňkařské tratě, půjčovny lyží a snowboardů, lyžařské školy nebo večerní lyžování).

Centry sjezdového lyžování na území mikroregionu jsou střediska Pustevny, Horní Bečva, Soláň, Velké Karlovice a středisko Kohútka. Menší střediska se dají nalézt na řadě dalších míst mikroregionu.

I návštěvníci, kteří mají v oblíbenosti spíše běžecké lyžování, si zde přijdou na své. Většinu turistických cest v oblasti lze totiž využít i v zimních měsících. V Javorníkách, Vsetínských vrších a Moravskoslezských Beskydech téměř neexistuje síť speciálního zimního značení. Turisté se musí řídit podle letních turistických značek. Většina běžeckých stop je pravidelně strojově upravována a spolu s vysokou nadmořskou výškou, napojením na veřejnou dopravu a krásnou zimní krajinou tvoří běžecké lyžování lákavý turistický cíl.

Mezi nejkrásnější trasy se dají uvést okruhy kolem Vsackého Cábu, 17 km dlouhá mezinárodní hřebenovka Javorníky, velmi oblíbené jsou i okruhy ve středisku Velké Karlovice nebo trasy na Pustevnách, které měří přes 40 km.

### 6.4 Podmínky pro koupání

Pro mnoho turistů patří ke správné dovolené voda a koupání. V mikroregionu se nachází vodní nádrže a přírodní jezera s možností koupání, řada nových koupališť a také aquapark.

Milovníci přírodního koupání mohou využít např. koupaliště „Na Stanoch“ v Novém Hrozenkově. Jezero, kterému se říká „Balaton“ nabízí ve svém areálu písčité plochy, hřiště pro děti, plážový volejbal, akrobatický můstek pro skoky do vody a velkou nabídku občerstvení. K rekreaci a vodním sportům lákají i velmi oblíbené vodní nádrže Horní Bečva a Bystřička.

V mikroregionu lze nalézt i moderní aquapark, nacházející se ve Valašském Meziříčí. Mezi další koupaliště na území mikroregionu se dají jmenovat např. ty ve Vsetíně i s městskými lázněmi nebo ve Velkých Karlovicích s řadou atrakcí pro děti i dospělé.

## 6.5 Podmínky pro ubytování

Z hlediska rozvoje cestovního ruchu je pro návštěvníky velice důležitá kvalita a kapacita ubytování. V bakalářské práci autor věnoval pozornost hromadným ubytovacím zařízením v mikroregionu (viz tabulka 2).

Tabulka 2: Hromadná ubytovací zařízení v mikroregionu Vsetínsko (Hromadná ubytovací zařízení České republiky, © 2008 – 2015)

	Hotel ****	Hotel ***	Hotel **	Hotel *	Penzion	Turistická ubytovna	Chatová osada	Kemp	Ostatní
Bystřička	-	-	1	-	2	-	2	1	1
Dolní Bečva	-	-	1	-	5	1	-	1	3
Francova Lhota	-	-	1	-	1	-	-	-	-
Halenkov	-	-	-	-	2	-	-	-	1
Horní Bečva	-	3	5	-	7	2	-	-	12
Horní Lideč	-	-	-	-	-	1	-	-	-
Hovězí	-	-	-	-	1	1	-	1	-
Huslenky	-	-	-	-	1	1	-	-	-
Janová	-	-	-	-	1	-	-	-	-
Karolinka	-	-	-	-	1	-	-	-	1
Krhová	-	-	-	-	1	-	-	-	-
Lačnov	-	-	-	-	-	1	-	-	1
Lhota u Vsetína	-	-	-	-	1	-	-	-	-
Lidečko	-	-	1	-	-	-	-	-	-
Liptál	-	1	-	-	-	-	-	-	-
Lužná	-	-	-	-	-	1	-	-	-
Malá Bystřice	-	-	-	-	1	-	-	-	-
Nový hrozenkov	-	2	-	2	-	2	-	-	-
Ratiboř	-	-	-	-	1	-	-	-	-
Rožnov p. R.	4	1	2	1	6	-	1	2	3
Růžďka	-	-	-	-	1	-	-	-	-
Střelná	-	-	-	-	-	-	-	-	1
Valašská Senice	-	-	-	-	-	-	-	-	1
Valašské Meziříčí	-	3	-	-	3	2	-	-	1
Velké Karlovice	1	4	2	2	13	3	2	1	3
Vigantice	-	-	-	-	1	-	-	-	-
Vsetín	-	5	2	1	3	-	-	1	-
<b>Celkem</b>	<b>5</b>	<b>19</b>	<b>15</b>	<b>6</b>	<b>52</b>	<b>15</b>	<b>5</b>	<b>7</b>	<b>28</b>

Z tabulky vyplývá, že se na území mikroregionu nachází celkem 152 hromadných ubytovacích zařízení. Tuto částku tvoří 5 čtyřhvězdičkových hotelů, 19 tříhvězdičkových hotelů, 15 dvouhvězdičkových hotelů, 6 jednohvězdičkových hotelů, 52 penzionů, 15 turistických ubytoven, 5 chatových osad, 7 kempů a 28 ostatních zařízení. Dohromady všech 152 hromadných ubytovacích zařízení nabízí přes 7 000 lůžek.

Z tabulky lze dále vyčíst, že nejvíce možností k ubytování naleznou návštěvníci ve městech Horní Bečva, Rožnov pod Radhoštěm a Velké Karlovice.

Alarmujícím faktem je, že jak tabulka napovídá, pouze 27 obcí nabízí alespoň jedno hromadné ubytovací zařízení. Z toho vyplývá, že 39 % obcí mikroregionu není připraveno ubytovat návštěvníky.

## 6.6 Podmínky pro stravování

Kromě ubytování hraje důležitou roli pro návštěvníky i možnosti stravování.

Rozsah stravovacích možností je velmi pestrý. Lze zde nalézt restaurace různého typu, bary, cukrárny, rychlá občerstvení, pivnice a jiné. Přes všechny tyto zmíněné způsoby stravování jsou právě restaurace hlavním lákadlem v cestovním ruchu.

Dle údajů z webových stránek Centrály cestovního ruchu Východní Moravy se na území mikroregionu nachází 181 restaurací. Největší výběr budou mít návštěvníci ve Valašském Meziříčí, kde se nachází 42 restauračních zařízení. Za zmínku stojí ještě Rožnov pod Radhoštěm se 30 a Vsetín s 19 restauračními zařízeními.

Gurmáni, kteří budou navštěvovat mikroregion, by se určitě měli zastavit v restauraci U Čerta a U Krbu ve Vsetíně, v restauraci Rožnovský Rynek, která se nachází, jak už název napovídá v Rožnově pod Radhoštěm, anebo v trochu skryté restauraci na okraji Karolinky, nicméně stále populárnější s názvem Raťkovský šenk.

## 6.7 Dotazníkové šetření

Má-li být mikroregion úspěšný, tak musí znát své návštěvníky a jejich potřeby. Hlavním cílem marketingového výzkumu bylo zjistit, zda respondenti znají mikroregion. Dalším cílem bylo zjistit, zdali jsou návštěvníci v mikroregionu poprvé a jaký je důvod jejich návštěvy. Marketingový výzkum byl proveden formou dotazníku a jeho podoba je k nalezení v příloze P1.

Respondenti byli pro tento výzkum rozdělení do dvou skupin:

- návštěvníci mikroregionu,
- rezidenti mikroregionu.

Dotazník je anonymní. U každé otázky je možná pouze 1 odpověď, s výjimkou otázky číslo 17, jež je volena formou otevřené odpovědi. Distribuce dotazníků probíhala dvěma

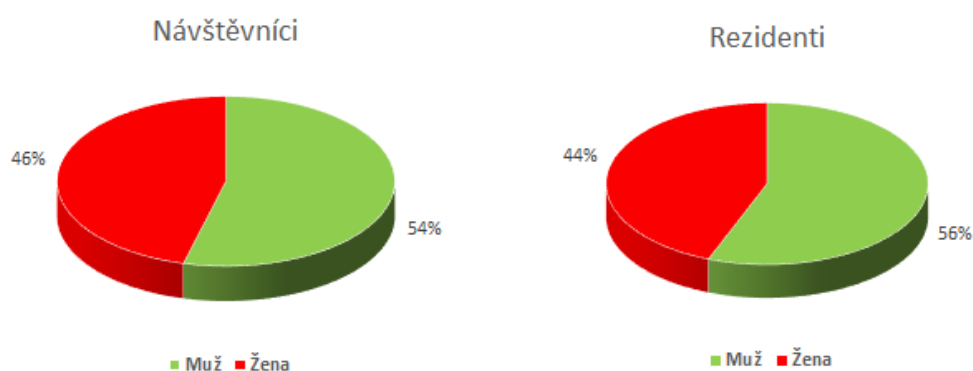
způsoby. Část dotazníků byla k dispozici pro návštěvníky v turistickém informačním centru ve Vsetíně a část dotazníků byla vedena přímým dotazováním respondentů.

Dotazníky byly v turistickém informačním centru od 17. 4. 2015 do 4. 5. 2015. Dotazování přímým kontaktem proběhlo ve dnech 18. 4. 2015 v lokalitách Kohútka, Nový Hrozenkov a Velké Karlovice a 25.4 2015 v lokalitách Valašské Meziříčí, Rožnov pod Radhoštěm a Radhošť. Předpokládaná návratnost činila 170 dotazníků - 133 se vrátilo vyplněných, což procentuálně tvoří 78 % z celkové sumy.

Před začátkem dotazníkového šetření byly vysloveny čtyři hypotézy, jejichž pravdivost byla při analýze dotazníku ověřována. Hypotézy jsou následující:

- H1: Předpokládá se, že více než 40 % dotazovaných návštěvníků pochází ze Zlínského kraje.
- H2: Předpokládá se, že 70 % dotazovaných rezidentů už někdy slyšelo o mikroregionu Vsetínsko.
- H3: Předpokládá se, že 40 % návštěvníků je v mikroregionu Vsetínsko poprvé.
- H4: Předpokládá se, že pohlaví návštěvníků nemá vliv na to, jaký způsob dopravy zvolili.

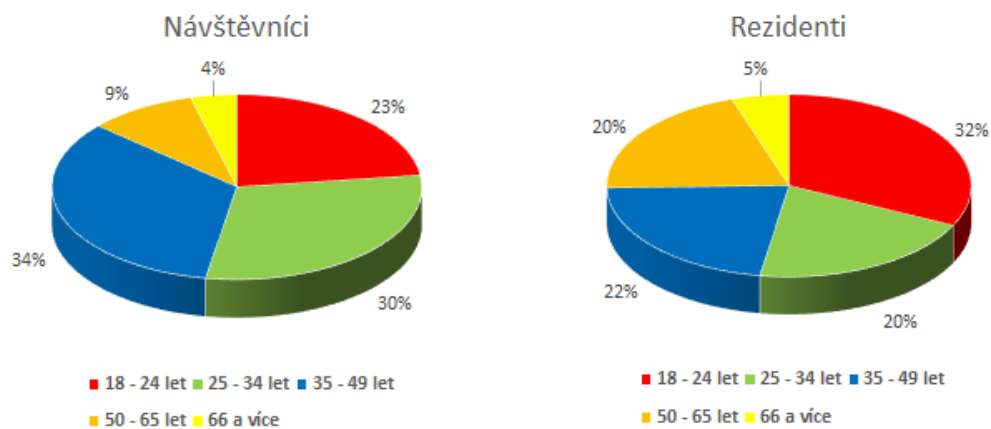
### Vaše pohlaví?



Obrázek 12: Pohlaví respondentů (vlastní zpracování)

V první otázce dotazníku bylo zjišťováno pohlaví respondentů. Jak u návštěvníků, tak u rezidentů bylo víc respondentů mužského pohlaví. U návštěvníků tvořili muži 54 % dotazovaných, u rezidentů to bylo 56 %. To jsou trochu překvapivé výsledky, protože většinou jsou to ženy, které jsou ochotnější podělit se o své názory a vyplnit dotazník.

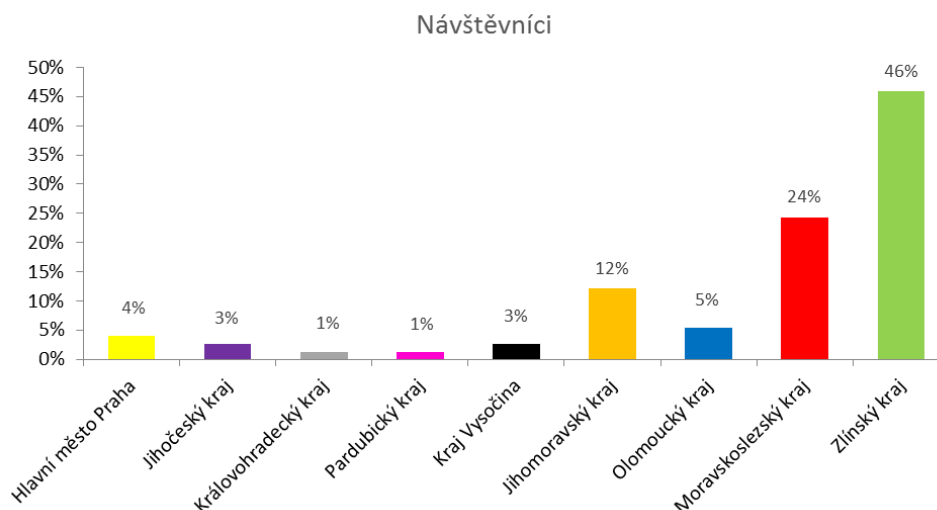
## Váš věk?



Obrázek 13: Věk respondentů (vlastní zpracování)

U návštěvníků byla nejsilnější věková skupina respondentů 35 – 49 let, která tvořila 34 %. Následovala ji skupina ve věku 25 – 34 let s hodnotou 30 % a věková skupina 18 – 24 let s hodnotou 23 %. U rezidentů byli nejčastěji respondenti ve věku 18 – 24 let (32 %). Další 3 věkové skupiny 25 – 34 let, 35 – 49 let a 50- 65 let tvořily v průměru každá 21 %.

## Z jakého kraje pocházíte?

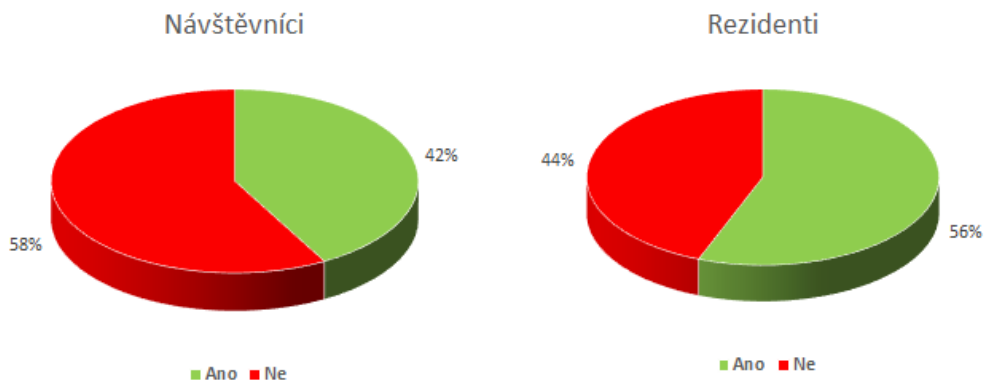


Obrázek 14 Místo původu návštěvníků (vlastní zpracování)

U třetí otázky byl vytvořen graf pouze u návštěvníků, protože rezidenti by logicky tvořili 100 % ve Zlínském kraji. Z pohledu návštěvníků pocházejí respondenti nejvíce ze Zlínského kraje (46 %), Moravskoslezského kraje (24 %) a Jihomoravského kraje (12 %). Pár respondentů (4 %) pochází i z hlavního města Praha. Prvenství Zlínského a Moravskoslezského kraje není překvapivé. Mikroregion Vsetínsko se ve Zlínském kraji nachází, a proto to zde mají

lidé blízko třeba na víkendovou dovolenou. To samé se dá říci i o kraji Moravskoslezském. Například z města Frenštát pod Radhoštěm, které spadá pod Moravskoslezský kraj, je to jen 13 km do největšího lákadla mikroregionu - města Rožnova pod Radhoštěm.

### Slyšel jste už někdy o mikroregionu Vsetínsko?

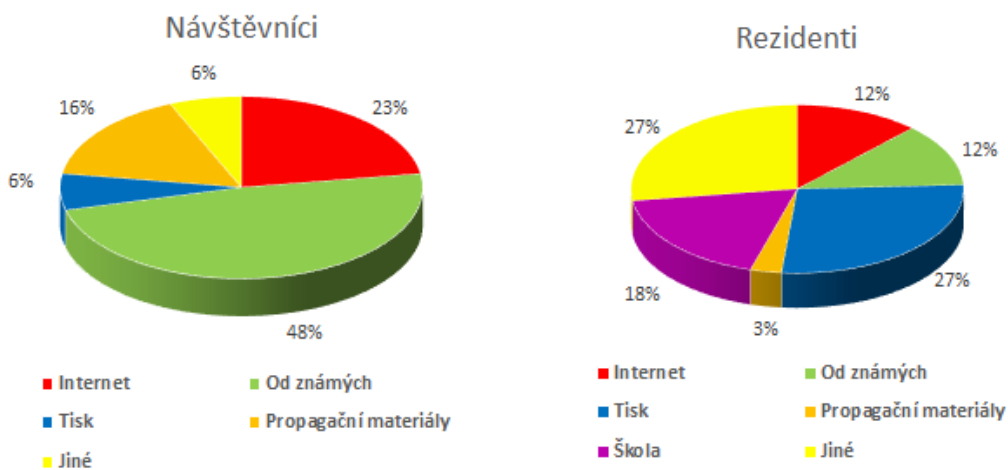


Obrázek 15: Povědomost respondentů o mikroregionu (vlastní zpracování)

Jedna z důležitých otázek dotazníku je ta, jaké je povědomí respondentů o mikroregionu.

Na téhle otázce lze vidět jednu ze slabin mikroregionu. Z řad návštěvníků slyšelo o mikroregionu necelých 42 %. Zarážející je skutečnost, že povědomí o mikroregionu ze strany rezidentů není o moc vyšší. Pouhých 56 % o mikroregionu někdy slyšelo.

### Odkud jste slyšel poprvé o mikroregionu Vsetínsko?



Obrázek 16: Odkud respondenti poprvé slyšeli o mikroregionu (vlastní zpracování)

Tato otázka navazuje na otázku předcházející a odpovídali na ni pouze ti, kteří už o mikroregionu slyšeli. O špatné informovanosti mikroregionu napovídá fakt, že v dnešní multimediální době není u obou skupin návštěvníků internet na prvním místě. Návštěvníci

nejčastěji slyšeli o mikroregionu od známých (48 %). U rezidentů se o první místo dělí s 27 % tisk a jiné zdroje. U jiných zdrojů bylo nejčastěji uvedeno turistické informační centrum a jednou se objevila jako zdroj televize.

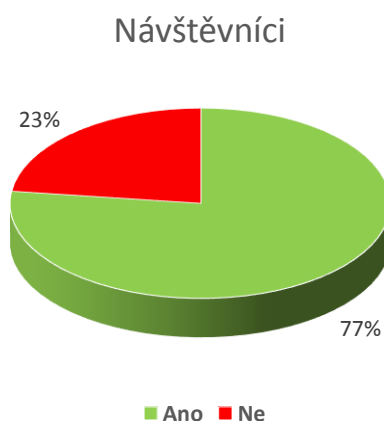
### Máte trvalé bydliště v mikroregionu Vsetínsko?



Obrázek 17: Bydliště respondentů v mikroregionu (vlastní zpracování)

Cílem této otázky bylo zjistit, zdali respondenti bydlí v mikroregionu. Pokud ano, tak následujících 7 otázek, které byly určeny pouze pro návštěvníky, rezidenti nevyplňovali. Z grafu vyplývá, že z celkového počtu 133 respondentů tvořili návštěvníci 56 %.

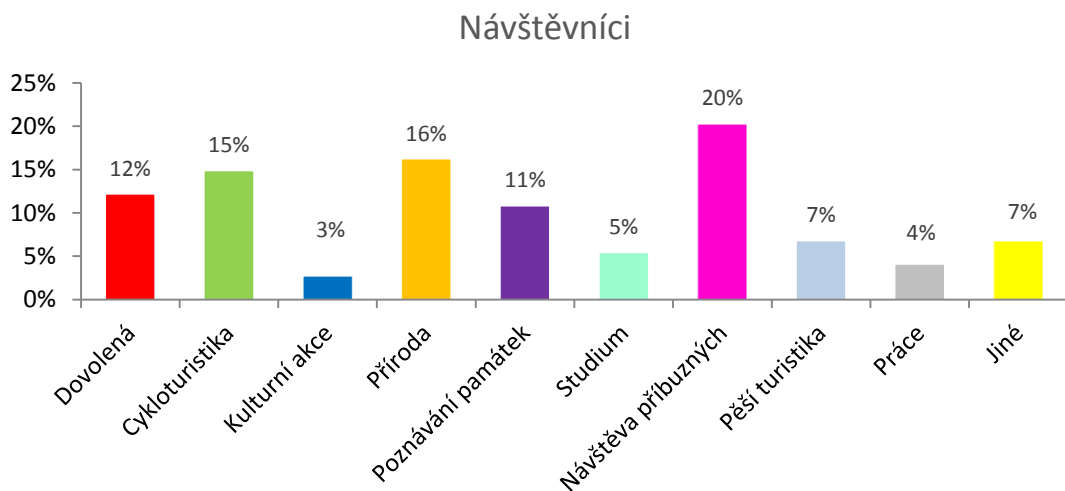
### Navštívil (a) jste již někdy mikroregion Vsetínsko?



Obrázek 18: Navštívení mikroregionu v minulosti (vlastní zpracování)

Výzkum ukazuje, že 23 % dotazovaných je v mikroregionu poprvé. 77 % respondentům se zde líbilo natolik, že se vrátilo. To lze označit za jako velice pozitivní informaci.

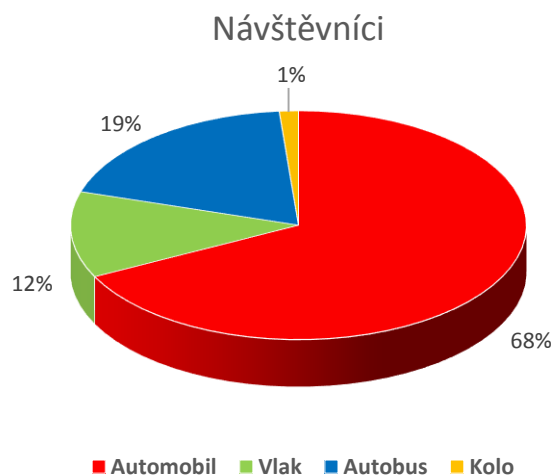
### Jaký je (bude) hlavní důvod Vaší návštěvy?



Obrázek 19: Hlavní důvod návštěvy (vlastní zpracování)

Mikroregion má krásnou přírodu a spoustu památek, proto není divu, že příroda (16 %), cykloturistika (15 %), památky (11 %) a dovolená (12 %) zabírají první místa. Spousta lidí tu má i rodinu a jezdí zde na návštěvu (20 %). U položky jiné se objevil párkrát rybolov a jednou návštěva minipivovaru Valášek ve Vsetíně.

### Jaký způsob dopravy jste zvolili?

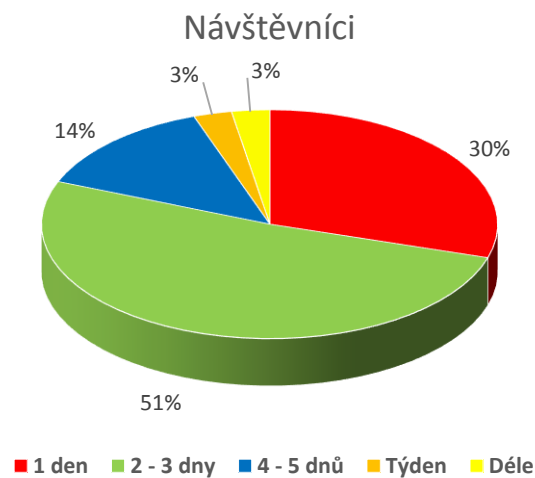


Obrázek 20: Způsob dopravy návštěvníků (vlastní zpracování)

Jako nejčastější odpověď byla se 68 % automobil. Tahle volba je logická. Lidé nejsou časově omezeni, svůj pobyt si můžou naplánovat podle vlastních potřeb a kdykoli mohou navštívit vzdálenější obce mikroregionu. Na druhém místě se objevil autobus (19 %) a na třetím místě vlak (12 %).



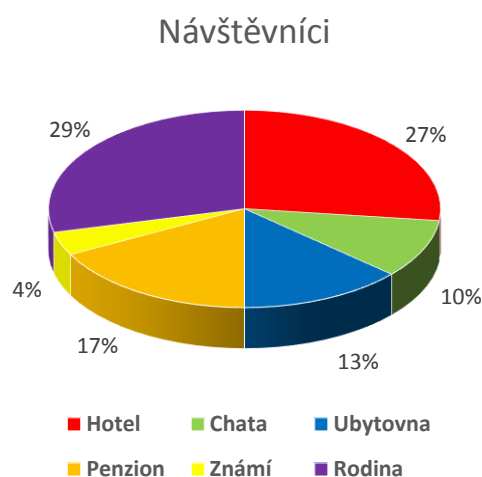
### Jak dlouhý byl (bude) Váš pobyt?



Obrázek 21: Délka pobytu návštěvníků (vlastní zpracování)

Z výzkumu vyplývá, že nejčastější jsou pobyty trvající 2 – 3 dny (51 %), jedná se zřejmě o víkendové pobyty. Druhá nejčastější odpověď 1 den (30 %) může znamenat, že si návštěvníci chtěli udělat jednodenní výlet návštěvou např. Radhoště nebo se chtěli projet po vyhlášených cyklostezkách mikroregionu. Tato otázka může být zkreslena i trochu tím, že sběr odpovědí nebyl prováděn zrovna v letní sezóně, kdy mají lidé většinou dovolené. Pak by se odpovědi jako 4 – 5 dnů nebo déle vyskytovaly pravděpodobně častěji.

### Jaký způsob ubytování jste využili (využijete)?

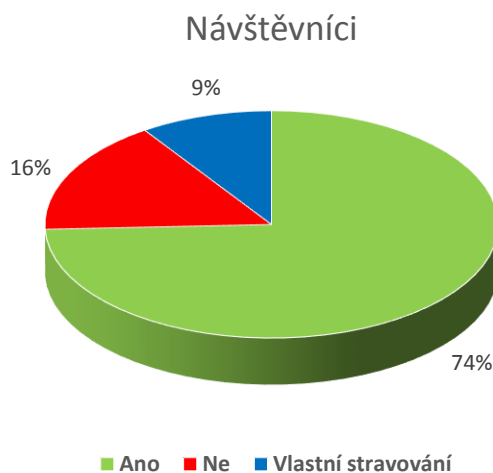


Obrázek 22 Způsob ubytování návštěvníků (vlastní zpracování)

Na tuto otázku odpovídali pouze ti respondenti, kteří uvedli, že se budou zdržovat déle jak 1 den. Možná zkreslenost dotazníku se promítá i v této otázce, kdy přestože hotel (27 %) a

penzion (17 %) dosahují velkého podílu, tak ubytování u rodiny (29 %) dosahuje vyšší hodnoty.

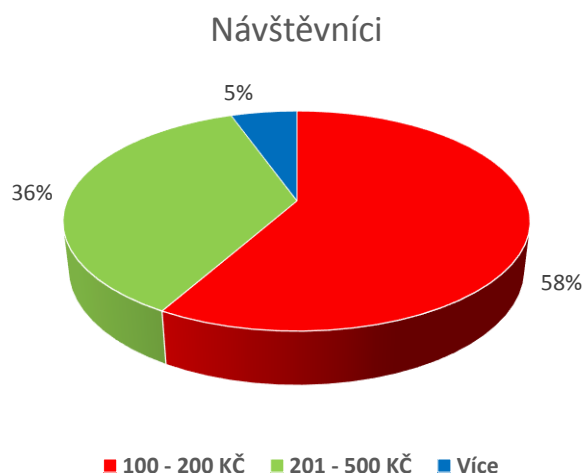
### Využili jste (využijete) při návštěvě restaurační zařízení?



Obrázek 23: Využití restauračních zařízení návštěvníky (vlastní zpracování)

Jak už bylo uvedeno v analýze stravování, mikroregion nabízí dostatek stravovacích zařízení, které využilo nebo využije 74 % dotazovaných. 9 % návštěvníků volí způsob stravování z vlastních zásob.

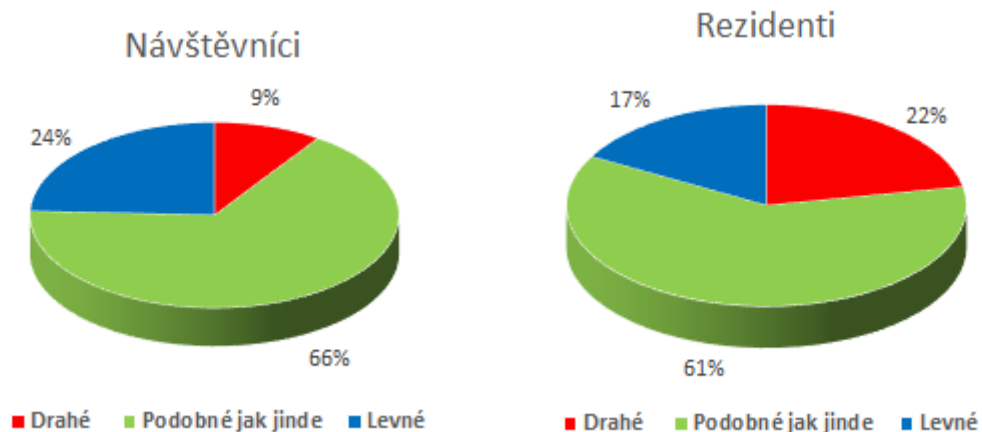
### Kolik jste ochoten (a) maximálně utratit při návštěvě restauračního zařízení?



Obrázek 24: Maximální útrata návštěvníků v restauraci (vlastní zpracování)

Nejčastější odpovědí bylo 100 – 200 Kč (58 %). 201 – 500 Kč je ochotno utratit 36 % dotazovaných. Překvapující odpovědí je ta skutečnost, že pro 6 % respondentů není problém utratit více jak 500 Kč při návštěvě restauračního zařízení.

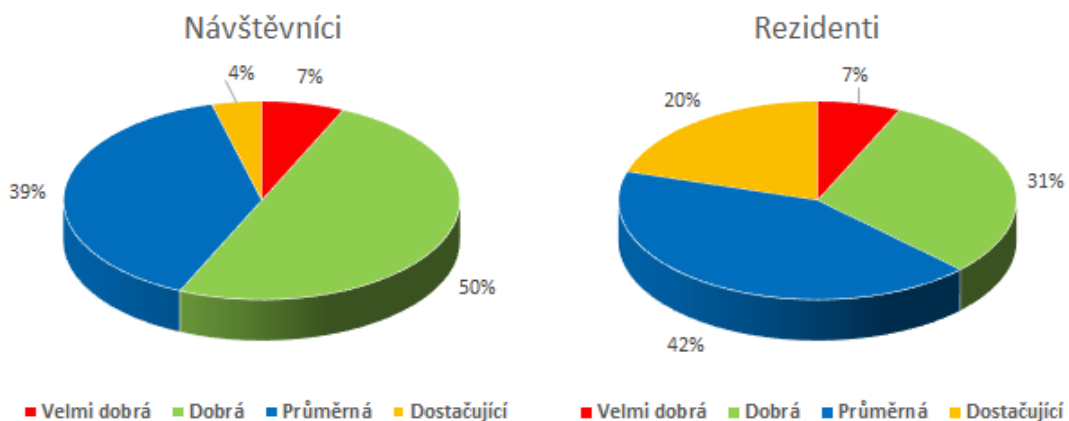
### Jak hodnotíte cenovou úroveň mikroregionu?



Obrázek 25: Cenová úroveň mikroregionu podle respondentů (vlastní zpracování)

Od této otázky se dostávají opět ke slovu i rezidenti. Jak rezidenti (61 %), tak návštěvníci (66 %) si myslí, že cenová úroveň mikroregionu je průměrná. U dalších dvou odpovědí se respondenti rozcházejí. Návštěvníci si myslí, že je to tu spíše levné (24 %), jak drahé (9 %). Rezidenti si naopak myslí, že tu je draž (22 %) než levně (17 %).

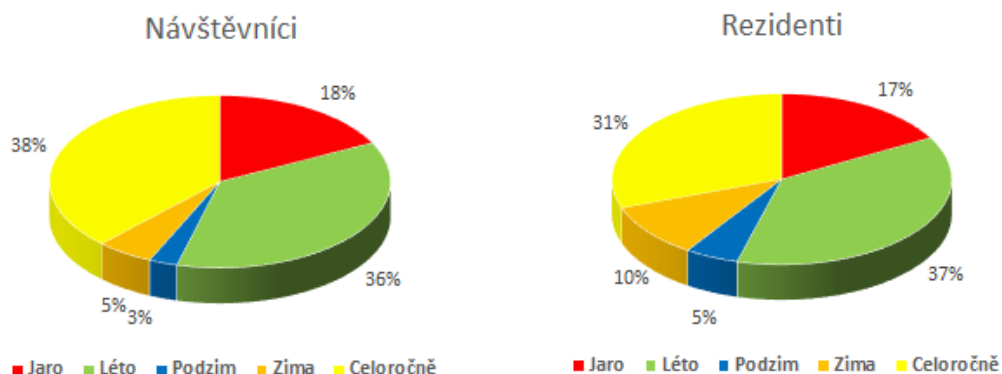
### Jak hodnotíte kvalitu dopravní dostupnosti v mikroregionu?



Obrázek 26: Dopravní dostupnost mikroregionu podle respondentů (vlastní zpracování)

U dopravní dostupnosti převažují u obou skupin dvě odpovědi – dobrá a průměrná. 50 % návštěvníků a 31 % rezidentů hodnotí dopravní dostupnost jako dobrou. 39 % návštěvníků a 42 % rezidentů hodnotí dopravní dostupnost jako průměrnou. 20 % rezidentů si myslí, že je dopravní dostupnost pouze dostačující.

V jakém ročním období je podle Vás návštěva mikroregionu nejatraktivnější?



Obrázek 27: Nejatraktivnější období návštěvy podle respondentů (vlastní zpracování)

Léto se dá všeobecně považovat za nejoblíbenější období pro cestování a projevilo se to i na odpovědích. Návštěvníci zvolili tuhle možnost z 36 %, rezidenti z 37 %. Z výsledků dále vyplývá, že návštěvníci byli pravděpodobně mikroregionem uchváteni a myslí si, že je atraktivní celoročně (38 %).

**Doporučujete něco mikroregionu Vsetínsko pro zvýšení cestovního ruchu, případně co?**

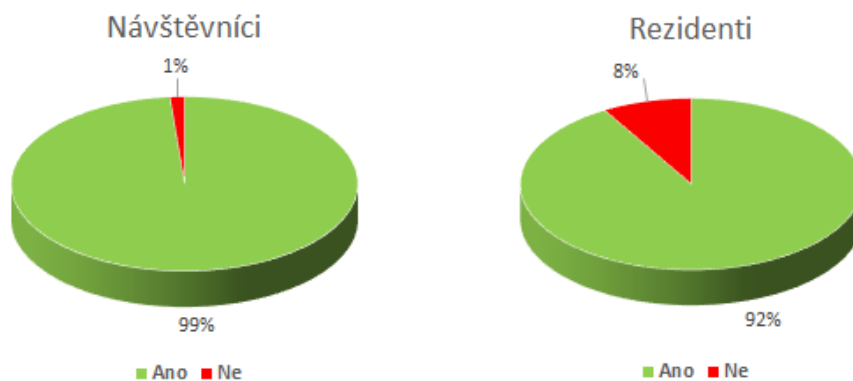
Tato otázka byla volena formou otevřené odpovědi. Respondenti zde dostali prostor pro vyjádření změn nebo doporučení, které by mohly pomoci ke zvýšení cestovního ruchu v mikroregionu. Bohužel se zde potvrdilo, že otevřené otázky nejsou moc oblíbené. Když nebudou počítány odpovědi jako ne nebo nevím, které jsou pro výzkum nepodstatné, tak na ni odpovědělo pouhých 26 respondentů (20 %).

Tabulka 3: Doporučení respondentů (vlastní zpracování)

	Návštěvníci		Rezidenti		Všichni	
Doprava	2	17%	3	21%	5	19%
Propagace	4	33%	6	43%	10	38%
Více veřejně přístupných historických památek	0	0%	2	14%	2	8%
Málo míst kam jít za špatného počasí	2	17%	1	7%	3	12%
Modernizovat vlakové nádraží	1	8%	0	0%	1	4%
Nabídka vícedenního programu (produktové balíčky)	3	25%	2	14%	5	19%

Jak vyplývá z tabulky, respondenti nejvíce doporučují zlepšit propagaci mikroregionu (návštěvníci 33 %, respondenti 43 %). Další radou bylo zlepšení dopravní situace, ať už se jedná o lepší dostupnost po silnici nebo více míst pro parkování (návštěvníci 17 %, rezidenti 21 %). Další zajímavou radou je nabízet ucelený vícedenní program pro turisty (návštěvníci 25 %, rezidenti 14 %).

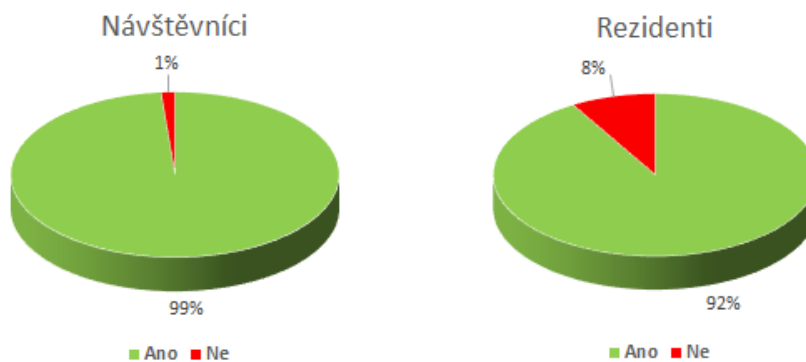
### Je podle Vás mikroregion turisticke atraktivní?



Obrázek 28: Atraktivnost mikroregionu podle respondentů (vlastní zpracování)

Pouze jeden návštěvník si myslí, že mikroregion není turisticky atraktivní (1 %), což je velice dobrá zpráva. U rezidentů si to myslí 5 dotazovaných (8 %).

### Doporučil byste návštěvu mikroregionu známým?



Obrázek 29: Vyjádření respondentů, zda by doporučili mikroregion známým (vlastní zpracování)

Poslední otázka kopíruje výsledky té předchozí. Drtivá většina respondentů by doporučila návštěvu mikroregionu svým známým.

#### 6.7.1 Vyhodnocení hypotéz

Na začátku dotazníkového šetření byly vyřknuty hypotézy, které zde budou vyhodnoceny.

První hypotéza předpokládala, že více jak 40 % dotazovaných návštěvníků pochází ze Zlínského kraje. Z grafu vyplývá, že dotazovaných návštěvníků ze Zlínského kraje bylo celkem 46 %. Hypotézu tedy přijímáme.

Druhá hypotéza předpokládala, že 70 % dotazovaných rezidentů už někdy slyšelo o mikroregionu Vsetínsko. Z grafu lze vyčíst, že tomu tak nebylo. Pouhých 56 % respondentů někdy slyšelo o mikroregionu Vsetínsko. Z tohoto důvodu hypotézu zamítáme.

Třetí hypotéza vyslovila předpoklad, že 40 % návštěvníků je v mikroregionu Vsetínsko poprvé. Z dotazníkového šetření vyplývá, že pouhých 23 % návštěvníků je v mikroregionu Vsetínsko poprvé. Hypotézu tedy zamítáme.

Poslední hypotéza předpokládala, že mezi pohlavím návštěvníků a způsobem dopravy neexistuje žádná závislost. K ověření existence závislosti byl použit program XL Statistics. Zde byla využita metoda analýzy závislosti kategoriálních proměnných. Výsledkem byly čtyři jednotlivé testy, z nichž každý zkoumal závislost u konkrétního dopravního prostředku. V první řadě bylo nutné vypočítat hodnoty absolutní četnosti. Tato otázka byla povinná a tím pádem na ni odpovědělo všech 74 dotazovaných návštěvníků.

Tabulka 4: Absolutní četnost (vlastní zpracování)

Způsob dopravy	Muž	Žena	Celkem
Automobil	27	23	50
Autobus	8	6	14
Vlak	5	4	9
Kolo	1	0	1

Dále následovalo testování hypotézy. V první řadě však bude popsán způsob při testování hypotézy. Hypotéza se testuje na hladině významnosti 0,05, což znamená, že případné zamítnutí či přijetí hypotézy má 95 % správnost. U konkrétního příkladu tedy platí, že pokud dosáhne  $p$  – value nižší hodnoty než je 0,05, pak hypotézu zamítáme. Případné zamítnutí hypotézy tedy znamená, že mezi testovanými proměnnými existuje závislost. Například u automobilu dosáhla  $p$  – value hodnoty 0,725544. Vzhledem k tomu, že hodnota 0,725544 je větší jak 0,05 – závislost nebyla prokázána.

Tabulka 5: Výsledky analýzy závislosti kategoriálních proměnných (vlastní zpracování)

Způsob dopravy	$p$ - value
Automobil	0,72544
Autobus	0,884518
Vlak	0,992285
Kolo	0,366381

Jak vyplývá z tabulky, tímto způsobem byly prozkoumány všechny způsoby dopravy a z výsledků bylo rozhodnuto, že pohlaví návštěvníků nemá vliv na způsob dopravy.

## 6.8 Analýza SWOT

Na základě předešlé analýzy podmínek v mikroregionu, dotazníkového šetření a osobního pohovoru byla sestavena níže uvedená SWOT analýza.

### 6.8.1 Silné stránky

- Přírodní atraktivita mikroregionu.
- Kvalitní životní prostředí.
- Folklor a lidové tradice.
- Tradice dřevařského, sklářského a textilního průmyslu.
- Hustá síť turistických stezek.
- Cykloturistický ráj.
- Přátelská povaha obyvatel.
- Spousta lyžařských středisek.
- Spousta tras pro běžecké lyžování.
- Vhodná krajina pro hipoturistiku.
- Historické památky, kterým dominuje Valašské muzeum v Rožnově pod Radhoštěm.
- Možnost rekreace pro všechny věkové skupiny.
- Specifická gastronomie (frgály, slivovice, atd.).
- Dostatek stravovacích zařízení.
- Dobrá lokalita mikroregionu pro příhraniční turisty (Slováci).
- Pestrá nabídka cestovního ruchu v malém prostoru.
- Bezpečná destinace (nízká kriminalita).
- Oblíbenost tzv. „prodloužených víkendů.“

### 6.8.2 Slabé stránky

- Nedostatečná propagace.
- Nedostatečná nabídka produktových balíčků pro turisty.
- Nedostatečná kvalifikace personálu v zařízeních cestovního ruchu (neznalost cizích jazyků).
- V některých obcích nedostupnost ubytovacích zařízení.
- Vysoká nezaměstnanost.
- Ekonomicky slabý mikroregion.

- Velké procento jednodenních návštěvníků.
- Malá nabídka trávení volného času aktivně v případě špatného počasí.
- Špatná dopravní infrastruktura (absence dálničních tahů, špatný stav stávajících komunikací II. a III. třídy).
- Malá návštěvnost turistů ze vzdálenějších krajů.

### 6.8.3 Příležitosti

- Zlepšení informovanosti o mikroregionu.
- Tvorba programových balíčků pro jednotlivé skupiny turistů (rodiny s dětmi, senioři, apod.).
- Rekvalifikace pracovníků v cestovním ruchu.
- Investice do dopravní infrastruktury.
- Investice do ubytovacích zařízení v menších obcích.
- Možnost rozvoje podnikatelské aktivity kolem cyklistických tras.
- Získávání návštěvníků ze vzdálenějších krajů.
- Zkvalitnění nabídky pro vícedenní pobyty (pokusit se udržet návštěvníka v mikroregionu více jak 1 den).
- Dotace či granty pro rozvoj cestovního ruchu na území mikroregionu.
- Využití spokojených turistů na šíření dobrého jména.

### 6.8.4 Hrozby

- Nedostatek peněžního kapitálu na investice zvyšující atraktivitu mikroregionu.
- Nedokonalá kvalifikace personálu v cestovním ruchu.
- Poničení přírody a kulturních památek v důsledku vyšší návštěvnosti.
- Snížení atraktivity mikroregionu.
- Odliv pracovní síly do ekonomicky silnějších míst.
- Neobnovování dopravní infrastruktury.
- Negativní reklama.
- Neinvestování do propagace mikroregionu.
- Snížení pracovní síly zaviněné stárnutím obyvatelstva.



## 7 NÁVRHY NA ZVÝŠENÍ CESTOVNÍHO RUCHU V MIKROREGIONU VSETÍNSKO

### 7.1 Propagace

Jak autor bakalářské práce prokázal v dotazníkovém šetření, velká slabina mikroregionu spočívá v jeho propagaci. Je až k neuvěření, že v dnešní době, které vládou chytré telefony, a internet se stal běžnou součástí života, mikroregion postrádá pořádné internetové stránky, které by ho propagovaly.

Webové stránky by měly propagovat danou lokalitu a vyvolat v turistovi pocit, že dané místo musí navštívit, protože má co nabídnout. Bohužel stránky mikroregionu tak zdaleka nepůsobí. Autor bakalářské práce jako první způsob propagace tedy doporučuje modernizaci webových stránek.

Webové stránky by bylo vhodné rozdělit do několika sekcí. První sekce by měla obsahovat základní informace o mikroregionu a informace o jednotlivých obcích.

Další sekce by mohla nést název památky. Zde by se vyskytovaly fotky jednotlivých památek v daných obcích, jejich stručný popis a mapa, jak se k daným památkám dostat.

Samozřejmě nesmí chybět ani sekce sportovního využití. Mikroregion nabízí spoustu možností pro letní i zimní sporty a je důležité to propagovat. Měli by se zde objevit mapy jednotlivých cyklostezek a turistických tras, možnosti koupání v mikroregionu a v neposlední řadě informace o lyžařských střediscích a tratích pro běžecké lyžování. Vše by mělo být doplněno řadou fotografií.

Poslední sekce by se měla věnovat kulturním akcím na území mikroregionu. Tahle sekce by se měla často aktualizovat, obsahovat základní popis dané akce a její datum.

Důležité je také umístit stránky na nějaké velké portály, které by umocnily povědomí o mikroregionu.

Ideální portály pro umístění odkazu by byly:

- [www.vychodni-morava.cz](http://www.vychodni-morava.cz),
- [www.cyklostezky.cz](http://www.cyklostezky.cz),
- [www.treking.cz](http://www.treking.cz).

Stále velmi oblíbené jsou klasické pohlednice. Bylo by vhodné natisknout pár druhů pohlednic, na kterých se vyskytují nejzajímavější místa a k tomu přidat například mapy vybraných cyklostezek.

Pravděpodobně by se vyplatilo vytvořit i propagační DVD mikroregionu. To by se mohlo prodávat v informačních centrech, vybraných restauracích mikroregionu a na kulturních a jiných společenských akcích.

Autor bakalářské práce dále doporučuje tvorbu kalendáře mikroregionu. Kalendář je něco, s čím přijde člověk dennodenně do styku, a proto se kalendář jeví jako ideální prostředek propagace. Účelem kalendáře by bylo poskytnout informace o akcích pořádaných v jednotlivých obcích. Zajímavost kalendáře by pak zajistily fotky vybraných míst a krásné scenérie přírody mikroregionu.

U propagace samozřejmě nesmí chybět propagační materiály. Jako logická volba se jeví tvorba brožur. Ty by obsahovaly informace o mikroregionu, souhrn památek, mapy cyklostezek a pěších tras a nápady na navštívení zajímavých míst. V brožurách dále nesmí chybět nabídka stravování a ubytování pro turisty. Vše by bylo doplněno kvalitními fotografiemi.

## **7.2 Tvorba produktových balíčků**

Jednou z priorit rozvoje cestovního ruchu je získání potenciálního návštěvníka v konkurenci ostatních mikroregionů. K tomu je vhodné sestavit ucelenou nabídku programů a akcí, která je vhodnější než nabídka jednotlivých služeb. Jedná se o jeden z prvků marketingového mixu, má tedy velmi blízko k efektivní propagaci produktu, resp. produktových balíčků i k propagaci mikroregionu.

Jak vyplynulo z provedeného výzkumu, turisté by o nabídku produktových balíčků měli zájem. Z dotazníkového šetření dále vyplynulo, že se na území mikroregionu vyskytuje spousta jednodenních turistů. Tvorba produktových balíčků by mohla napomoci zmírnit tento jev, protože podstata produktových balíčků mimo jiné spočívá v podpoře prodloužení pobytu v dané destinaci.

Při tvorbě produktových balíčků je důležité, vycházet z charakteristik cílového zákazníka. Pro každou cílovou skupinu je tedy nutné zpracovat samostatné materiály – produktové balíčky. Tyto balíčky by měli mít podobu tištěného letáku, mohou se vyskytovat v různých propagačních materiálech, informačních centrech, webových stránkách mikroregionu atd.

Způsobů vytvoření produktových balíčku je celá řada, záleží pouze na kreativitě těch, kteří budou balíčky připravovat a jakou získají finanční podporu či jaké finanční podmínky jsou schopni nabídnout. Cena balíčků hraje bezesporu důležitou roli pro jeho výběr.

Autor bakalářské práce dále uvádí návrhy dvou produktových balíčků:

### **Balíček č. 1 – Návrh produktového balíčku pro cykloturisty – sportovní zážitek.**

**Název:** Na kole za sportem

**Turistická oblast:** Vsetín a okolí

**Popis balíčku:** 4 denní program zaměřený na sportovní aktivity.

#### **Služby zahrnuté v balíčku:**

- **Ubytování:** Hotel Sport ve Vsetíně
- **Stravování:** Vlastní, Hotel Sport
- **Doprava:** Vlastní
- **Ostatní:** Bowling, minigolf, koupání

#### **Program:**

- 1. Den: Příjezd do Vsetína, ubytování, prohlídka města, návštěva minigolfového klubu.
- 2. Den: Po cyklostezce Bečvě pojedete po Vsetínské větvi až do města Nový Hrozenkov a zde strávíte odpoledne plné koupání, plážového volejbalu a jiných aktivit v areálu koupaliště Balaton. Večer vás čeká zábava v bowlingovém centru Bonver.
- 3. – 4. Den: Nádhernou přírodu si užijete na vsetínských okruzích pro horská kola. Okruhy jsou různé náročnosti a délky. Z velké nabídky lze doporučit trasa „ Velká podkova“ nebo návštěva Bike Arény Vsetín.

Balíček by zahrnoval i případné zapůjčení horského kola včetně příslušného vybavení z turistického informačního centra ve Vsetíně.

**Balíček č. 2 – Návrh produktového balíčku pro rodiny.**

**Název:** S dětmi za zábavou i historií

**Turistická oblast:** Rožnov pod Radhoštěm a okolí

**Popis balíčku:** 4 denní program zaměřený na rodiny s dětmi.

**Služby zahrnuté v balíčku:**

- **Ubytování:** Penzion Beskyd v Rožnově pod Radhoštěm
- **Stravování:** Vlastní, restaurace ve městě
- **Doprava:** Vlastní
- **Ostatní:** Prohlídka památek, aquapark, Gibon park

**Program:**

- 1. Den: Příjezd do Rožnova, ubytování, návštěva Valašského muzea v přírodě.
- 2. Den: Projížďka po cyklostezce Bečva do Valašského Meziříčí a zpět. Ve Valašském Meziříčí si můžete odpočinout v moderním aquaparku s bazény, řadou atrakcí a wellnes zónou.
- 3. Den: Výlet do horského střediska Pustevny, které nabízejí řadu památek a výletních tras. Velmi oblíbená je nenáročná túra po hřebeni na horu Radhošť, kde cestou ke kapli minete i sochu boha Radegasta.
- 4. Den: Návštěva adrenalinového parku Gibon v Rožnově pod Radhoštěm

### 7.3 Další návrhy

- Vytvářet stále nové cyklostezky a turistické trasy. I když se říká o území mikroregionu, že je to cyklistický ráj, tak stále nabízí možnosti pro nové trasy.
- Vybudování zábavního centra pro děti se střešou pro nepříznivé počasí.
- Modernizace silnic II. a III. třídy pro zlepšení dostupnosti turistických cílů.
- Budování parkovišť u kulturních památek.
- Využití lidových tradic pro rozvoj venkovského cestovního ruchu.
- Využití krásné přírody pro rozvoj hipoturistiky.
- Rozvoj ubytovacích kapacit ve více obcích mikroregionu.
- Zlepšit znalost cizích jazyků zaměstnanců v cestovním ruchu.
- Bezplatné a dostatečné pokrytí Wi - Fi ve všech významných obcích mikroregionu.

## ZÁVĚR

Tato bakalářská práce byla zaměřena na analýzu cestovního ruchu v mikroregionu Vsetínsko, který leží v regionu nazývaném Valašsko. Za hlavní cíl bylo stanoveno zmapování současného stavu cestovního ruchu na území mikroregionu a následné doporučení návrhů pro jeho rozvoj.

Z pohledu autora bakalářské práce má mikroregion Vsetínsko velmi kvalitní předpoklady k budoucímu rozvoji cestovního ruchu. Hlavní potenciál pro rozvoj cestovního ruchu na území mikroregionu spočívá v rozmanitém terénu, příznivých klimatických podmínkách a krásné a neporušené přírodě, která přímo vybízí pro různé druhy turistiky. Území mikroregionu je také vhodné pro zimní sporty svou velkou nabídkou lyžařských středisek a hojným počtem upravovaných běžeckých stop. V neposlední řadě se nesmí zapomenout ani na specifickou architekturu a spoustu kulturně – historických památek.

Přestože mikroregion nabízí kvalitní předpoklady pro jeho rozvoj, zůstávají tu velké nedostatky, které brání k dosažení jeho maximálního potenciálu. První nedostatek, který z provedené analýzy vyplynul, je nedostatek hromadných ubytovacích zařízení v některých obcích a až 17 obcí dokonce nenabízí ani jedno hromadné ubytovací zařízení.

Velké nedostatky dále vyplynuly z dotazníkového šetření. Největší problém mikroregionu ční v jeho propagaci. Méně než polovina návštěvníků o mikroregionu někdy slyšela a co je ještě více zarážející, tak povědomost rezidentů o mikroregionu není o moc lepší. Pouhých 56 % o něm někdy slyšelo.

Autor bakalářské práce proto přišel s pár návrhy jak propagaci mikroregionu zlepšit. Základní prioritou by měli být webové stránky mikroregionu. V dnešní době, kdy se stal internet běžnou součástí života je tento způsob propagace pravděpodobně i nejúčinnější formou. Webové stránky by bylo vhodné rozdělit do několika sekcí, které by obsahovaly informace o mikroregionu, památkách, sportovních možnostech a nakonec informace o kulturních akcích pořádaných na území mikroregionu.

Jako další způsoby propagace byly doporučeny stále oblíbené klasické pohlednice, propagační DVD, tvorba brožur a nakonec výroba kalendáře mikroregionu. Kalendář je něco, s čím přijde člověk dennodenně do styku, a proto se kalendář jeví jako ideální prostředek propagace.

Z dotazníkového šetření dále vyplynulo, že na území mikroregionu se vyskytuje spousta jednodenních návštěvníků. Ke zmírnění tohoto faktu by mohla dopomoci věc, kterou i

respondenti doporučují v otevřené otázce dotazníku – tvorba produktových balíčků. Při tvorbě produktových balíčků je důležité, vycházet z charakteristik cílového zákazníka. Pro každou cílovou skupinu je tedy nutné zpracovat takové balíčky, které jsou pro danou skupinu atraktivní. Způsobů vytvoření produktových balíčků je celá řada, záleží pouze na kreativě těch, kteří budou balíčky připravovat.

Dalším velkým problémem, který zhoršuje cestovní ruch v této oblasti je úroveň dopravní infrastruktury a to především díky nekvalitním komunikacím ze Zlínského kraje. Bohužel tento problém nelze řešit v rámci mikroregionu, ale musí být řešen v rámci celého kraje.

Starostové obcí by se měli společně pokusit vytvořit image moderního mikroregionu, kde se daří cestovnímu ruchu a jsou zde vytvořeny všechny potřebné infrastrukturní podmínky pro celoroční turistiku a sport.

Nakonec autor bakalářské práce zmiňuje další doporučení, která by mohla napomoci k rozvoji cestovního ruchu. Mezi ně patří:

- Tvorba stále nových cyklostezek a turistických tras.
- Vybudování zábavného centra pro děti se střechou pro nepříznivé počasí.
- Využití lidových tradic pro rozvoj venkovského cestovního ruchu.
- Využití krásné přírody pro rozvoj hipoturistiky.
- Znalost cizích jazyků zaměstnanců v cestovním ruchu.
- Bezplatné a dostatečné pokrytí Wi - Fi ve všech významných obcích mikroregionu.

Cíl práce byl dle názoru autora bakalářské práce splněn a tento dokument může být přínosem nejen pro subjekty cestovního ruchu, ale i pro potenciální návštěvníky a turisty.

## SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

### Bibliografie:

BALETKA, Ladislav et al. *Vsetín: město a čas*. 2008, 1. vyd. Vsetín: Masarykova veřejná knihovna, 239 s. ISBN 978-80-904139-1-7.

FORETOVÁ, Věra a Miroslav FORET. *Jak rozvíjet místní cestovní ruch*. 2001, 1. vyd. Praha: Grada, 178 s. ISBN 802470207x.

HESKOVÁ, Marie. *Cestovní ruch: pro vyšší odborné školy a vysoké školy*. 2006, 1. vyd. Praha: Fortuna, 223 s. ISBN 80-7168-948-3.

HORÁKOVÁ, Helena. *Strategický marketing*. 2003, 2., rozš. a aktualiz. vyd. Praha: Grada, 200 s. ISBN 8024704471.

HORNER, Susan a John SWARBROOKE. *Cestovní ruch, ubytování a stravování, využití volného času*. c2003, Praha: Grada, 486 s. ISBN 80-247-0202-9.

INDROVÁ, Jarmila a kol. *Cestovní ruch: (základy)*. 2009, Vyd. 2., přeprac. V Praze: Oeconomica, 122 s. ISBN 978-80-245-1569-4.

JAKUBÍKOVÁ, Dagmar. *Marketing v cestovním ruchu: jak uspět v domácí i světové konkurenci*. 2012, 2., aktualiz. a rozš. vyd. Praha: Grada, 313 s. ISBN 978-80-247-4209-0.

KIRÁLOVÁ, Alžbeta. *Marketing: destinace cestovního ruchu*. 2003, Vyd. 1. Praha: Ekopress, 173 s. ISBN 80-86119-56-4.

KOTÍKOVÁ, Halina. *Nové trendy v nabídce cestovního ruchu*. 2013, 1. vyd. Praha: Grada, 207 s. ISBN 978-80-247-4603-6.

KOTLER, Philip a Gary ARMSTRONG. *Principles of marketing*. c2014, 15th global ed. Harlow: Pearson, 716 p. ISBN 978-0-273-78699-3.

NEKUDA, Vladimír et al. *Okres Vsetín: Rožnovsko, Valašskomeziříčsko, Vsetínsko*. 2002., 1. vyd. Hvězdárna Valašské Meziříčí. ISBN 80-86298-09-4.

PALATKOVÁ, Monika. *Marketingová strategie destinace cestovního ruchu: jak získat více příjmů z cestovního ruchu*. 2006, 1. vyd. Praha: Grada, 341 s. ISBN 80-247-1014-5.

PALATKOVÁ, Monika a Jitka ZICHOVÁ. *Ekonomika turismu: turismus České republiky*. 2014, 2., aktualiz. a rozš. vyd. Praha: Grada, 262 s. ISBN 978-80-247-3643-3.

RYGLOVÁ, Kateřina. *Cestovní ruch: soubor studijních materiálů*. 2009, Vyd. 3., rozš. Ostrava: Key Publishing, 187 s. ISBN 978-80-7418-028-6.

ZELENKA, Josef. *Marketing cestovního ruchu*. 2010, Vyd. 1. Praha: Univerzita Jana Amose Komenského, 240 s. ISBN 978-80-86723-95-2.

### **Internetové zdroje:**

Cyklostezka Bečva [online]. [cit. 2015-05-07]. Dostupné z: <http://www.cyklostezkabecva.com/?q=novinka>

Cyklostezka Bečva: Ke stažení [online]. [cit. 2015-05-07]. Dostupné z: <http://www.cyklostezkabecva.com/?q=node/17>

Cyklotrasy ze Vsetína: Velká Podkova [online]. [cit. 2015-05-07]. Dostupné z: <http://www.vychodni-morava.cz/trasa/450/cyklotrasy-ze-vsetina-velka-podkova>

Česká centrála cestovního ruchu: CzechTourism. BusinessInfo.cz [online]. [cit. 2015-05-07]. Dostupné z: <http://www.businessinfo.cz/cs/clanky/ceska-centrala-cestovniho-ruchu-1344.html>

Dřevěné městečko. Valašské muzeum v přírodě [online]. [cit. 2015-05-07]. Dostupné z: <http://www.vmp.cz/cs/navstevnici-prohlidka-muzea/prohlidka-muzea/drevene-mestecko/>

Historie Nového Hrozenkova. Nový Hrozenkov [online]. [cit. 2015-05-07]. Dostupné z: <http://www.novyhrozenkov.cz/clanek/?url=historiehrozenkov> Historie: Příběh obce [online]. [cit. 2015-05-07]. Dostupné z: <http://www.velkekarlovice.cz/historie-pribeh-obce>

Historie města: Rožnov pod Radhoštěm [online]. [cit. 2015-05-07]. Dostupné z: <http://www.roznov.cz/historie-mesta/ds-1051>

Hromadná ubytovací zařízení České republiky. Český statistický úřad [online]. [cit. 2015-05-09]. Dostupné z: <http://apl.czso.cz/huz/okres.jsp?k=CZ0723>

Městská a obecní statistika. Český statistický úřad [online]. [cit. 2015-05-07]. Dostupné z: <https://www.czso.cz/csu/czso/mikroregiony-zlinskeho-kraje-2005-n-t0mu71go7e>

Mikroregiony Zlínského kraje - 2005. Český statistický úřad [online]. [cit. 2015-05-07]. Dostupné z: <https://www.czso.cz/documents/10180/20537078/72070626.pdf/7823e1fe-5c80-4f14-bb1c-9cbd9e7c59f3?version=1.0>

Valašské Meziříčí: Historie města Valašské Meziříčí [online]. [cit. 2015-05-07]. Dostupné z: <http://www.mestovalmez.cz/data.php?adr=historie>



Vsetínský zámek: Fotogalerie [online]. [cit. 2015-05-12]. Dostupné z: [http://www.mestovsetin.cz/vsetinsky-zamek/g-6995/id\\_obrazky=10789](http://www.mestovsetin.cz/vsetinsky-zamek/g-6995/id_obrazky=10789)

Zámek Žerotínů ve Valašském Meziříčí [online]. [cit. 2015-05-12]. Dostupné z: <http://hrady-zamky.beskydy.cz/content/beskydy-historicke-zajimavosti-zamek-zerotinu-ve-valasskem-mezirici.aspx>

Živě Beskydy: Pustevny a Radhošť [online]. [cit. 2015-05-14]. Dostupné z: <http://www.zive-beskydy.cz/nove-stranky/fotogalerie/pustevny-a-radhost-panorama-tour-mtb-vyjizdka-s-pruvodcem.html>

### **Ostatní zdroje:**

Osobní rozhovor s Otakarem Hoškem, turistické informační centrum Vsetín

**SEZNAM OBRÁZKŮ**

Obrázek 1: Základní charakteristiky masového a ekologického cestovního druhu (Hesková, 2006, s. 28).....	18
Obrázek 2: Tři úrovně produktu (Horner a Swarbrooke, 2003, s. 156).....	34
Obrázek 3: Mikroregion Vsetínsko (Mikroregiony Zlínského kraje – 2005, © 2006) .....	40
Obrázek 4: Rozdělení klimatických oblastí (Nekuda, 2002, s. 113) .....	45
Obrázek 5: Vsetínský zámek (Vsetínský zámek: Fotogalerie, [b.r.].....	48
Obrázek 6: Zámek Žerotínů (Zámek Žerotínů ve Valašském Meziříčí, © 1998-2015) .....	49
Obrázek 7: Socha boha Radegasta (Živě Beskydy – Pustevny a Radhošť, [b.r.].....	51
Obrázek 8: Cyklostezka Bečva (Cyklostezka Bečva, [b.r.].....	53
Obrázek 9: Profil trasy Vsetínské větve cyklostezky (Cyklostezka Bečva - ke stažení, [b.r.].....	54
Obrázek 10: Profil trasy cyklostezky vedoucí podél Rožnovské Bečvy (Cyklostezka Bečva – ke stažení, [b.r.].....	54
Obrázek 11: Profil cyklotrasy Velká podkova (Cyklotrasy ze Vsetína, [b.r.].....	55
Obrázek 12: Pohlaví respondentů (vlastní zpracování) .....	60
Obrázek 13: Věk respondentů (vlastní zpracování).....	61
Obrázek 14 Místo původu návštěvníků (vlastní zpracování) .....	61
Obrázek 15: Povědomost respondentů o mikroregionu (vlastní zpracování).....	62
Obrázek 16: Odkud respondenti poprvé slyšeli o mikroregionu (vlastní zpracování).....	62
Obrázek 17: Bydliště respondentů v mikroregionu (vlastní zpracování) .....	63
Obrázek 18: Navštívení mikroregionu v minulosti (vlastní zpracování).....	63
Obrázek 19: Hlavní důvod návštěvy (vlastní zpracování).....	64
Obrázek 20: Způsob dopravy návštěvníků (vlastní zpracování) .....	64
Obrázek 21: Délka pobytu návštěvníků (vlastní zpracování).....	65
Obrázek 22 Způsob ubytování návštěvníků (vlastní zpracování).....	65
Obrázek 23: Využití restauračních zařízení návštěvníky (vlastní zpracování).....	66
Obrázek 24: Maximální útrata návštěvníků v restauraci (vlastní zpracování) .....	66
Obrázek 25: Cenová úroveň mikroregionu podle respondentů (vlastní zpracování) .....	67
Obrázek 26: Dopravní dostupnost mikroregionu podle respondentů (vlastní zpracování).....	67
Obrázek 27: Nejtatraktivnější období návštěvy podle respondentů (vlastní zpracování).....	68
Obrázek 28: Atraktivnost mikroregionu podle respondentů (vlastní zpracování).....	69
Obrázek 29: Vyjádření respondentů, zda by doporučili mikroregion známým (vlastní zpracování) .....	69

**SEZNAM TABULEK**

Tabulka 1: Obce sdružené v mikroregionu Vsetínsko (MOS - Městská a obecní statistika, © 2013) .....	41
Tabulka 2: Hromadná ubytovací zařízení v mikroregionu Vsetínsko (Hromadná ubytovací zařízení České republiky, © 2008 – 2015) .....	58
Tabulka 3: Doporučení respondentů (vlastní zpracování) .....	68
Tabulka 4: Absolutní četnost (vlastní zpracování) .....	70
Tabulka 5: Výsledky analýzy závislosti kategoriálních proměnných (vlastní zpracování) .....	70

## SEZNAM PŘÍLOH

P I Dotazník

# PŘÍLOHA P I: DOTAZNÍK

## DOTAZNÍK

Vážená paní, vážený pane,

jsem student Fakulty managementu a ekonomiky na Univerzitě Tomáše Bati ve Zlíně a dovoluji si Vás požádat o vyplnění dotazníku, který bude sloužit jako podklad pro vypracování bakalářské práce.

Vyplnění dotazníku by nemělo přesáhnout 10 minut Vašeho času.

Dotazník slouží výhradně k akademickým účelům. Cílem je pouze výzkum a Vaše anonymita bude respektována.

Vyberte vždy pouze jednu odpověď.

Prosím Vás, o pravdivé odpovědi.

Děkuji za ochotu

Michal Baroš  
Fakulta managementu a ekonomiky  
Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně

### 1. Vaše pohlaví?

Muž       Žena

### 2. Váš věk?

18 – 24 let       25 – 34 let       35 – 49 let       50 – 65 let       66 a více

### 3. Z jakého kraje pocházíte?

Hlavní město Praha       Královohradecký       Středočeský       Zlínský       Liberecký  
 Jihočeský       Pardubický       Plzeňský       Ústecký       Olomoucký  
 Moravskoslezský       Karlovarský       Jihomoravský       Kraj Vysočina

### 4. Slyšel jste už někdy o mikroregionu Vsetínsko?

Ano       Ne (V případě této odpovědi přeskočte následující otázku č. 5)

### 5. Odkud jste slyšel o mikroregionu Vsetínsko?

Internet       Od známých       Tisk       Škola       Propagační materiály

Jiné (doplňte): .....

**6. Máte trvalé bydliště v mikroregionu Vsetínsko?**(Bystrčicka, Dolní Bečva, Francova Lhota, Halenkov, Horní Bečva, Horní Lideč, Hošťálková, Hovězí, Huslenky, Jablunka, Janová, Karolinka, Kateřinice, Krhová, Valašské Meziříčí, Lačnov, Leskovec, Lhota u Vsetína, Lidečko, Liptál, Lužná, Malá Bystřice, Mikulůvka, Nový Hrozenkov, Prlov, Pržno, Ratiboř, Rožnov pod Radhoštěm, Růžďka, Seninka, Střelná, Střítež nad Bečvou, Študlov, Ústí, Valašská Polanka, Valašská Senice, Valašské Meziříčí, Velké Karlovice, Vidče, Vigantice, Vsetín, Zášová, Zděchov, Zubří)

Ano (Pokud Ano přeskočte na otázky č. 14, 15, 16, 17, 18, 19)       Ne

### 7. Navštívil (a) jste již někdy mikroregion Vsetínsko?

Ano       NE

**8. Jaký je (bude) hlavní důvod Vaší návštěvy?**

- Dovolená     Cykloturistika     Kulturní akce     Příroda     Poznávání památek  
 Studium     Návštěva příbuzných     Pěší turistika     Lyžování     Koupání     Práce  
 Jiné (doplňte): .....

**9. Jaký způsob dopravy jste zvolili?**

- Automobil     Vlák     Autobus     Kolo     Pěšky

**10. Jak dlouhý byl (bude) Váš pobyt?**

- 1 den (V případě této odpovědi přeskočte následující otázku č. 11)     2 – 3 dny     3 – 5 dnů  
 Týden     Déle

**11. Jaký způsob ubytování jste využili (využijete)?**

- Hotel     Chata     Ubytovna     Penzion     Známi     Rodina     Kemp

**12. Využil jste (využijete) při návštěvě restaurační zařízení?**

- Ano     Ne (V případě této odpovědi přeskočte následující otázku č. 13)

- Vlastní stravování (V případě této odpovědi přeskočte následující otázku č. 13)

**13. Kolik jste ochoten (a) maximálně utratit při jedné návštěvě restauračního zařízení?**

- 100 – 200 Kč     200 – 500 Kč     Více

**14. Jak hodnotíte cenovou úroveň mikroregionu?**

- Drahé     Podobné jako jinde     Levné

**15. Jak hodnotíte kvalitu dopravní dostupnosti v mikroregionu?**

- Velmi dobrá     Dobrá     Průměrná     Dostačující     Nedostačující

**16. V jakém ročním období je podle vás návštěva mikroregionu nejatraktivnější?**

- Jaro     Léto     Podzim     Zima     Celoročně

**17. Doporučujete něco mikroregionu Vsetínsko pro zvýšení cestovního ruchu, případně co?**

.....  
.....

**18. Je podle Vás mikroregion turistický atraktivní?**

- Ano     NE

**19. Doporučil byste návštěvu mikroregionu známým?**

- Ano     Ne

*Děkuji za vyplnění dotazníku*