

# Problémy rozvoje cestovního ruchu v Uherském Hradišti

Bc. Pavlína Vaškůjová

---

Diplomová práce  
2018

 Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně  
Fakulta managementu a ekonomiky

---

Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně  
Fakulta managementu a ekonomiky  
Ústav regionálního rozvoje, veřejné správy a práva  
akademický rok: 2017/2018

## ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE (PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Bc. Pavlína Vaškůjová**  
Osobní číslo: **M15607**  
Studijní program: **N6202 Hospodářská politika a správa**  
Studijní obor: **Veřejná správa a regionální rozvoj**  
Forma studia: **kombinovaná**

Téma práce: **Problémy rozvoje cestovního ruchu v Uherském Hradišti**

Zásady pro vypracování:

Úvod

Definujte cíle práce a použité metody zpracování práce.

### I. Teoretická část

- Zpracujte teoretické poznatky vztahující se k problematice rozvoje cestovního ruchu.

### II. Praktická část

- Analyzujte pomocí dotazníkového šetření problémy rozvoje cestovního ruchu v Uherském Hradišti z pohledu obyvatel a jeho návštěvníků.
- Na základě výsledků dotazníkového šetření a rozhovorů s vybranými aktéry a stakeholdery zhodnoťte největší problémy cestovního ruchu v daném regionu.
- Navrhněte řešení pro rozvoj cestovního ruchu v Uherském Hradišti.

Závěr



Rozsah diplomové práce: **cca 70**  
Rozsah příloh:  
Forma zpracování diplomové práce: **tištěná/elektronická**

Seznam odborné literatury:

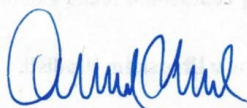
**FLETCHER, John. Tourism: principles and practice. 5th ed. Harlow: Pearson, 2013, 643 s. ISBN 978-0-273-75827-3.**

**KOTÍKOVÁ, Halina a Eva SCHWARTZHOFFOVÁ. Cestovní ruch. 1. vyd. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2017, 154 s. ISBN 978-80-244-5189-3.**

**PLZÁKOVÁ, Lucie a Petr STUDNIČKA. Řízení cestovního ruchu v České republice - minulost, současnost, budoucnost. 1. vyd. Praha: Wolters Kluwer, 2014, 204 s. ISBN 978-80-7478-593-1.**

Vedoucí diplomové práce: **Ing. Lenka Smékalová, Ph.D.**  
Ústav regionálního rozvoje, veřejné správy a práva  
Datum zadání diplomové práce: **15. prosince 2017**  
Termín odevzdání diplomové práce: **17. dubna 2018**

Ve Zlíně dne 15. prosince 2017



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



RNDr. Pavel Bednář, Ph.D.  
*ředitel ústavu*

## PROHLÁŠENÍ AUTORA BAKALÁŘSKÉ/DIPLOMOVÉ PRÁCE

### Prohlašuji, že

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

### Prohlašuji,

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

Ve Zlíně 16. 4. 2018

Jméno a příjmení: ..... PAULIÁNA VAJČKOVÁ

.....  
podpis diplomanta

## **ABSTRAKT**

Cílem této diplomové práce je zhodnocení potenciálu rozvoje cestovního ruchu v Uherském Hradišti. Teoretická část zahrnuje základní pojmy, které se týkají cestovního ruchu s politickou koncepcí cestovního ruchu na období 2014–2020. V praktické části se nachází analýza cestovního ruchu. Na základě těchto zjištění jsou doporučeny návrhy pro rozvoj cestovního ruchu v dané lokalitě.

Klíčová slova: Cestovní ruch, rozvoj cestovního ruchu, politika cestovního ruchu, Uherské Hradiště, SWOT analýza

## **ABSTRACT**

The aim of this diploma thesis is to evaluate the potential of tourism development in Uherské Hradiště. The theoretical part includes the basic concepts that concern tourism with the political concept of tourism for 2014-2020. In the practical part there is an analysis of tourism. Based on these findings, suggestions for tourism development in a given location are recommended.

Keywords: Tourism, tourism development, tourism policy, Uherské Hradiště, SWOT analysis

Na tomto místě bych ráda poděkovala paní Ing. Lence Smékalové, Ph.D., vedoucí mé diplomové práce, za odborné vedení, cenné rady a připomínky. Dále bych ráda poděkovala paní Lence Durdákové, tajemnici Region Slovácko – sdružení pro rozvoj cestovního ruchu, za poskytnuté informace a ochotu.

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

## OBSAH

<b>ÚVOD</b> .....	<b>9</b>
<b>1 CÍLE A METODY ZPRACOVÁNÍ PRÁCE</b> .....	<b>10</b>
<b>I TEORETICKÁ ČÁST</b> .....	<b>11</b>
<b>2 CESTOVNÍ RUCH</b> .....	<b>12</b>
2.1    TYPOLOGIE CESTOVNÍHO RUCHU.....	12
2.1.1    Formy cestovního ruchu.....	12
2.1.2    Druhy cestovního ruchu .....	16
2.2    SLUŽBY .....	17
2.2.1    Vlastnosti služeb .....	17
2.2.2    Služby v cestovním ruchu .....	18
2.3    PŘEDPOKLADY PRO ROZVOJ CESTOVNÍHO RUCHU .....	20
2.3.1    Lokalizační.....	20
2.3.2    Realizační podmínky.....	20
2.3.3    Selektivní.....	20
<b>3 POLITIKA CESTOVNÍHO RUCHU V ČR 2014–2020</b> .....	<b>22</b>
3.1    OBECNÉ PROBLÉMY ROZVOJE CESTOVNÍHO RUCHU.....	23
3.2    POPTÁVKA PO CESTOVNÍM RUCHU A JEJÍ ANALÝZA .....	24
3.3    ANALÝZA VNĚJŠÍHO PROSTŘEDÍ DESTINACE ČR .....	24
3.3.1    Ekonomické vlivy .....	24
3.3.2    Sociální vlivy .....	25
3.3.3    Technologické vlivy.....	26
<b>II PRAKTICKÁ ČÁST</b> .....	<b>28</b>
<b>4 UHERSKÉ HRADIŠTĚ</b> .....	<b>29</b>
4.1    GEOGRAFICKÉ USPOŘÁDÁNÍ A POLOHA .....	29
4.2    HISTORIE MĚSTA .....	30
4.3    PARTNERSKÁ MĚSTA .....	31
4.4    TURISTICKÉ INFORMAČNÍ CENTRUM.....	32
4.4.1    Akce a projekty TIC.....	33
4.5    NÁVŠTĚVNOST ZLÍNSKÉHO KRAJE.....	33
<b>5 SITUAČNÍ ANALÝZA UHERSKÉHO HRADIŠTĚ</b> .....	<b>36</b>
5.1    LOKALIZAČNÍ PODMÍNKY .....	36
5.1.1    Přírodní charakter.....	36
5.1.2    Společenský charakter.....	37
5.2    REALIZAČNÍ PODMÍNKY .....	39
5.2.1    Doprava .....	39
5.2.2    Ubytovací zařízení .....	40
5.2.3    Stravovací zařízení .....	41
5.3    SELEKTIVNÍ PODMÍNKY .....	41
5.3.1    Demografie.....	41
5.3.2    Ekonomika .....	42
<b>6 DOTAZNÍKOVÉ ŠETŘENÍ</b> .....	<b>43</b>

6.1	RESPONDENTI.....	43
<b>7</b>	<b>SWOT ANALÝZA .....</b>	<b>51</b>
7.1	SILNÉ STRÁNKY (STRENGTHS) .....	51
7.2	SLABÉ STRÁNKY (WEAKNESSES) .....	51
7.3	PŘÍLEŽITOSTI (OPPORTUNITIES) .....	51
7.4	HROZBY (THRESTS).....	52
<b>8</b>	<b>NÁVRH ŘEŠENÍ PRO ROZVOJ CESTOVNÍHO RUCHU V UHERSKÉM HRADIŠTI.....</b>	<b>53</b>
8.1	ŽÁDOST O POSKYTNUTÍ NENÁVRATNÉHO FINANČNÍHO PŘÍSPĚVKU Z FONDU MALÝCH PROJEKTŮ.....	54
8.2	ROZPOČET PROJEKTU .....	56
8.3	RIZIKOVÁ ANALÝZA .....	58
<b>9</b>	<b>ZHODNOCENÍ A NÁVRHY .....</b>	<b>59</b>
	<b>ZÁVĚR .....</b>	<b>61</b>
	<b>SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY.....</b>	<b>62</b>
	<b>SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK .....</b>	<b>67</b>
	<b>SEZNAM OBRÁZKŮ .....</b>	<b>68</b>
	<b>SEZNAM TABULEK.....</b>	<b>69</b>
	<b>SEZNAM GRAFŮ .....</b>	<b>70</b>



## ÚVOD

Cestovní ruch je odvětví, které zvláště v posledním desetiletí prošlo obrovským vývojem a nejen, že se stal neodmyslitelnou součástí moderní společnosti, ale také trendem moderního životního stylu lidí a jejich potřeb. Jedním z důvodů takového rozmachu byl nárůst volného času a rozvoj dopravy. Svoji ekonomickou vahou se zařadilo mezi nejvýznamnější odvětví dnešní doby. Velký vliv na rostoucí výdaje na cestovní ruch má také současná změna hodnot lidí, jako je například potřeba sebevzdělání, poznávání jiných kultur, zvyšující se nároky spotřebitele na kvalitu služeb aj. Jeden z nejčastějších důvodů, kvůli kterému jedinec cestuje, patří odpočinek, poznávání či sportovní aktivity.

Toto mnohostranné odvětví národního hospodářství přináší společnosti významné přínosy v mnoha oblastech jako je platební bilance, úroveň HDP a míra zaměstnanosti. Rovněž je významným zdrojem devizových příjmů a poskytuje prostor pro umístění zahraničních investic. Má však také důležitý podíl z pohledu sociálního aspektu, kterým je např. soužití místních obyvatel dané destinace a jejich návštěvníků [23].

Cestovní ruch kromě možnosti poznání nových zemí umožňuje rovněž seznámení s novými odlišnými kulturami a charakteristické aspekty jiných, byť i velmi vzdálených destinací. Ty jsou mnohdy navštěvované díky nově oblíbeným formám cestovního ruchu (Darktourism, Event tourism apod.), které se rozvíjí spolu se zvyšujícími se nároky populace na cestování.

Zásadní úlohou každé destinace by mělo být její zpřístupnění a maximální nabídka atraktivních a kvalitních služeb, která naláká místní i zahraniční návštěvníky takovým způsobem, aby byli spokojeni a rádi se do místa vraceli.

Východiskem této práce je snaha seznámit veřejnost s Uherským Hradištěm, jeho atraktivitami, a hlavně vytvoření návrhu řešení problémů, které brání městu v rozvoji cestovního ruchu.

## 1 CÍLE A METODY ZPRACOVÁNÍ PRÁCE

Pro zpracování této diplomové práce byly použity dostupné zdroje v podobě odborné literatury, webových stránek propagačních materiálů, informací získaných od tajemnice ze sdružení pro rozvoj cestovního ruchu, znalostí získaných během studia a práce průvodkyně v Uherském Hradišti. Podklady pro praktickou část byly získány za pomoci databáze Českého statistického úřadu a od respondentů pobývajících v Uherském Hradišti. Součástí praktické části je také podrobná SWOT analýza rozvoje cestovního ruchu v Uherském Hradišti.

Teoretická část práce je zaměřena na vysvětlení pojmů z oblasti cestovního ruchu a její typologie. Další kapitola se zabývá politikou cestovního ruchu na období 2014-2020. V praktické části je vypracována situační analýza Uherského Hradiště a současně je zde začleněno dotazníkové šetření, které jsem vypracovala pomocí respondentů pobývajících v Uherském Hradišti. Dotazníkové šetření je jedna z metod, které se používají ke sběru dat. Otázky mohou být v dotaznících otevřené, uzavřené a škálové. Uzavřené otázky nabízí volbu odpovědí. O otevřených otázkách mluvíme tehdy, když respondenti, tedy dotazující, nejsou omezeni odpovědí. Poslední škálové otázky slouží jako hodnocení. V dotazníkovém šetření této práce jsou zahrnuty všechny tyto typy otázek [33].

V neposlední řadě je zde také SWOT analýza, která je tvořena čtyřmi kvadranty. Na levé straně se nacházejí faktory s pozitivním dopadem. Naopak v pravé části se zaznamenávají negativní skutečnosti, které nám v tržním prostředí škodí. Horní díl této matice znázorňuje faktory s interní povahou, které však můžeme ovlivnit. Dolní díl zase mapuje externí vlivy, které můžeme rozdělit na makroprostředí, kde spadají ekonomické, legislativní, technologické či sociálně-kulturní vlivy, a mikroprostředí, kam spadají zákazníci konkurence, dodavatelé, odběratelé a veřejnost. Samostatné slovo SWOT je složeno ze začínajících písmen anglických slov, které tyto dílčí kvadranty charakterizují. Do levého horního kvadrantu zaznamenáváme **Strengths**, v překladu silné stránky. V horním levém kvadrantu se nacházejí **Weaknesses** – slabé stránky, v dolní části jsou **Opportunities** (příležitosti) a **Threats**, tedy hrozby [30].

Cílem diplomové práce „Problémy rozvoje cestovního ruchu v Uherském Hradišti“ je navrhnout řešení pro rozvoj cestovního ruchu v této destinaci pomocí projektu.

## **I. TEORETICKÁ ČÁST**

## 2 CESTOVNÍ RUCH

Cestovní ruch je nedílnou součástí dnešního moderního světa a je důležitým sociálně-ekonomickým jevem. Cestování zlepšuje životní styl a pomáhá k rozvoji dopravy a komunikačního spojení. Lidé cestovali už odnepaměti, avšak jeho vznik se datuje kolem přelomu 19. a 20. století. Cestovní ruch je důležitým aspektem světové ekonomiky a v některých zemích je dokonce hlavním zdrojem jejich příjmů [14].

Dělí se na dva podsystemy – subjekt cestovního ruchu, tedy návštěvník a objekt cestovního ruchu, který je tvořen destinací, kam cestujeme. Jeho velký přínos můžeme vidět i v ekonomickém odvětví. Co se týče mezinárodního cestovního ruchu, tak je zde generován přes 1 bilion dolarů ročního příjmu. Podle odhadů UNWTO (Světová organizace cestovního ruchu) z roku 2011 a WTTC (Světová rada cestování a cestovního ruchu) z roku 2012 je uváděn přímý podíl na cestovní ruch cca pět procent na celosvětovém HDP [23].

Definice pro cestovní ruch bylo vytvořeno mnoho jak jednotlivci, tak i světovými organizacemi. Cestovní ruch podle UNWTO je definován jako činnost osob, které cestují a pobývají v místech mimo své trvalé bydliště, po dobu kratší než jeden rok, za účelem trávení volného času a služebních cest. Tato osoba nesmí být za cestu odměňována ze zdrojů navštíveného místa [1].

### 2.1 Typologie cestovního ruchu

Cestovní ruch se dělí na různé druhy a formy. Formy cestovního ruchu posuzujeme podle druhu motivace, tj. účel, kvůli kterému lidé cestují a přechodně pobývají na místě mimo své trvalé bydliště. Druhy jsou naopak příčiny, které přímo ovlivňují cestovní ruch a jejich důsledky, které přináší. Druhy i formy se vzájemně propojují tak, aby se účastníkům dostalo co nejlepšího uspokojení potřeb, přičemž jeden z nich bývá dominantnější [15].

#### 2.1.1 Formy cestovního ruchu

Formy cestovního ruchu dělíme následovně:

**Rekreační cestovní ruch** – odpočinková forma, která může mít podobu pasivního i aktivního odpočinku, při kterém člověk dosahuje obnovy fyzických i psychických sil. V dnešním moderním světě je tento druh velmi důležitý, neboť v dnešní době, kdy se obecně zhoršuje životní styl a lidé jsou ve větším stresu, má blahodárny vliv a lidský organizmus.

Tento druh je většinou v kombinaci s dalšími rekreačními aktivitami, jako jsou například různé sportovní aktivity – turistika, rybaření, plavání, táboření či chalupaření a mnoho dalšího. [6]

**Městský a kulturně-poznávací cestovní ruch** – kulturní cestovní ruch přispívá ke společenské a kulturní úrovni lidí a jedná se zde primárně o uspokojování duchovní potřeby jedince, jejichž motivací je poznávání kulturně–historického dědictví jako jsou například hrady či zámky, kulturních zařízení (musea, galerie, archeologické naleziště, hudební festivaly, společenské nebo náboženské akce). Tento druh se nejvíce vyskytuje v kombinaci s lázeňským, rekreačním či kongresovým cestovním ruchem [15].

Mezi specifický druh městského a kulturního cestovního ruchu patří také památky, které jsou zařazené na seznam kulturního dědictví UNESCO. Jedná se o:

- Praha – historické jádro, největší městská památková rezervace v ČR (od roku 1992)
- Český Krumlov – historické centrum (1992)
- Telč – městská památková rezervace (1992)
- Zelená hora – poutní kostel sv. Jana Nepomuckého (1994)
- Kutná hora – historické centrum – gotický chrám sv. Barbory (1995)
- Lednicko-valtický areál – parkové upravené území vysoké umělecké a krajinné hodnoty (1996)
- Kroměříž – zámek, Podzámecká a Květná zahrada (1998)
- Holašovice – lidová architektura selských staveb (1998)
- Litomyšl – renesanční zámek (1999)
- Olomouc – sloup Nejsvětější Trojice (2000)
- Brno – vila Tugendhat (2001)
- Třebíč – Židovská čtvrť a bazilika sv. Prokopa (2003) [43].

**Sportovní cestovní ruch** – zde je hlavním motivem aktivní sportovní využití, ke kterým má účastník fyzické předpoklady, ale také pasivní účastníci, kteří se nepodílejí na sportu přímo aktivně, ale jsou pouze diváky. Pobyty tohoto druhu mohou být krátkodobé i dlouhodobé, jejichž náplní je udržet a posílit kondici. Sportovní aktivity přispívají i k rozvoji morálních vlastností člověka, jako je například vytrvalost, odvaha či kolektivní jednání. Patří sem turistika (pěší, cykloturistika, vodní a horská turistika) se kterou bývá

spojeno i kempování či karavaning. Sportovní cestovní ruch má pak mnoho dalších aktivit, které můžeme rozdělit podle ročního období. Zatímco v létě je populární například koupání jak ve volné přírodě, tak na koupalištích, v zimě je to pak lyžování, sáňkování nebo bruslení. Mezi významná zimní střediska lze zařadit [14]:

- Krkonoše – Harrachov, Špindlerův Mlýn, Pec pod Sněžkou, Žacléř, Rokytnice nad Jizerou, Benecko
- Šumava – Špičák, Kašperské Hory, Zadov, Lipno
- Jeseníky – Praděd – Ovčárna, Malá Morávka, Čenkovice
- Beskydy – Pustevny, Bílá, Soláň, Razula
- Krušné hory – Klínovec, Bouřňák, Zadní Telnice
- Jizerské hory – Bedřichov, Ještěd
- Orlické hory – Deštné v Orlických horách, Říčky v Orlických horách
- Žďárské vrchy – Nové Město na Moravě [43].

**Zdravotně – orientovaný cestovní ruch.** Patří sem cesty do lázeňských zařízení nebo rekreačních center. Účastníci sem jezdí kvůli zlepšení zdravotního stavu za pomoci různých léčebných procedur, na které jsou zařízení přímo specializované. Dnes máme mnoho takovýchto center, kde můžeme vyzkoušet různé koupele, masáže nebo třeba i rehabilitační cvičení. Mezi významná lázeňská střediska v ČR patří [4]:

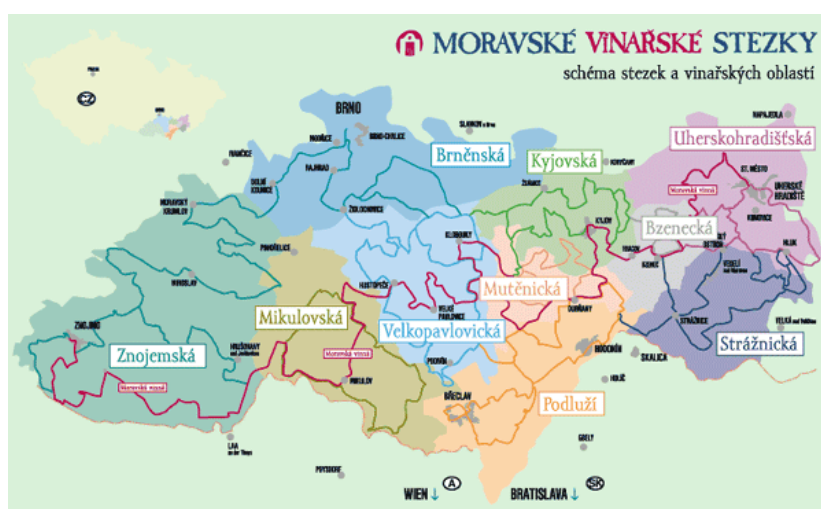
- severozápadní Čechy – Karlovy Vary, Mariánské Lázně, Františkovy Lázně, Jáchymov, Lázně Kynžvart, Konstantinovy Lázně
- severozápadní Čechy – Teplice, Lázně Kunderatice, Jánské Lázně, Velichovky, Poděbrady
- Jesenícko – Jeseník, Karlova Studánka, Velké Losiny
- severovýchodní Morava a Slezsko – Lázně Darkov, Klimkovice, Teplice nad Bečvou
- jihovýchodní Morava – Kostelec, Luhačovice, Ostrožská Nová Ves, Hodonín
- jižní Čechy – Bechyně, Třeboň [43].

**Dovolená v přírodě (ekoturismus).** Tento cestovní ruch se zabývá poznáváním přírodních krás, a hlavně pak přírody, která nebyla narušena lidmi. Jedná se například o přírodní rezervace, národní parky, pralesy či pouště. U venkovského cestovního ruchu se jed-

ná o pobyty na více dnů, které subjekt tráví na venkově. Pro tento cestovní ruch je specifické, že jedinec je ubytován většinou v soukromí, kde je obklopen přírodou, což přispívá k dušení pohodě člověka. Patří sem agroturistika, kde účastník bydlí přímo na farmě a poznává místní způsoby života. Dále je to ekoagroturistika, kde účastník pobývá na farmě s alternativním zemědělstvím a konzumuje jídlo přímo z vypěstovaných surovin na farmě. Mezi významné přírodní památky v ČR patří [5]:

- jeskyně: Punkevní, Kateřinská, Sloupsko-šošůvské, Balcarka (Moravský kras), Konepruské (Český kras), Zbrašovské aragonitové, Mladečské, Javoříčské (Olomoucko), Na Pomezí a Na Špičáku (Jeseníky), Chýnovské (Táborsko)
- propasti: Macocha (Moravský kras), Hranická propast
- skalní města: Adršpaško-teplické skály (Broumovsko), Jetřichovické skály, Pravčická brána (České Švýcarsko), Prachovské skály (Český ráj) [43].

**Vinařský cestovní ruch.** Tato forma cestovního ruchu patří v ČR k poměrně mladým turistickým aktivitám. Počátky můžeme hledat na jižní Moravě, kde je pěstování vína svázáno se specifickou venkovskou kulturou a lidovou architekturou. Vinařský cestovní ruch lze spojovat jak s pěší turistikou a cykloturistikou (síť moravských vinařských stezek), tak s návštěvou kulturních, historických a přírodních památek. Vinařská turistika má však sezónní charakter s dominancí v letní sezóně. Nejvýznamnější koncentrace aktivit vinařské turistiky je na již zmíněné jižní Moravě. V Čechách lze zmínit zejména Mělník [39].



Obrázek 1: Vinařské stezky na Moravě [39]

**Kongresový cestovní ruch** je důležitým a jedním z nejrychleji se rozvíjejících segmentů tzv. turistiky služebních cest (business travel). Na území ČR se nachází více než 800 zařízení, ve kterých lze tento typ cestovního ruchu realizovat. Incentivní cestovní ruch slouží především jako odměna za práci nebo pobídka k dosažení výsledku. Klasickým příkladem incentivní dovolené bývají zaměstnavatelem placené pobyty vynikajícím pracovníkům či různé motivační semináře. Hlavní výhodou České republiky z pohledu kongresové a incentivní turistiky je jednak geografická poloha, ale především také blízkost hlavních zdrojových trhů, atraktivní nabídka kulturních a historických památek a dobré dopravní spojení. Specifikem kongresové turistiky je i poměrně vysoký stupeň zapojení státního a veřejného sektoru do rozvoje kongresové turistiky. Za potenciální střediska veletržního cestovního ruchu lze v ČR považovat 12 měst, která disponují požadovaným druhem zařízení. Mezinárodního významu však dosahuje pouze výstaviště v Brně [8].

### 2.1.2 Druhy cestovního ruchu

Druhy vyjadřují samotný způsob realizace cestovního ruchu. Můžeme je dělit následovně:

#### Podle místa realizace

- Domácí – účastník pobývá ve svém státě
- Zahraniční – účastník pobývá mimo hranice svého státu. O aktivním zahraničním druhu mluvíme tehdy, pokud zahraniční turista přijede a pobývá v domácí zemi. Pasivní druh je naopak vycestování občanů mimo hranice své země a jejich pobyt v dané destinaci. Aktivní cestovní ruch je pro ekonomiku země velmi pozitivní, neboť se zde jedná o příliv peněz, zatímco negativní má opačný vliv na platební bilanci dané země [13].

**Z hlediska způsobu účasti a formy úhrady nákladů.** Zde dělíme cestovní ruch na tzv. volný – tedy komerční a vázaný neboli sociální. U volného si účastník cestovního ruchu cestu hradí z vlastních finančních zdrojů. Pokud občan cestu dostane proplacenou jiným subjektem buď z části, nebo zcela, tak se jedná o cestovní ruch vázaný [1].

**Podle způsobu a organizace.** Organizovaný – zájezd je zprostředkován cestovní kanceláří. Dělíme ho na individuální (cestující jede na zájezd sám nebo s rodinnými příslušníky) a skupinový (účastník cestuje se skupinou lidí). Neorganizovaný – účastník jede tzv. na vlastní pěst. Zájezd si zorganizuje sám nebo využije z části služeb u cestovní kanceláře [1].



**Podle délky účasti.** Krátkodobý – zde se jedná o zájezd, který trvá maximálně 2 noci. Dlouhodobý – délka pobytu u dlouhodobého cestovního ruchu je minimálně 3 noci mimo své trvalé bydliště, avšak ne delší jak 6 měsíců [1].

**Podle ročního období.** Pokud zájezd probíhá v období, kdy je na daném místě nejvyšší koncentrace návštěvnosti, tak se jedná o sezónní cestovní ruch. Mimosezónní se vyznačuje nízkou návštěvností v dané lokalitě a tím často i sníženou nabídkou služeb. Dále se tento cestovní ruch může ještě dělit na letní a zimní [1].

**Podle vlivu na životní prostředí.** Tvrdý cestovní ruch (neboli masový turismus) je cestovní ruch, který zatěžuje sociální, kulturní a životní prostředí. Měkký cestovní ruch je k životnímu prostředí šetrnější a přispívá k udržitelnému rozvoji cestovního ruchu.

Druhů členění je více, např. podle toho jaký dopravní prostředek využijeme k cestování, podle způsobu ubytování či dělení podle cíle cesty atd. [15]

## 2.2 Služby

Služba je činnost, která primárně slouží k uspokojování potřeb a také činností, která je nabízena jednou stranou pro stranu druhou. Má nehmatatelný charakter a potřebuje interakci se zákazníkem či s jeho majetkem, avšak výsledkem není převod vlastnictví. Služba také může směřovat ke změně podmínek a samotná produkce také může být spojena s určitým fyzickým produktem [11].

Rozdíl mezi produktem a službou je ten, že produkt, např. zboží je fyzickou věcí, kterou vidíme a můžeme se jí dotknout. Při koupi jasně vidíme, co jsme dostali. Na druhé straně služby, jsou pouze činností, kterou vytvoří jedna strana pro stranu druhou. Nemůže se jí dotknout a je velmi těžké vědět dopředu, jakou službu přesně dostaneme. Služby není možné skladovat, tudíž je velmi obtížné mít nabídku a poptávku v rovnováze. Vzhledem k tomu, že služby jsou většinou zrealizovány až za přítomnosti zákazníka, je často potřeba „zdvojeného“ zařízení a větší počet pracovníků přímo na místech, kde jsou služby poskytovány [11].

### 2.2.1 Vlastnosti služeb

Na základě definování, co to služba vlastně je, si můžeme vyjmenovat čtyři hlavní vlastnosti [8].

- Nehmatatelnost – zákazník se samotné služby nemůže dotknout, nebo si ji prohlédnout. Kvalitu může pouze odhadnout na základě místa, kde je daná služba poskytnuta, ceny, lidí, materiálů apod.
- Nedělitelnost – službu nelze spotřebovávat postupně, ale je nutno ji spotřebovat současně. Pro zákazníka je tedy velmi důležité, kdo danou službu poskytuje. Pokud chce zákazník službu od určitého dodavatele, tak jejich časové dispozice jsou omezeny a jejich poptávka musí být omezena a regulována pomocí cen.
- Proměnlivost – služba je závislá na tom, kdo, kdy a kde je služba poskytována. Kvalitu můžou dodavatelé zvyšovat pouze tím, že své zaměstnance budou posílat na odborné školení, dále pomocí standardizace procesu, jejich poskytnutí pomocí dané organizace a také pomocí průzkumů, které sledují, jak byly uspokojeny potřeby jejich zákazníků, či jejich stížnosti. Dále může organizace dělat kontrolní činnosti v průběhu realizace služby.
- Pomíjivost – služby nelze skladovat. Většinou je možné je realizovat až v přítomnosti zákazníka. Je to například údržba v bytě, návštěva lékaře, kadeřníka a další [8].

### 2.2.2 Služby v cestovním ruchu

Vedle obecných znaků služeb, které jsme si vyjmenovaly výše, má trh cestovního ruchu další zvláštnosti. Tyto zvláštnosti vyplývají především z charakteru potřeb zákazníků, kteří jsou na straně poptávky a z charakteru služeb v cestovním ruchu, které jsou na straně nabídky. Mezi základní specifika služeb cestovního ruchu patří [12]:

- Riziko krátké expozitury služeb. Pro vytvoření dojmu, ať už špatného nebo dobrého, má klient jen velmi málo času. Jako příklad můžeme uvést například návštěvu cestovní kanceláře.
- Výrazný vliv psychiky a emocí při nákupu služeb. Lidé mají sklon kupovat služby podle toho, jak odpovídají jejich vlastní představě. Při každém nákupu služby v cestovním ruchu zákazník nepoužívá pouze racionální uvažování, ale také emotivní. Tento aspekt může ovlivnit to, jestli zákazník opět využije našich služeb či přejde jinam. V praxi můžeme uvést příklad třeba ve stravovacích službách. Pokud se k nám chová číšník nepříjemně, tak už se do dané restaurace nevrátíme, ale vybereme si jinou.

- Větší význam na "vnější stránku" poskytovaných služeb. Lidé na straně poptávky hodně spoléhají na důkazy či hmatatelné záchytné body. Pomocí těchto hmatatelných důkazů zákazníci hodnotí kvalitu služeb. Je to třeba znak, který nabízející firma používá, druh nábytku, kteří zákazníci kupují, dekor stěn, uniformy zaměstnanců atd.
- Větší důraz na úroveň a image. Služby, které jsou klientům poskytovány, jsou většinou nehmotného charakteru. Proto u zákazníků rozhodují také pocity a emoce, které daná služba vyvolala. Firmy jsou proto nuceny vyvíjet velké úsilí, aby vyvolaly patřičné asociace, které budou odpovídat nejbližše přáním klientů a jejich představám.
- Větší závislost na komplementárních firmách. Služba v cestovním ruchu může být absolutně komplexní. Zákazníci mají možnost během dovolené chodit nakupovat, zapůjčit si automobil, tankovat benzin, zajít si ke kadeřníkovi či vyzkoušet různé restaurace. Tyto firmy pak dotváří celkové zážitky z cest a tyto "dodavatelé zážitků" jsou na sobě závislí a vzájemně se doplňují. Úroveň celkové spokojenosti turistů je také závislá na vlastních zkušenostech, které mají se zainteresovanými firmami. Pokud jedna firma nedosahuje kvality a min. stejné úrovně jako firmy ostatní, tak to nevrhá špatný stín pouze na tu jednu firmu, ale i na všechny ostatní.
- Snazší kopírování služeb. Mnoho služeb v cestovním ruchu je napodobitelných. Zboží je proto chráněno patenty nebo je vytvoření repliky jen velmi obtížné, pokud neznáme detailně výrobní proces. Většina služeb, které jsou nabízeny, ale nemůžou být chráněny patenty. Služby jsou totiž poskytovány lidmi, které můžeme snadno napodobit a tím snížit konkurenční nevýhodu.
- Důraz na propagaci mimo hlavní sezóny. Na rozdíl od hmotného zboží, které je propagováno nejintenzivněji v období vrcholné poptávky, jsou služby propagovány úplně odlišně. Nejvhodnější obdobím u služeb je totiž období, kdy klienti svou dovolenou plánují. Pokud by například cestovní kanceláře rozběhly propagační kampaň v době, kdy začínají prázdniny, tak by bylo již pozdě. Dalším důvodem může být i to, že pokud je středisko plně obsazeno, tak nemůžeme rychle navýšit kapacitu. Také roste tlak na využití existující kapacity mimo hlavní sezónu. Jelikož absolutní kapacita je pevně stanovená, je kladen velký důraz na propagaci, která se bude zaměřovat na období mimo sezónu [12].

## 2.3 Předpoklady pro rozvoj cestovního ruchu

Předpokladem pro realizaci cestovního ruchu je souhrn přírodních a antropogenních aspektů, a to i včetně jejich mnohoúrovňových vazeb. Mariot [10] tyto předpoklady rozdělil na lokalizační, realizační a selektivní.

### 2.3.1 Lokalizační

I když mají druhotný význam pro cestovní ruch, tak mají rozhodující postavení u konkrétního umístění jeho realizace. Pomocí přírodních možností krajiny a atraktivit rozhoduje o funkčním využití cestovního ruchu. Jedná se například o přírodní podmínky, klimatické poměry, rostlinstvo, živočišstvo, společenské podmínky, kulturně-historické památky). Kulturní cestovní ruch je situován do historických měst s kulturním využitím. Jde například o návštěvu památek, muzeí, výstav, galerií či návštěva sakrálních památek [10].

### 2.3.2 Realizační podmínky

Mají dominantní postavení ve finální fázi cestovního ruchu. Starají se o materiálně-technickou základnu pomocí dopravy. Tato základna zahrnuje dopravu, která je základní podmínkou realizace, neboť zajišťuje přesun mezi výchozím a cílovým místem účastníka. Dále zahrnuje materiálně-technickou základnu, kam patří služby stravovací, ubytovací, průvodcovské služby a další služby cestovních kanceláří či turistických informačních center. Velmi důležitou součástí je kvalita těchto služeb, které jsou nabízeny [10].

### 2.3.3 Selektivní

Neboli stimulační faktory jsou nejdůležitějšími faktory v rozvoji cestovního ruchu. Prostřednictvím těchto faktorů se určuje, kdo přijede do dané oblasti a v jakém počtu. Mír a příznivé mezinárodní klima jsou základní podmínkou pro rozvoj cestovního ruchu. Mezi tyto faktory patří: politické (mezinárodní mír, volný pohyb osob přes hranice, politický systém a stabilita aj.), ekonomické (měnová stabilita v zemi, úroková míra, ekonomický a národní důchodový růst), demografické (zvyšující se počet obyvatelstva, rychlost stárnutí populace, hustota obyvatel na metr čtvereční, střední délka života, ekonomická aktivita aj.), technicko-technologické (informační a komunikační technologie, rezervační systémy, úroveň dopravy), sociální (životní úroveň a životní styl, fond volného času), ekologické faktory (infrastruktura, podnebí, přírodní podmínky a geografická poloha. Podle Ryglové (2009) jsou ještě další dva selektivní faktory: Psychologické (motivaci účastníků a jejich

postoj a vnímání), administrativní (zákony v dané zemi, vízové a pasové podmínky, daňová problematika, právní předpisy, aj. [10]

### 3 POLITIKA CESTOVNÍHO RUCHU V ČR 2014–2020

V roce 2013 schválila vláda novu Koncepti státní politiky cestovního ruchu v ČR a představuje strategii, jakým směrem se bude ubírat cestovní ruch. Prioritním cílem je zvyšování konkurenceschopnosti v cestovním ruchu nejen na regionální, ale i na národní úrovni. Pomocí nástrojů se snaží udržet ekonomickou výkonnost a pozitivní dopady na socio-kulturní, či na environmentální rozvoj.

Jeden z hlavních návrhů Konceptce je i srozumitelnější vymezení postavení MMR, agentury CzechTourismu a dalších subjektů. MMR chce podpořit a stabilizovat regionální spolupráci mezi privátním, veřejným a neziskovým sektorem pomocí připravovaného zákona o podpoře rozvoje cestovního ruchu, a to pomocí principu destinačního managementu. Základem pro fungující destinační management je dobrá informační a marketingová prezentace. Je zde také zahrnuta změna, která mění způsob uplatňování dotační politiky. Ta bude po novu zaměřena na využití integrovaného přístupu na regionální úrovni a využití nových finančních nástrojů. Mezi priority nové Konceptce, seřazené chronologicky, patří zkvalitnění nabídky cestovního ruchu, management cestovního ruchu, destinační marketing a politika cestovního ruchu s ekonomickým rozvojem [38].

Tabulka 1: Vliv cestovního ruchu na vybraná odvětví nár. hospodářství (2010) [38]

Odvětví	Podíl cestovního ruchu na HPH (%)	Podíl cestovního ruchu na celkové zaměstnanosti (%)
Hotely a podobná zařízení	78,9	97,0
Druhé bydlení	100	-
Restaurace a podobná zařízení	32,7	42,0
Osobní železniční doprava	47,1	40,0
Osobní silniční doprava	30,0	30,0
Osobní lodní doprava	19,4	30,0
Osobní letecká doprava	83,2	95,0
Doplňkové služby osobní dopravy	14,0	16,0
Pronájem zařízení pro osobní dopravu	3,5	7,3

Cestovní kanceláře a podobná zařízení	100,0	100,0
Kulturní služby	22,5	32,2
Sportovní a rekreační služby	5,3	8,7

V dlouhodobém horizontu podíl významu na cestovním ruchu klesá, neboť výkonnost odvětví roste. Podle statistik TSA (Satelitní účet cestovního ruchu) činil v roce 2010 podíl na cestovním ruchu na HDP 2,7 % (přes 100 mld. Kč) [38].

### 3.1 Obecné problémy rozvoje cestovního ruchu

Formy cestovního ruchu, ke kterým má Česká republika nejlepší předpoklad:

**Městský a kulturní cestovní ruch** – tento cestovní ruch je stále klíčovým prvkem nabídky, a to i přes aktuální trendy, které teď v cestovním ruchu dominují. Je základním prvkem poznávacích forem v cestovním ruchu. V posledních letech silně směřuje k zahraniční poptávce.

**Dovolená v přírodě** – nejvíce typickými pobyty jsou letní a zimní dovolené (pobyty na horách), dovolené u vody, camping, agroturistika apod. Jako trend posledních let se ukazuje stagnace letních pobytů na horách, naopak se rozvíjí venkovský cestovní ruch.

**Sportovní cestovní ruch** – v posledních dvaceti letech se těžiště poptávky po horských dovolených z části přesunulo na zimní sezónu. V letní sezóně se dynamicky rozvíjí cykloturistika a pěší turistika, a to nejen v horských, ale i podhorských oblastech, která je spojena hlavně s poznáváním jiných kulturních tradic a přírodních hodnot.

**Lázeňský cestovní ruch** – zde je asi 8 % celkových kapacit, ale výkony jsou zhruba dvojnásobně vyšší. Celkově je lázeňský nyní ve stagnaci.

**Veletržní a kongresový cestovní ruch** – nejlepší potenciál, co se týče kapacity zařízení a jejího vybavení, disponuje Praha, které se jako jediné město v České republice může řadit do kategorie mezinárodního významu. Dalšími středisky, které mají nadregionální význam je Brno, Karlovy Vary, Olomouc, Mariánské Lázně, Plzeň, Ostrava, Hradec Králové a Špindlerův Mlýn. Na veletržním cestovním ruchu má mezinárodní význam výstaviště v Brně, národní význam má pak Hlavní město Praha. Co se týče regionálního významu ve veletržním cestovním ruchu, tak zde patří České Budějovice, Litoměřice, Lysá nad Labem, Olomouc, Pardubice a Ostrava [38].

Každý kraj v České republice má trochu odlišné cílové segmentace, které jsou závislé na charakteru daného území. Podle programu rozvoje cestovního ruchu ve Zlínském kraji, který byl vytvořen pro období 2015–2020 [44] určil jako své prioritní formy cestovního ruchu:

- „Mainstreamová“ turistika pro volný čas
- Profesionální vzdělávací turistika
- Kongresová, konferenční, seminární turistika
- Korporátní turistika

### **3.2 Poptávka po cestovním ruchu a její analýza**

Z dlouhodobého hlediska se domácí poptávka pohybuje okolo 100 mil, avšak v posledních letech tato poptávka stagnuje. Je zde několik činitelů, které domácí poptávku ovlivňují. Za příklad můžeme uvést výkyvy počasí nebo ekonomickou stagnaci. Zahraniční poptávka má pro ekonomiku ČR důležitý význam, avšak ještě větší význam má poptávka domácí, a to asi čtyřikrát vyšší. Je to dáno turisty, kteří sem přicházejí ze zahraničí, neboť zde utratí více peněz. Zahraniční návštěvníci se podílí na vnitřní spotřebě 36,6 %.

Mezi nejžádanější letní destinací pro české turisty stále patří Chorvatsko. Následuje Slovenská republika, Itálie a Řecko. V posledních letech také roste počet zahraničních služebních cest. Nejčastěji se jedná o destinace: Německo, Švýcarsko, Velká Británie a Polsko [38].

### **3.3 Analýza vnějšího prostředí destinace ČR**

Na vnější prostředí působí vlivy. Ty můžeme rozdělit na ekonomické, sociální a technologické.

#### **3.3.1 Ekonomické vlivy**

Celkové výkony zde závisí na mezinárodních příjezdech. Z ekonomického hlediska jsou ovlivněny kupní silou zdrojových trhů a vývojem měnového kurzu. Pokud koruna posiluje, tak se zvyšuje cenová hladina pro zahraniční turisty a je tedy výhodnější jet do zahraničních destinací. Pokud bude koruna stále posilovat, tak budou růst disponibilní příjmy českých domácností v eurech [38].



### 3.3.2 Sociální vlivy

Sociální vlivy zahrnují hodnoty lidí, jejich očekávání, zvyky či potřeby, které se přenášejí z generace na generaci. Sociální prostředí formuje to, jakou podobu bude mít cestovní ruch nejen v jednotlivých zemích, ale i na celém světě. Vývoj společnosti se stále mění a s tím přicházejí i nové trendy [4]:

- Rozdílné hodnoty a preference se týkají různých skupin obyvatel. Jedná se například o různé věkové skupiny či socioekonomické vrstvy. Všechny tyto trendy dohromady vytváří prostředí, kde se vývoj cestovního ruchu bude dále vyvíjet.
- Velkým trendem se stal individuální přístup ke spotřebitelům. Strany, které jsou nabízejícími na daném trhu, se snaží vytvořit produkt, který se bude zaměřovat přímo na jednotlivé preference spotřebitele. Subjekty strany nabídky pak soutěží v tom, kdo z nich nejlépe vyhoví požadavkům příslušné skupiny spotřebitelů. Výsledkem je výrazně diferencovaná nabídka cestovního ruchu. O výběru konkrétní destinace stále častěji rozhodují atributy, které jsou nabízeny nad rámec běžných požadavků (speciální druhy služeb a produktů).
- Spotřebitelé v současnosti očekávají od dovolené více než jen klasické slunce, opalování a relax. Snaží se mít z dovolené co největší užitek a při svém rozhodování berou v úvahu i materiální hodnotu či kvalitu svého života. Tato situace se nazývá „valueformoney“, v překladu lze vysvětlit jako hodnota volného času na straně jedné a ztráta určitých finančních prostředků na straně druhé.
- Trend, který by měl v budoucnosti ještě více rozvíjet, je cestování za účelem učení se něčemu novému. V současnosti je pro spotřebitele volný čas velmi cenný, proto musí mít pocit, že svůj drahocenný volný čas využili, jak nejvíce to jde a neměli pocit ztráty. Nyní se tedy bourají bariéry mezi volným časem a vzděláváním.
- Do popředí se znovu dostává venkov a příroda. Spotřebitelé se vrací do přírody, kde se snaží trávit svůj volný čas více aktivně, a přitom si psychicky odpočinout od stresu města.
- Další skupinou lidí jsou pak spotřebitelé, kteří vyhledávají striktně jen levné dovolené a na kratší dobu. I když cestují častěji, tak se jedná o zájezdy, které nejsou tak daleko od domova, a tudíž účastník neztrácí tolik času pouhým přesunem mezi výchozí a cílovou destinací.

- Nejvíce negativním jevem je v současnosti nesoulad mezi službami a produkty, které máme na daném trhu k dispozici a těmi které spotřebitel očekává. Z tohoto důvodu se většina poptávky soustředí na individualizaci nabídky.
- Hnacím motorem těchto trendů je velký přístup k informovanosti, kdy si pomocí internetu může spotřebitel zjistit skoro vše. [4].

### 3.3.3 Technologické vlivy

V posledním desetiletí, kdy se technologie stále vyvíjejí, se vytváří „nový spotřebitel“. Tento spotřebitel má díky technologickým pokrokům velkou zásobu informací, které využívá při svém rozhodování [38].

- Inovace představují významnou konkurenční výhodu nejen v oblasti cestovního ruchu. Soukromý sektor je proto ze své podstaty nucen podporovat inovační aktivity a v maximální možné míře využít efekty plynoucí z existence nových technologií. Nejzřetelnější je situace v oblasti informací a dopravy, na nichž je cestovní ruch vysoce závislý.
- Vývoj ve způsobu komunikace a předávání informací v cestovním ruchu. Obrovské změny nastávají především s příchodem internetu, jehož potenciál se postupem času začíná teprve rozkrývat. Výrazně tak minimalizuje tržní nedokonalost v podobě nedostatku informací na straně poptávky i nabídky. Spotřebitel už není v roli slepého příjemce nabídky, ale podílí se nemalou měrou na její tvorbě. V rámci sociálních sítí a blogů tak například obrovsky narůstá význam word-of-mouth. Podnikatelé na druhou stranu mají o své poptávce stále více a více informací a jsou schopni cílit své produkty na určité skupiny spotřebitelů.
- Internet jako zdroj informací neustále posiluje a stává se z něj postupem času nejsilnější nástroj.
- Pokroky v oblasti informačních a komunikačních technologií poskytují subjektům strany nabídky účinný nástroj, který umožňuje nabízet produkty plně odpovídající preferencím jednotlivých spotřebitelů a zároveň úspěšně stimuluje nákupy v cestovním ruchu. Pro firmy znamenají inovace také cestu, jak snižovat provozní výdaje. Na druhou stranu spotřebitelům poskytují kontrolu nad tím, jak tráví svůj čas a utrácí své peníze.
- Technologický pokrok významným způsobem přispívá k redukci provozních výdajů také v oblasti dopravy. Dopravní prostředky se navíc s pokročilejšími

technologiami stávají rychlejšími a pohodlnějšími. V celosvětovém měřítku neustále narůstá význam letecké dopravy. Lidé stále častěji cestují do vzdálených destinací a vyhledávají exotiku. Zároveň se snižují náklady na tento typ dopravy a zvyšuje se komfort a zlepšují se služby pro cestující. Vedle tohoto trendu stojí nízkonákladoví dopravci, jejichž obrovský vzestup v posledních dvaceti letech dává příležitost pro delší cesty i spotřebitelům s nižšími příjmy [38].

## **II. PRAKTICKÁ ČÁST**

## 4 UHERSKÉ HRADIŠTĚ

Také nazývané jako srdce Slovácka, neboť je jejím přirozeným středem. Uherské Hradiště je správním centrem regionu a v současnosti také významným kulturním centrem, které je proslulé svým folklórem, cimbálovou muzikou, dobrým vínem, krásnými kroji a další řadou tradic, které se zde zachovávají [2].

### 4.1 Geografické uspořádání a poloha

Uherské Hradiště má rozlohu 991 km<sup>2</sup> a jedním z nejmenších okresů ve Zlínském kraji. Dle nového uspořádání územní veřejné správy patří do kategorie obcí s rozšířenou působností, tzv. obcí III. stupně a žije zde přes 90 tis. obyvatel. Město je součástí Zlínského kraje, které patří do skupiny NUTS 3 a spolu s Olomouckým krajem je regionem soudržnosti NUTS 2 Střední Morava [41].

Charakterem je Uherské Hradiště průmyslově – zemědělským regionem rozkládající se v Dolnomoravském úvalu, který se rozpíná podél dolního toku řeky Moravy. Na severní straně sousedí se Zlínskem, s Kroměřížskem na západě a severozápadě, na jihu sousedí s Hodonínkem a na východní straně s Uherskobrodskem. Díky příznivým klimatickým podmínkám se zde daří zemědělství, které je zde stále zachováváno. Co se týče průmyslu, tak je koncentrován hlavně v městských aglomeracích, jako je Staré Město, Uherské Hradiště a Kunovice [41].

Správní území je rozdělené do celkem šesti katastrálních území, které celkem zabírá rozlohu 21,3 km<sup>2</sup> a má přes 25 tis. obyvatel. Uherské Hradiště je tvořeno ze 7 částí. První z nich je Uherské Hradiště a dalších šest přilehlých sídel. Jedná se o Jarošov, Mařatice, Míkovice, Rybárny, Sady, Vésky a Míkovice, avšak skoro 80 % obyvatel a pracovních míst se soustředí přímo v Uherském Hradišti a Mařaticích. Ostatní části mají spíše příměstský až venkovský charakter [3].

Uherské Hradiště leží na dolním toku řeky Moravy v nadmořské výšce od 180 m n. m. do 320 m n. m. Průměrná roční teplota oblasti se pohybuje v rozmezí 8,7 – 9,3 °C, roční úhrn srážek činí 590 mm. Město vzniklo na spleť síti říčních ramen v údolních nivách řek Moravy a Olšavy. Jedním z nejvýznamnějších znaků krajinné struktury Uherskohradištské aglomerace je tak vysoký podíl povrchových vod. Jedná se o krajinu široké říční nivy řeky Moravy, specifickou svým vodním režimem. Velmi cenné mimo, povrchových vodních toků (řekla Morava a Olšava), jsou všechny segmenty nivní krajiny,

které se zachovaly, jako jsou například relikty mrtvých či odstavených říčních ramen, podmáčených depresí, dále periodicky zaplavované lužní lesy či trvalé travnaté porosty. Ráz krajiny vždy určují obrovská pole. Z velké části zde chybí roztroušená krajinná vegetace. Ta je pouze okolo slepých ramen Moravy. Ve střední a východní části území je už krajinný ráz odlišný. Ta se nachází na výběžku Vizovické vrchoviny až do výšky 300 m.n.m [9].

## 4.2 Historie města

Uherské Hradiště je městem s velmi bohatou historií, na jehož území byla již v roce 1990 vyhlášena městská památková zóna a v roce 2011 byl městu udělen velmi prestižní titul „Historické město“ [9].

Uherské Hradiště bylo založeno v roce 1257 králem Přemyslem Otakarem II. Město bylo vybudováno jako pohraniční pevnost, neboť leželo přímo na křižovatce obchodních cest. Po roce 1782, kdy byla pevnost zrušena, se začalo město rozrůstat a rozvíjet. Na stránkách městského informačního centra je možnost virtuální prohlídky města z roku 1860.

Město bylo od r. 1348 až do r. 1860 sídlem krajského úřadu a sídlem velitele hradištské pevnosti (do r. 1782). V roce 1787 byl zřízen hradištský magistrát, který plnil současně funkci kriminálního soudu pro celý kraj. V roce 1848 bylo ve městě zřízeno okresní hejtmanství, k němuž náležely nové soudní okresy Uherské Hradiště, Uherský Ostroh a Napajedla. Město se stalo sídlem i okresního soudu, berního a finančního úřadu. V roce 1884 bylo ve městě otevřeno české matiční gymnázium [3].

Přes Staré Město vedla v roce 1842 tzv. Severní dráha císaře Ferdinanda, která vedla z Vídně do Přerova a Olomouce. V roce 1883 začala výstavba tzv. Vlárské dráhy, která vedla přes Kunovice. Mezi zmíněnými Kunovicemi a Starým Městem pak vedla železniční spojka, která vedla přímo přes Uherské Hradiště. V roce 1857 je zaznamenáno 208 domů na území Uherského Hradiště a výraznější růst pak začal až od 70. let 19. století. Před první světovou válkou mělo město 427 domů a dominantou bylo řemeslnictví a obchod [2].

Během první republiky proděl ráz města výraznou změnu. Město se začalo dále vyvíjet a postavily se zde nemocnice, areál teď už bývalých kasáren, finanční úřad, nádraží. Tímto se město začalo rozrůstat za bývalé hradby. Nejvýznamnějšími průmyslovými podniky v tomto období byly hlavně podniky se zaměřením na potravinářství, dřevozpracující

zaměření a textilní. Dále to byly i nábytkářský závod, pily, konzervárny, pivovar a také nedaleký cukrovat. V roce 1930 už bylo zaznamenáno 578 domů a 6082 obyvatel. V letech 1943 se k Uherskému Hradišti připojily Mařatice a Sady – ty se však o dva roky později odloučily. O jedenáct let později se Mařatice a Sady opět připojily spolu se Starým Městem a Kunovicemi. Tyto poslední dvě města se pak opět odpojily, ale od roku 1972 se pak spolu s Jarošovem opět k městu připojily. Nakonec v roce 1990 se Kunovice a Staré Město definitivně oddělilo a dostaly statut města. Tím vzniklo dnes již známé trojměstí, tzn. jeden sídelní celek, který je složený ze tří obcí se samostatnými administrativními subjekty [2].



Obrázek 2: Model města z roku 1670 [29]

### 4.3 Partnerská města

**Bridgwater – Velká Británie.** Smlouva o partnerství s městem Bridgwater byla podepsaná v roce 1992 a stalo se tak prvním partnerským městem Uherského Hradiště. V roce 2009, přesně 12. září, pak byla podepsána již aktualizovaná dohoda o spolupráci. Bridgwater je hlavní průmyslové centrum s administrativním centrem Sedgemooru. Žije zde cca 41 tis. obyvatel. Je to starobylé město, kde jsou datovány první písemné zmínky už k roku 800. Narodil se zde například admirál Robert Blake [42].

**Krosno – Polsko.** Zde byla smlouva podepsána dne 12. září roku 2009 přímo v Uherském Hradišti. Dne 30. srpna pak byla smlouva podepsána i v Krosnu. Polské město Krosno se nachází na řece Wisloka v Podkarpatském vojvodství. V současné době zde žije cca 48 000 obyvatel. Město má stejně jako Uherské Hradiště středověký ráz a neslo titul královského města [42].

**Mayen – Německo.** Dohoda o partnerství se podepisovala v roce 1994. Město leží v okrese Mayen-Koblenz, jejíž spolkovou zemí je Rheinland-Pfalz. Je zde evidována okolo 20 000 obyvatel a jedná se o historické město, které je tvořeno jádrem města a pak dalšími čtyřmi městskými částmi. Jedná se o Alzheim, Kürren, Hausen a Nitztal [42].

**Sárvár – Maďarsko.** Smlouva o spolupráci byla podepsána v Uherském Hradišti roku 2012. Sarvár je druhým nejvýznamnějším městem v župě Vasa je zde také hlavním městem. Župa Vas je partnerskou župou Zlínského kraje. Ve městě Sarvár je evidováno skoro 16 000 obyvatel. Historickou dominantou je zde starobylý hrad a jako další lákadlo zde byly v roce 2002 otevřeny termální lázně. Tyto lázně byly vyznamenány první cenou od maďarské wellness asociace [42].

**Skalica – Slovensko.** Dohoda byla podepsána ve městě Skalica, a to přesně 16. května roku 2009. Město má cca 15 000 obyvatel a je městem okresním. Leží v severozápadní části Slovenské republiky, na okraji CHKO Bílé Karpaty. Skalica patří k nejstarším slovenským městům a v roce 2005 zde byla postavena vysoká škola [42].

#### 4.4 Turistické informační centrum

Turistické informační centrum, zkráceně TIC, je v Uherském Hradišti provozované pod záštitou Sdružení pro rozvoj cestovního ruchu REGION SLOVÁCKO. Co se týče kvality a rozsahu služeb se toto informační centrum řadí mezi nejlepší. Informační centra po celé republice mají dané kategorie A až D, kdy A je nejkvalitnější. MIC v Uherském Hradišti se může pyšnit kategorií A. Tyto kategorie vymezuje Asociace turistických informačních center, zkráceně A.T.I.C. a Česká centrála cestovního ruchu CzechTourism. V roce 2004 bylo dokonce vyhlášeno jako nejlepší informační centrum ČR a v roce 2010 veřejnost toto informační centrum zvolila jako nejlepší informační centrum Zlínského kraje. Tento titul pak obhájilo i v roce 2011 a 2013. V roce 2015 získal certifikát I. stupeň Českého systému kvality služeb. Titulem „Mazaní čtenáři“, udělovaný odborným magazínem Kam po Česku bylo TIC v Uherském Hradišti taktéž několikrát oceněno [17].



Obrázek 3: logo A.T.I.C. [18].



#### 4.4.1 Akce a projekty TIC

Turistické informační centrum má ve své kompetenci také organizaci určitých akcí a projektů v Uherském Hradišti. Mezi tyto akce patří Na kole vinohrady Uherskohradištska. Cyklisté na jaře otevírají cyklostezky, kde je trasa situována po vinařských stezkách a na podzim je opět zavírají. Další akcí je Hradištská šifrovačka. Zde návštěvníci poznají město, a přitom se zabaví i šifer. Podobnou akcí je i Hradištská hledačka anebo O poklad Přemysla Otakara II. Jednou z největších akcí připravovanou informačním centrem v Uherském Hradišti je Žehnání svatomartinského vína, které se koná 11. listopadu. Hlavním cílem je vzdát dík všem vinařům a také poděkování přírodě za jejich dary. Chutě a vůně slovácké kuchyně a také Tradiční výrobek Slovácka, to jsou poslední z připravovaných projektů. Jak už názvy napovídají, jedná se o ochutnávky klasické kuchyně a ukázka výroby tradičních předmětů ze Slovácka [37].

#### 4.5 Návštěvnost Zlínského kraje

Návštěvnost ovlivňuje řada faktorů. Jedná se například o dobré klimatické podmínky, stav geopolitické situace, opravy a rekonstrukce památek v lokalitě či metodické vlivy.

Centrála cestovního ruchu – Východní Morava, která je pod záštitou Zlínského kraje, každým rokem vypracovává statistiku návštěvnosti turistických cílů ve Zlínském kraji. Tato centrála je nestátní neziskovou organizací, která vznikla v roce 2007. Jejich posláním je snaha maximálního využití turistického potenciálu území. Zaměřuje se na rozvoj ekonomiky a zaměstnanosti v regionu, zvýšení návštěvnosti turistických cílů a vytváření partnerství v cestovním ruchu [20].

Návštěvnost Zlínského kraje byla v roce 2017 druhou nejvyšší od roku 2008. Dosud nejvyšší byla zatím v roce 2016. Žebříček cílů ve Zlínském kraji je rozdělen do tří skupin: atraktivita, muzea, hrady a zámky. Nejnavštěvovanějším cílem se v roce 2017 staly atraktivita (784 301 turistů). Následovaly muzea s návštěvností 774 518 a nejméně žádanou skupinou byly hrady a zámky (423 954). Nejvyšší počet návštěvníků měla ZOO Lešná ve Zlíně, kde bylo evidováno 630 320 osob. Dalším hojně navštěvovaným turistickým cílem bylo Valašské muzeum v přírodě, které se nachází v Rožnově pod Radhoštěm. Toto muzeum v roce 2017 navštívilo celkem 302 001 lidí [21].

Tabulka 2: Návštěvnost turistických cílů ve Zlínském kraji 2017 [21]

Název	ROK 2017	index rok 2017/rok 2016 %	index rok 2017/rok 2015 %
Bařův kanál	90 000	100,0	112,5
Rozhledna Brdo	18 058	100,3	115,3
Svatý Hostýn - Svatohostýnské muzeum + rozhledna	24 263	86,7	110,4
Krajská galerie výtvarného umění ve Zlíně	21 660	67,2	92,8
Zoo a zámek Zlín - Lešná	630 320	94,3	98,5
<b>Celkem atraktivita</b>	<b>784 301</b>	<b>93,8</b>	<b>100,4</b>
Hrad Buchlov	79 453	97,1	106,8
Zámek Buchlovice	98 611	100,5	117,1
Arcibiskupský zámek Kroměříž + zahrady	184 836	88,3	95,5
Hrad Lukov	26 673	102,1	110,0
Hrad Brumov	16 047	94,6	107,9
Zámek Vizovice	18 334	88,9	88,3
<b>Celkem hrady a zámky</b>	<b>423 954</b>	<b>93,6</b>	<b>102,9</b>
Slovácké muzeum, včetně výstav	61 973	73,9	90,8
Archeoskanzen Modrá	94 041	100,6	161,0
Valašské muzeum v přírodě Rožnov p. R.	302 001	95,7	105,4
Hvězdárna Valašské Meziříčí *)	16 000	97,0	97,2
Muzeum regionu Valašsko	127 518	98,4	87,7
Muzeum Kroměřížska	23 530	88,7	71,0
14-15 Bařův institut (Princip Bařa)	116 665	95,9	82,7
Muzeum JVM (mimo princip Bařa)	25 855	94,9	101,0
Městské Muzeum Valašské Klobouky	6 935	82,8	71,3
<b>Celkem muzea</b>	<b>774 518</b>	<b>94,1</b>	<b>98,7</b>

Uherské Hradiště ročně navštíví několik set tisíc turistů. Statistiky, které by nám ukázaly přesná čísla návštěvnosti všech atraktivit jsou však velmi těžko dohledatelné. Ne všechny památky totiž připadají Uherskému Hradišti, a ne všechny festivaly jsou organizovány městem. Od tajemnice Regionu Slovácko jsem získala návštěvnost T.I.C. v Uherském Hradišti, Slováckého muzea, Slovácké galerie i odhad počtu osob, kteří se zúčastnili Žehnutí svatomartinského vína. Statistika návštěvnosti Bařova kanálu byla k dispozici na stránce Východní Moravy a návštěvnost Letní filmové školy od AČFK (Asociace českých filmových klubů).

Tabulka 3: Návštěvnost vybraných atraktivit v Uherském Hradišti 2017

Městské informační centrum v UH	119 177
Slovácké muzeum	24 682
Galerie Slováckého muzea	11 051
Žehnání svatomartinského vína	1 200
Letní filmová škola	6 000
Bařův kanál	90 000

Zdroj: interní statistiky Region Slovácko, AČFK

## 5 SITUAČNÍ ANALÝZA UHERSKÉHO HRADIŠTĚ

V této kapitole je vycházeno z obecných předpokladů pro rozvoj cestovního ruchu, které se dělí na lokalizační, realizační a selektivní.

### 5.1 Lokalizační podmínky

Tyto podmínky budou rozděleny na dvě kategorie. Přírodní a společenské. Jedná se hlavně o funkční využití oblasti Uherského Hradiště.

#### 5.1.1 Přírodní charakter

Město leží v pahorkatině, kde převládá hnědozem. Uherské Hradiště nemá žádné chráněná ložiska. Nejbližší je v sousedních Kunovicích a v devět kilometrů vzdáleném městě Ostrožská Nová Ves. V okolí Uherského Hradiště je velmi rozmanitá fauna i flora. Je zde několik přírodních rezervací, které ukrývají nedotčenou přírodu. Město má také několik slepých ramen, které vytváří řeka Morava. Na nich jsou k vidění lekníny či stulíky. Stromová zde většinou tvoří topoly a vrby. Žije zde také plno obojživelníků, a hlavně v posledních letech začínají město trápit chránění bobři, kteří se usadili na slepém rameni zvaném Kobilica. Mezi nejčtenější ptáky v místním lese jsou datli černí, strakapoud a plno dalších pěvců. Co se týče savců, tak zde žijí v hojném počtu veverky, srnky a jeleni, divoká prasata, liška obecná, kuna lesní a mnoho dalších. Ze vzácných savců zde můžeme vidět například jezevce lesního [2].

Klima je v Uherském Hradišti díky členitosti terénu velmi různorodé. V této lokalitě jsou dlouhé a suchá léta a teplá jara s podzimem. Zimy bývají kratší. Průměrná roční teplota se zde vyskytuje mezi 8,7 a 9,3°C. Průměrný roční úhrn srážek je zhruba 605 mm [2].

Oblast Uherskohradištska za z části zasažena do předhůří Chřibů. Leží zde například přírodní park zvaný Prakšická vrchovina, který leží mezi Uherským Hradištěm, Uherským Brodem a Stříbrnické paseky. V Mařaticích, které jsou součástí Uherského Hradiště, byla v roce 2003 postavena rozhledna s názvem Rovina. Díky výšce 49,5 m z ní návštěvník může vidět Chřiby rozléhající se na západní straně, Bílé Karpaty na straně východní a Napajedelskou bránu, Hostýnské vrchy spolu s Vizovickou pahorkatinou na straně severní [9].

Další velmi navštěvovanou lokalitou jsou Buchlovské Hory, které patří do pohoří Chřibů. Je zde k vidění například hrad Buchlov a hrobka, která k němu náleží Barborka.

Území Chřibů má celkem 12 chráněných krajinných oblastí (CHKO), z čehož 4 jsou přírodní rezervace, 8 přírodních památek 2 přírodní parky. Ve středu oblasti Chřibů se nachází lyžařský svah Stupava. Patří mezi průměrně obtížné a měří 350 m [41].

V Kunovském lese je možné si projít přírodovědnou naučnou stezku, která má cca 4 km. Má deset stanovišť. Na každém z nich se můžete seznámit s typickými druhy rostlin a živočichů. Nově si zde můžete také zahrát discgolf.

Mezi největší turistické lákadla města patří bezesporu Bařův kanál, který se rozléhá na pomezí mezi Uherským Hradištěm a Starým Městem. Jedná se o vodní cestu, která má historický původ. Tuto vodní cestu je možné splavit od Otrokovic až do Skalice, která se nachází na Slovensku. Na své si přijdou i cyklisté, neboť při Bařově kanále je vedena cyklostezka, která má přes 80 km [9].

### 5.1.2 Společenský charakter

Město Uherské Hradiště má mnoho významných památek a kulturních akcí. V roce 2011 bylo oceněno cenou Historické město roku. Přímo v jeho jádru můžeme vidět staré pozůstatky hradeb či model města z roku 1670.

Mezi významné **historické památky** patří archeologické naleziště Špitálky, které můžeme vidět v Sadech. Dříve zde stál církevní komplex, který sahá do období Velkomoravské říše v 8–9. století. Nyní jsou zde k vidění základy tohoto komplexu a studna [2].

Největší dominantou města je bezesporu jezuitská kolej, která se nachází na Masarykově náměstí. Hlavní stavbou tohoto komplexu je kostel sv. Františka Xaverského. Kámen tohoto kostela byl položen v roce 1670 a jedná se o barokní svatbu. Protože je Uherské Hradiště postaveno na bažinatém terénu, byly i s výstavbou kostela problémy. Proto byli povoláni benátské architekti, kteří do základů kostela položili dubové piloty, které tyto základy zpevňují. První velká rekonstrukce proběhla po povodních v roce 1997 a v letošním roce dostal kostel novou fasádu [41].

V prostřední ulici, která se nachází mezi dvěma náměstími, se tyčí věž radnice, která je jedinou dochovanou středověkou památkou. Samotná věž musela být však několikrát rekonstruována kvůli požárům, které ji poničily, takže konec její věže byl přebudován na barokní. Zajímavostí je, že je tato věž od své osy vychýlená přes 70 cm [2].

Uherské Hradiště se také může pyšnit bývalou židovskou synagogou, která byla postavena v roce 1875. V roce 2002 pak proběhla velká rekonstrukce fasády a budova tak dostala zpět svůj vzhled. V dnešní době budova slouží jako knihovna.

Je zde ještě další spousta historických památek, jako je františkánský kostel Zvěstování Panny Marie na rohu Mariánského náměstí, Slovácká galerie, kde je k vidění originál kašny z Masarykova náměstí, budova gymnázia, lékárna u sv. Alžběty, která je nejstarší budovou v Uherském Hradišti a mnoho dalších.

Město během roku pořádá bezpočet **kulturních akcí**, které se těší velké oblibě. Mezi nejvýznamnější patří určitě Miniveletrh cestovního ruchu Slovácka. Tento miniveletrh zaštiťuje region Slovácko a Městské informační centrum v Uherském Hradišti. Organizován je v březnu až dubnu, a to v Redutě v Uherském Hradišti. Jsou zde k vidění propagační materiály, nabídky měst, lázní, hotelů a další. Výstavy fotografií a krojů, ochutnávky slovácké kuchyně a vín. Každým rokem zde také bývá přednáška od PhDr. Blanky Rašticové o památkách a historii Uherského Hradiště [37].

Další významnou akcí je Kunovské léto. Jedná se o dětský folklorní festival, který vznikl roku 1994 a je organizován souborem Kunovjan. Účelem a hlavním cílem byla prezentace lidových tradic a krojů. Od roku 2000 se stal festival i mezinárodním. Kunovské léto se koná každým rokem v červnu, a to v souměstí Staré Město – Uherské Hradiště – Kunovice [37].

Vždy první týden v červenci se koná Slovácké beachové léto. Tento projekt vznikl za účelem zapojení profesionálů i amatérů do soutěžních či nesoutěžních akcí. Hlavním sportem je zde beachový volejbal, který je hraje přímo na Masarykově náměstí a od minulého roku se k této akci připojil i běh na 5 a 10 km. Akci lze navštívit vždy první týden v červenci. Za několik let se z této akce stala nejen sportovní událost, ale také kulturní, díky bohatému doprovodnému programu. Během dne lze navštívit mnoho zábavných akcí pro děti či zajít večer na koncert. Na těchto koncertech, hlavně v uplynulých devíti ročníků, byly známé kapely jako jsou Monkey Business, InéKafe, Mandrage a mnoho dalších. Vstupy na všechny tyto akce jsou zdarma [37].

Letní filmová škola představuje souběh cca 200 filmů, které se promítají nejen v kinech ale také venku. Na tuto akci si můžete koupit akreditovanou vstupenku a sami si vytvoříte svůj vlastní program. Nově od minulého roku lze zakoupit i balíček vstupenek, který můžete využít po celou dobu filmové školy a vybrat si tak, na jaké představení chcete

jít. Co se týče promítání pod širým nebem, tak tyto filmy jsou zcela zdarma a těší se velké oblibě. Nejnavštěvovanějším místem, kde se promítá je bezesporu Masarykovo náměstí.

Slovácké slavnosti vína a otevřených památek. Tato akce se koná každoročně v září a je jedna z nejnavštěvovanějších akcí v celém okolí. Akce trvá tři dny a můžete zde vidět lidové tradice a průvod tradičních lidových krojů. Součástí akce je také ochutnávka vín a průvodcovské služby v památkách po celém Uherském Hradišti [37].

Žehnání svatomartinského vína. Každým rokem se na Masarykově náměstí koná Žehnání svatomartinského vína. Tato akce probíhá vždy přesně 11. 11. v 11:11 hod, a to za zvonění zvonů na kostele sv. Františka Xaverského. Poté se na náměstí objeví svatý Martin na bílém koni, který knězi předá mladé víno k požehnání. Obřad má představovat symbolické poděkování za úrodu a také poděkování vinařům za jejich dobrou práci. Tato akce vznikla v roce 2007 a je pro širokou veřejnost [37].

## 5.2 Realizační podmínky

Jak je již vysvětleno v teoretické části, jedná se o materiálně-technickou základnu, jako je doprava, stravování, ubytování a další zařízení.

### 5.2.1 Doprava

Uherské Hradiště je významným dopravním uzlem kde se nachází hustá silniční i železniční síť. Město se nachází na křižovatce cest, které spojují Olomouc, Přerov, Otrokovice, Hodonín, Břeclav. Zde se tato silnice I. třídy napojuje na dálnici vedoucí ve směru Bratislava – Brno a dále pokračuje až na dálnici D1 vedoucí z Prahy a Brna právě přes město Uherské Hradiště až do slovenského města Trenčín [41].

Od roku 2017 se připravuje nová koncepce autobusové dopravy, která má za hlavní cíl vyřešit situaci s chybějícími zastávkami v centru Uherského Hradiště, a také změnu orientačního a informačního systému, který je nevyhovující. Výstavba nových zastávek a spuštění nového provozu se předpokládá již v roce 2019. Závisí to však smluvní dohodě, kterou musí schválit Zlínský kraj.

Vlaková síť v Uherském Hradišti je součástí tzv. II. Železničního koridoru, který umožňuje jízdu vysokorychlostních vlaků. Vlakové nádraží v roce 2011 získalo titul Nejkrásnější vlakové nádraží v ČR [41].

V posledních letech se město zabývalo hlavně výstavbou nových cyklostezek, které byly zbudovány na okrajích silnic pro větší bezpečnost cyklistů.



Obrázek 4: Nádraží v Uherském Hradišti [19]

### 5.2.2 Ubytovací zařízení

K roku 2018 se zde nachází celkem 24 hromadných ubytovacích zařízení. Chybí zde však hotel, který by spadal do třídy pěti hvězdiček. Čtyřhvězdičkové hotely můžeme najít dva. Jsou to hotel Slunce na Masarykově náměstí a hotel U hejtmana Šarovce. V Uherském Hradišti najdeme celkem 9 hotelů, 9 penzionů a 6 ubytoven s různou kvalitou služeb [36].

Statistiky návštěvnosti ubytovacích zařízení v Uherském Hradišti jsou získané pomocí Českého statistického úřadu. Z tabulky (viz níže) můžeme vidět, že celkový počet hostů v ubytovacích zařízeních stoupá. Zatímco v roce 2015 bylo evidováno 90 444 hostů, v roce 2016 to bylo o více jak osm tisíc hostů více. Poklesl však průměrný počet přenocování z 2,8 noci na 2,7 [27].

Tabulka 4: Hosté a přenocování v hromadných ubytovacích zařízeních [27]

#### Hosté a přenocování v hromadných ubytovacích zařízeních

okres

Území: okres Uherské Hradiště

	Hosté celkem	v tom		Přenocování celkem	v tom		Průměrný počet přenocování (noci)
		rezidenti	nerezidenti		rezidenti	nerezidenti	
2012	64 192	51 810	12 382	173 597	146 610	26 987	2,7
2013	68 528	52 912	15 616	190 524	158 095	32 429	2,8
2014	82 767	64 883	17 884	222 730	182 772	39 958	2,7
2015	90 444	72 917	17 527	256 222	216 839	39 383	2,8
2016	98 868	80 076	18 792	267 664	227 284	40 380	2,7



### 5.2.3 Stravovací zařízení

Stravovacích zařízeních je ve městě k roku 2018 celkem 118. Jedná se o restaurace, cukrárny, fastfoody, ale také vinárny, kavárny, bary či pivnice. Počty jednotlivých typů můžeme vidět v následující tabulce [35].

Tabulka 5: Počet restauračních zařízení v Uherském Hradišti [35]

Typ stravovacího zařízení	Počet
Restaurace	32
Cukrárny	7
Rychlé občerstvení	18
Vinárny a vinné sklepy	19
Kavárny a čajovny	13
Bary	22
Pivnice	15

Z uvedené tabulky lze vidět, že nejvíce stravovacích služeb patří do kategorie restaurací s celkovým počtem 32. Druhým nejčetnějším typem jsou bary s celkovým počtem 22 a na pomyslném třetím místě jsou vinárny s vinnými sklepy v počtu 19.

## 5.3 Selektivní podmínky

### 5.3.1 Demografie

K 31. 12. 2016 mělo město Uherské Hradiště celkem 25 246 obyvatel, z toho mužů bylo zaznamenáno 11 943 a žen 13 303. Na 1 km<sup>2</sup> připadá 144 obyvatel. Český statistický úřad také zaznamenává počet obyvatel v různých věkových skupinách. Tyto skupiny rozdělil na tři kategorie 0–14 let, 15–64 let a lidé nad 65 let. Nejpočetnější kategorií je samozřejmě skupina od 15 do 64 let, která k poslednímu dni v roce 2016 činila 16 560 obyvatel [26].

Životní prostředí Uherskohradištska je jedním z nejlepších ve Zlínském kraji. Průměrný věk obyvatel v posledních letech roste. V roce 2016 činil 43,7 let a v průměru na 1000 obyvatel připadá 3,6 lékaře. Co se týče zahraničních obyvatel, má Uherské Hradiště

největší podíl Slováků, celkem 1.69 % druhou nejčetnější kulturou jsou Ukrajinci 0,15 %. Na konci roku 2017 činil celkový počet přistěhovačů obyvatel 1 211, což je méně než obyvatel, kteří z města odešli (1 268). Zde se tedy Uherské Hradiště dostává do mínusových čísel [26].

### 5.3.2 Ekonomika

Uherské Hradiště má v rámci Zlínského kraje nízkou nezaměstnanost. Ve Zlínském kraji byla míra nezaměstnanosti k 28. 2. 2018 3,34 %, zatímco v Uherském Hradišti byla tato míra pouze 3,08 %. Vyšší podíl z této nezaměstnanosti činili muži 3,23 %. U žen byla míra 2,92 %. O zaměstnání se v Uherském Hradišti ucházelo přesně 3 144 obyvatel. Volných pracovních míst, evidováno úřadem práce, bylo 2 362. Podle údajů sčítání lidu, které proběhlo v roce 2011 bylo nejvíce ekonomicky aktivních obyvatel zaměstnáno v průmyslovém sektoru. Z celkových 35,34 % osob, kteří pracují v průmyslovém odvětví jich největší podíl pracoval ve strojírenství a ve zbrojařské výrobě. Podstatnou část zastupovaly také podniky, které se specializují na výrobu potravin a zpracování ovoce a zeleniny. Zemědělství zaměstnává již jen 2,8 % ekonomicky aktivních osob [25].

#### Vývoj v okrese

##### 2015

4. kvartál 2015: 5,20% (5 060 osob)

##### 2016

1. kvartál 2016: 5,10% (4 998 osob)

2. kvartál 2016: 4,20% (4 091 osob)

3. kvartál 2016: 4,10% (4 001 osob)

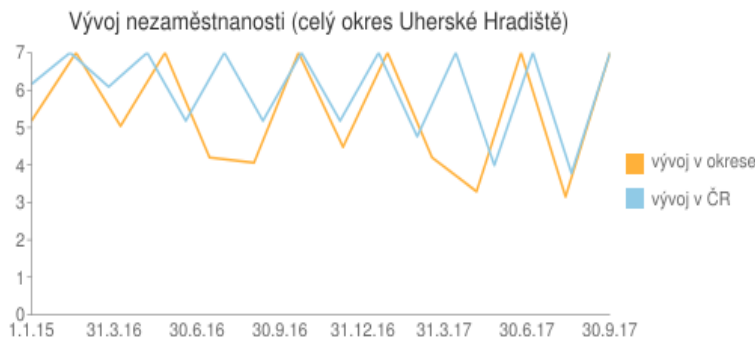
4. kvartál 2016: 4,50% (4 396 osob)

##### 2017

1. kvartál 2017: 4,20% (4 058 osob)

2. kvartál 2017: 3,30% (3 165 osob)

3. kvartál 2017: 3,20% (3 049 osob)



Obrázek 5: Vývoj nezaměstnanosti v Uherském Hradišti [45]

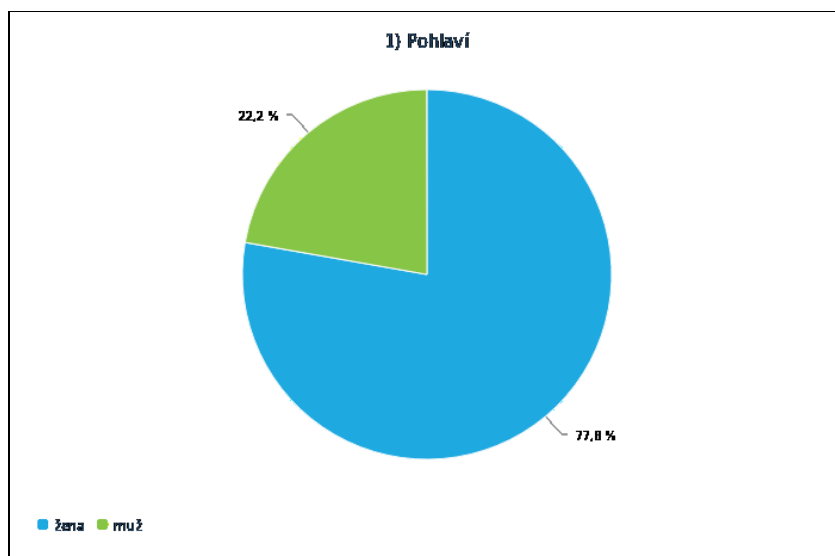
Pokud se zaměříme pouze na zaměstnanost v cestovním ruchu, tak Zlínský kraj zde patří k podprůměru v České republice. Podle aktualizovaného programu rozvoje cestovního ruchu ve Zlínském kraji na období 2015–2020 činil průměr zaměstnanosti v tomto sektoru v ČR 3,8 % (údaj z roku 2011), přičemž ve Zlínském kraji byl tento podíl pouze 3,2 %. Průměrná mzda ve Zlínském kraji byla v roce 2015 24 554Kč, což je o 681 Kč více než v předchozím roce [24].

## 6 DOTAZNÍKOVÉ ŠETŘENÍ

Dotazníkové šetření bylo provedeno mezi občany pobývajících na území Uherského Hradiště prostřednictvím internetového portálu survio.cz, v období od 8. března 2018 do 2. dubna 2018. Cílem bylo analyzovat problémy rozvoje cestovního ruchu v Uherském Hradišti z pohledu obyvatel a jeho návštěvníků.

### 6.1 Respondenti

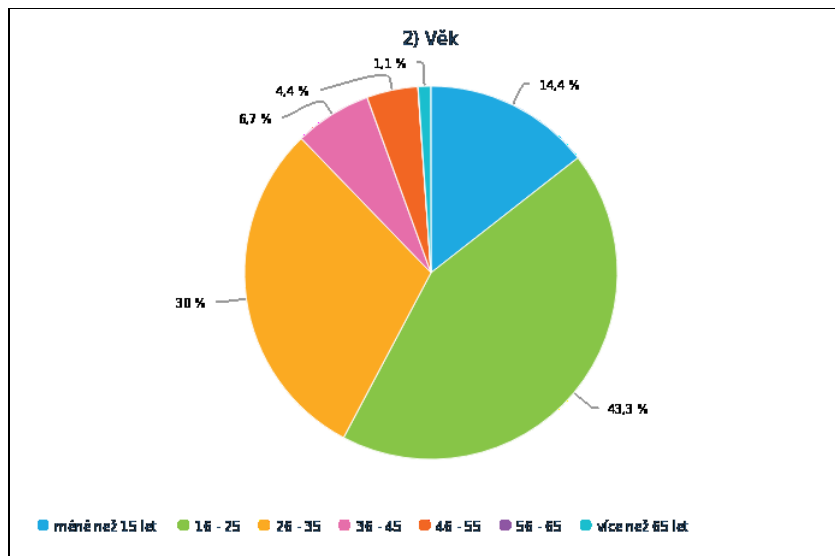
Z celkového počtu 90 respondentů mi dotazník vyplnilo celkem 70 žen (77,8 %), které byly více sdílnější než muži, kteří tvořili pouze 22,2 %.



Graf 1: Pohlaví respondentů

Zdroj: Výsledky dotazníkového šetření

Z následujícího grafu a tabulky můžeme vidět, že nejčastější věkovou skupinou byli respondenti ve věkovém rozmezí 16–25 let. Tato skupina tvořila celkem 43,3 %. Druhou nejpočetnější skupinou byli lidé ve věku 26–35 let (30%). Naopak nejméně respondentů bylo ve věkové skupině 56–65 let, což mohlo být i v důsledku toho, že dotazník byl podáván elektronicky.



Graf 2: Složení respondentů podle věku

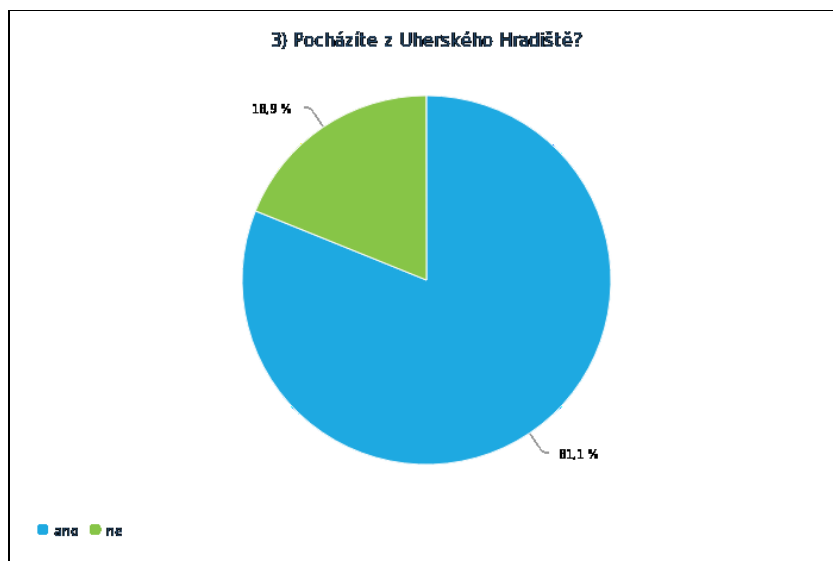
Zdroj: Výsledky dotazníkové šetření

Tabulka 6: Počet responzí a jejich podíl podle věku respondentů

Věková skupina	Počet responzí	Podíl
Méně než 15 let	13	14,4 %
16–25 let	39	43,3 %
26–35 let	27	30 %
36–45 let	6	6,7 %
46–55 let	4	4,4 %
56–65 let	0	0 %
Více než 65 let	1	1,1 %

Zdroj: Výsledky dotazníkového šetření

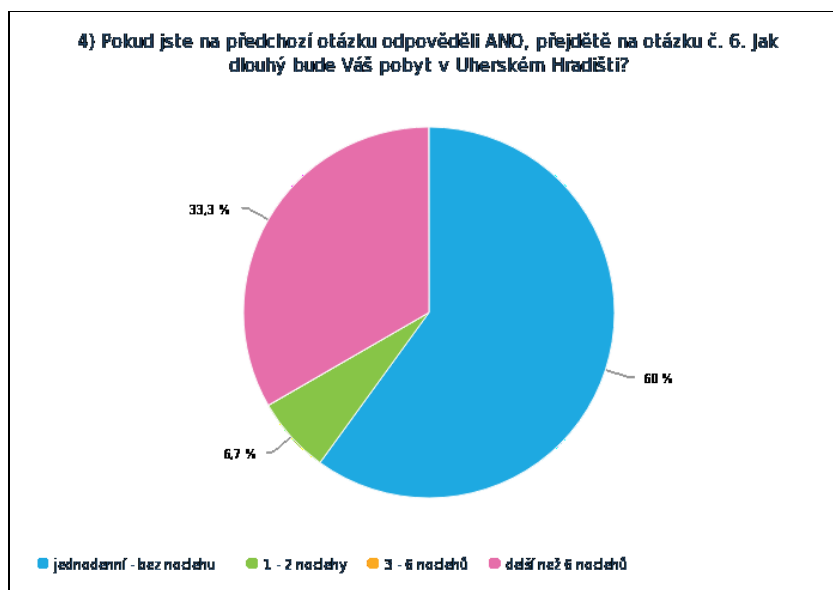
U otázky č. 3 byli odděleni rezidenti a nerezidenti. Větší procento dotazovaných pocházelo přímo z Uherského Hradiště 81,1 % (73 osob). Zbytek 18,9 % tvořili návštěvníci (17 responzí).



Graf 3: Rozdělení respondentů podle bydliště

Zdroj: Výsledky dotazníkového šetření

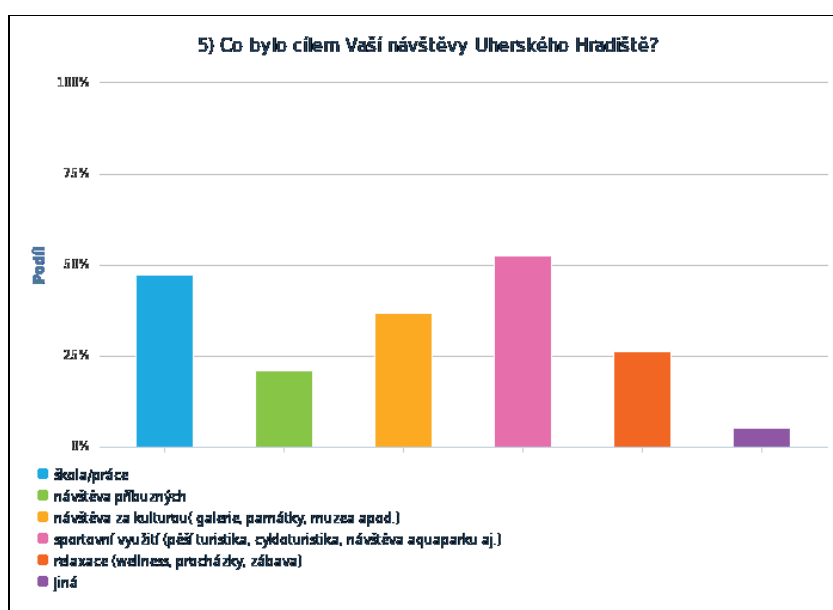
V grafu č. 4 jsou obsaženi pouze respondenti, kteří nepocházejí z Uherského Hradiště. Na otázku: „Jak dlouhý bude Váš pobyt v Uherském Hradišti“ odpovědělo celkem 17 respondentů. Nejčetnější skupinu tvořili lidé, kteří jezdí do Uherského Hradiště pouze na jeden den bez noclehu. Zde odpovědi tvořily celkem 60 % (9 responzí). Druhou nejpočetnější skupinou byli návštěvníci, kteří zde byli na více jak 6 noclehů (33,3%). Na 1–2 noclehy ve městě zůstal pouze jeden respondent a v délce 3–6 noclehů 0 z dotazovaných osob.



Graf 4: Délka pobytu návštěvníků

Zdroj: Výsledky dotazníkového šetření

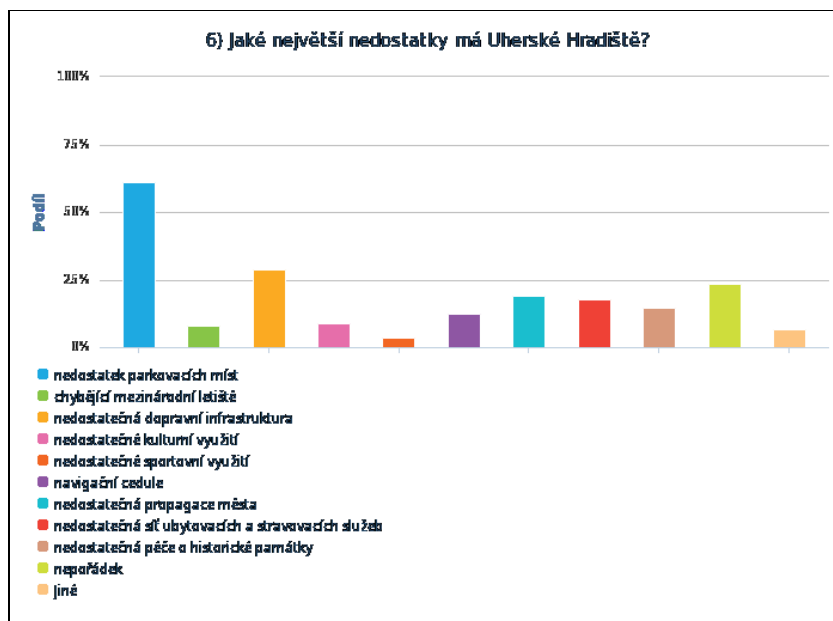
U páté otázky: „Co bylo cílem Vaší návštěvy“ odpovídali opět pouze respondenti, kteří nepocházejí z Uherského Hradiště. Nejvíce respondentů zodpovědělo, že jejich návštěva byla za účelem sportovního využití (52,6 %). Druhou nejčastější odpovědí byla jako cíl návštěvy uvedena práce nebo škola (47,7%). Návštěva za kulturou 36,8 % a za odpočinkem Uherské Hradiště navštívilo 26,3 % respondentů. Mezi nejméně početnou skupinu patří respondenti s cílem návštěvy příbuzných (21,1%) a jeden respondent zvolil za cíl cesty jiné, avšak bez vlastní odpovědi.



Graf 5: Cíl návštěvy

Zdroj: Výsledky dotazníkového šetření

Otázku č. 6 již vyplňovali všichni dotazovaní. Zde bylo umožněno zatrhnutí více odpovědí z 11 možností. Jako největší problém v Uherském Hradišti vidí obyvatelé i návštěvníci Uherského Hradiště v nedostatku parkovacích míst. Tuto odpověď zaškrtnulo celkem 55 lidí (61,1%). Další velké negativum veřejnost spatřuje v nedostatečné dopravní infrastruktuře 26 lidí (28,9%). Jako třetí nejpočetnější se stal nepořádek 21 lidí (23,3%). Poslední možnost JINÁ byla otevřeného charakteru, tudíž zde mohli respondenti napsat i jiné problémy, které zde vidí. Ostatní odpovědi již byly pod deset responzí. Podrobný počet responzí a procentuální podíl je zobrazen v tabulce viz níže.



Graf 6: Nedostatky v Uherském Hradišti

Zdroj: Výsledky dotazníkového šetření

Tabulka 7: Nedostatky v Uherském Hradišti

Odpovědi	Počet responzí	Podíl
Nedostatek parkovacích míst	55	61,1%
Chybějící mezinárodní letiště	7	7,8%
Nedostatečná dopravní infrastruktura	26	28,9%
Nedostatečné kulturní využití	8	8,9%
Nedostatečné sportovní využití	3	3,3%
Navigační cedule ve městě	11	12,2%
Nedostatečná propagace města	17	18,9%
Nedostatečná síť ubytovacích a stravovacích služeb	16	17,8%
Nedostatečná péče o historické památky	13	14,4%
Nepořádek	21	23,3%
Jiné	6	6,7%

Zdroj: Výsledky dotazníkového šetření

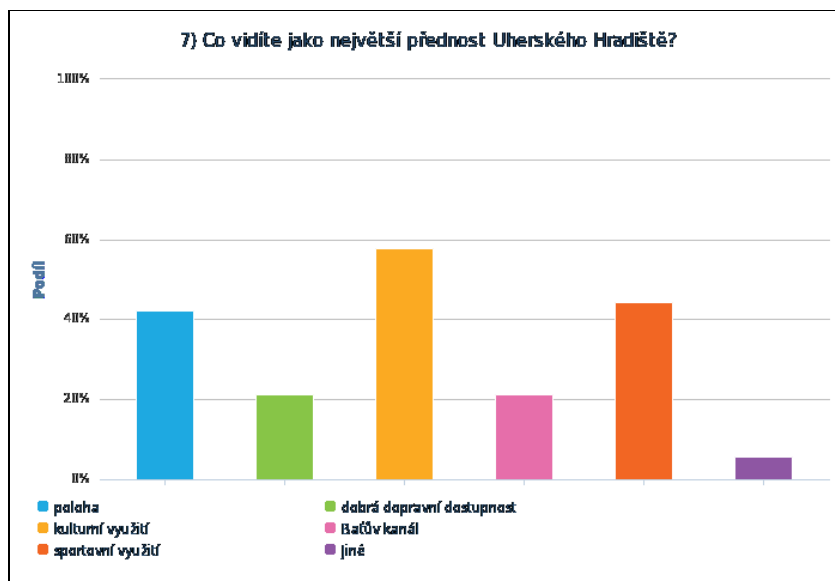
Odpovědi v kategorii JINÉ:

- Nedostatečné informování občanů o událostech konajících se ve městě či jeho okolí
- Není zde žádné větší obchodní centrum, málo kaváren otevřených přes víkendy
- Poházené nedopalky od cigaret v okolí autobusáku a v parcích
- Bezdomovci
- Bezdomovci, drogově závislí
- Kriminalita

Otázka č. 7 se naopak zaměřuje na přednosti Uherského Hradiště. Stejně jako v předchozí otázce byla i zde možnost označení více odpovědí. Jako největší přednost se veřejnosti jeví kulturní využití. Tuto možnost označilo celkem 52 lidí (57,8%). Druhý největší podíl získalo sportovní využití 44,4 %. Další významnou předností je podle obyvatel poloha Uherského Hradiště (42,2%). Stejný počet responzí (19) pak získal Bařův kanál a dobrá dopravní dostupnost (21,1%). Přednosti, které v možnostech nebyly zmíněny mohli respondenti napsat do otevřené odpovědi JINÉ. Odpovědí zde bylo zaznamenáno celkem 5:

- Není to velkoměsto, ale přitom tu je vše, co je potřeba: zdravotnictví, školství, kultura, sport...
- bohatá historie, královské město, slovácké tradice.
- Velikost, všude se dá dojít pěšky
- Letní festivaly
- ACWA





Graf 7: Přednost Uherského Hradiště

Zdroj: Výsledky dotazníkového šetření

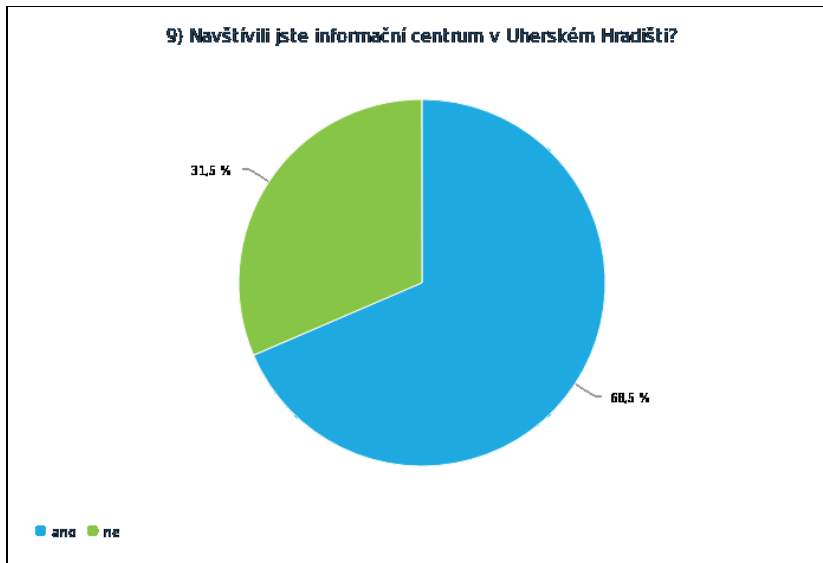
V otázce č. 8 měla veřejnost ohodnotit služby v Uherském Hradišti. Hodnotilo se stejně jako ve škole, kdy 1 znamená nejlepší a 5 nejhorší. Dle tabulky viz níže se stalo nejlépe hodnocenou službou sportovní využití. Celkem 36 respondentů označilo tuto službu známkou 1 jako nejlepší. Další vysoké hodnocení připadlo na kulturní využití volného času. Zde známku 1 udělilo 31 respondentů. Naopak nejhůře dopadla kvalita dopravy, která získala nejvyšší počet hodnocení 5.

Tabulka 8: Hodnocení služeb v Uherském Hradišti

Služby	1	2	3	4	5
Čistota a pořádek v centru	8	40	33	6	2
Kulturní využití volného času	31	34	16	5	3
Sportovní využití	36	34	9	9	1
Navigační cedule	14	33	29	9	4
Kvalita dopravy	6	20	36	21	6

Zdroj: Výsledky dotazníkového šetření

Z následujícího grafu můžeme poznat, že turistické informační centrum navštívilo 61 respondentů (68,5%). Naopak celkem 28 dotazovaných respondentů informační centrum v Uherském Hradišti ještě nikdy nenavštívilo (31,5%).



Graf 8: Návštěva TIC Uherské Hradiště

Zdroj: Výsledky dotazníkového šetření

Poslední otázka byla zaměřena na hodnocení služeb přímo v turistickém informačním centru v Uherském Hradišti. Jako největší přednost veřejnost označila umístění. Naopak nejhorší hodnocení zde dostalo viditelnost označení TIC.

Tabulka 9: Hodnocení TIC

	1	2	3	4	5
viditelnost označení TIC (turistické informační centrum)	8	19	24	9	7
umístění TIC	28	16	16	2	5
vnitřní zázemí a vybavenost prostor	19	28	15	2	3
kvalita a chování pracovníka TIC	23	24	14	3	3

Zdroj: Výsledky dotazníkového šetření

## 7 SWOT ANALÝZA

SWOT analýza byla sestavena za pomoci situační analýzy Uherského Hradiště a dotazníkového šetření.

### 7.1 Silné stránky (Strengths)

- Sportovní využití
- Bohaté kulturní využití – mnoho akcí a festivalů
- Živé tradice
- Nízká nezaměstnanost
- Četné vinařské oblasti
- Teplé klima
- Výborný přírodní potenciál
- Stránky města s možností virtuální prohlídky města (současného i historického)

### 7.2 Slabé stránky (Weaknesses)

- Nedostatek parkovacích míst
- Špatná dopravní infrastruktura
- Nedostatečná síť MHD
- Nedostatečná čistota v centru města
- Nedostatečná propagace města
- Absence 5 hvězdičkových hotelů

### 7.3 Příležitosti (Opportunities)

- Spolupráce s partnerskými městy
- Nabídky středoškolského a vysokoškolského vzdělání
- Zkvalitnění dopravní infrastruktury
- Rozvoj folklóru a prezentace bohatého kulturního dědictví
- Blízká hranice se Slovenskem a Rakouskem
- Blízkost poutního místa Velehrad
- Rekonstrukce historických staveb

#### 7.4 Hrozby (Thrests)

- Vzhledem k blízkosti Moravy je zde riziko povodní
- Nárůst nezaměstnanosti
- Migrace obyvatel do jiných měst
- Zhoršování technického stavu bytových domů
- Blízké konkurenční města (Zlín, Brno)

## 8 NÁVRH ŘEŠENÍ PRO ROZVOJ CESTOVNÍHO RUCHU V UHERSKÉM HRADIŠTI

Uherské Hradiště má díky svému bohatému kulturnímu dědictví a rozmanité poloze velmi dobré podmínky pro cestovní ruch. Jedna z hlavních předností města jsou zachovalé tradice, a právě tato silná stránka bude více rozvíjena pomocí Fondu malých projektů, který je pod záštitou Euroregion Bílé – Biele Karpaty. Tento projekt bude vytvořen ve spolupráci se slovenským městem Skalica, které je partnerským městem Uherského Hradiště.

RBK (Region Bílé Karpaty) vznikl v roce 2000 a má v současnosti deset členů. Hlavní náplní RBK je všestranný rozvoj v oblasti Bílých Karpat se zaměřením na spolupráci se Slovenskou republikou [31].

### EUROREGION BÍLÉ - BIELE KARPATY



Obrázek 6: Euroregion Bílé Karpaty [31]

Dne 21. 12. 2017 vydal euroregion výzvu Kvalitní životní prostředí, prostřednictvím které bude vypracován projekt na prezentaci kulturního dědictví. Výzva bude využita na výstavu krojů z Uherského Hradiště a Skalice. Výstava se uskuteční v měsíci září, kdy v Uherském Hradišti probíhá velmi oblíbená akce Slovácké slavnosti vína a otevřených památek. [32].

## 8.1 Žádost o poskytnutí nenávratného finančního příspěvku z Fondu malých projektů

<b>Operační program:</b>	Interreg V-A Slovenská republika - Česká republika
<b>Žadatel:</b>	Město Uherské Hradiště
<b>Název malého projektu:</b>	Výstava tradičních krojů
<b>Zkrácený název (max. 15 znaků):</b>	Výstava krojů
<b>Kód výzvy:</b>	1/FMP/6c/I, N
<b>Celkové výdaje malého projektu:</b>	897 377, 28 Kč.
<b>Požadovaná výše NFP:</b>	
<b>Kód žádosti o NFP:</b>	<i>Nevyplňujte, kód přidělí příslušný Správce FMP</i>
<b>Hlavní přeshraniční partner:</b>	Město Skalica

1.1 Identifikace žadatele			
<b>Název/obchodní jméno:</b>	Město Uherské Hradiště		
<b>Sídlo:</b>	Masarykovo náměstí 19, 686 01 Uherské Hradiště		
<b>Kraj, stát:</b>	Zlínský kraj	Česká republika	
<b>IČ:</b>	291471		
<b>DIČ:</b>	CZ00291471		
<b>IČZ (pouze pro subjekty v SR):</b>			
<b>Plátce DPH:</b>	ANO	<b>IČ DPH (jen v SR):</b>	
<b>Sektor:</b>	veřejný		

1.2 Identifikace Hlavního přeshraničního partnera (HCP)			
<b>Název/obchodní jméno:</b>	Město Skalica		
<b>Sídlo:</b>	Námestie slobody 145/10, 909 01 Skalica		
<b>Kraj, stát:</b>	Trnavský	Slovenská republika	
<b>IČ:</b>	309982		
<b>Sektor:</b>	Verejný sektor		

2. Identifikace malého projektu	
<b>Název malého projektu:</b>	Výstava tradičních krojů
<b>Zkrácený název (max. 15 znaků):</b>	Výstava krojů
<b>Kód žádosti o NFP:</b>	
<b>Kód výzvy:</b>	1/FMP/6c/I, N

<b>Operační program:</b>	<i>Interreg V-A Slovenská republika - Česká republika - Fond malých projektů</i>	
<b>Prioritní osa:</b>	<i>2 Kvalitní životní prostředí</i>	
<b>Konkrétní cíl:</b>	<i>2.1 Zvýšení atraktivnosti kulturního a přírodního dědictví pro obyvatele a návštěvníky přeshraničního regionu</i>	
<b>Oblast podpory:</b>	<i>094 Ochrana, rozvoj a podpora veřejných aktivit v oblasti kultury a kulturního dědictví</i>	
<b>Hospodářská činnost:</b>		
<b>Typ území:</b>		
<b>MP splňuje strategii kraje:</b>		
<b>Forma financování:</b>	<i>01 Nenávratný grant</i>	
<b>Identifikace příspěvku k principu udržitelného rozvoje:</b>		
<input checked="" type="checkbox"/>	<i>3. ochrana životního prostředí a podpora efektivního využití zdrojů</i>	
- <input type="checkbox"/>	<i>4. podpora udržateľnej dopravy a odstraňovanie prekážok v kľúčových sieťových infraštruktúrach</i>	

### 3. Místo realizace malého projektu

#### 3.1.1 Místo realizace malého projektu v České republice

<b>Region (NUTS II):</b>	<i>Střední Morava</i>
<b>Vyšší územní celek (NUTS III):</b>	<i>Zlínský kraj</i>
<b>Okres (NUTS IV):</b>	<i>Uherské Hradiště</i>
<b>Obec:</b>	<i>Uherské Hradiště</i>

#### 4.1 Stručný popis malého projektu

*Projekt je realizován za účelem přiblížení lidových oděvů z Uherskohradištska a Skalice. Cílem je přiblížit kulturu daného regionu široké veřejnosti a rozšířit informace o životě předků. Projekt také pomůže prohloubit partnerství mezi městy. Výstava bude realizována ve Slovákém muzeu v Uherském Hradišti.*

#### 4.2 Popis výchozího stavu a zdůvodnění potřeby realizace malého projektu

*Každé město má své kulturní dědictví, které je třeba zachovávat. Zájem o tradiční lidové kraje v současnosti roste a jsou stále živou součástí dnešního života. I když se dnes kroje již běžně nenosí, tak je můžeme potkat při různých slavnostních událostech jako jsou například hody, fašank či při církevních slavnostech jako je první svaté přijímání. Dříve měl tento oděv několik funkcí od praktické až po sváteční a vyjadřuje příslušnost k dané obci. Hlavním cílem výstavy je přiblížit funkce a rozdílnost těchto krojů a s tím i kulturu daného regionu.*

#### 4.3 Způsob realizace aktivit malého projektu

*Projekt bude realizován pomocí výstavy ve Slovákém muzeu v Uherském Hradišti.*

4.4 Cílová skupina
<i>Cílovou skupinou jsou všichni návštěvníci i obyvatelé Uherského Hradiště, kteří chtějí poznat kulturní dědictví nejen Uherského Hradiště ale také města Skalica, které leží na Slovensku.</i>

6. Harmonogram realizace aktivit			
Projektová aktivita	Začátek realizace aktivity	Konec realizace aktivity	Zapojení partnerů
<i>Řízení malého projektu</i>	<i>09.2018</i>	<i>10.2018</i>	
Projektová aktivita	Začátek realizace aktivity	Konec realizace aktivity	Zapojení partnerů
<i>Zabezpečení povinné publicity projektu</i>	<i>05.2018</i>	<i>08.2018</i>	
6.1 Aktivity malého projektu realizované ve vymezeném území (typ aktivity a projektovou aktivitu vybírejte pouze z rozevíracího seznamu)			
Typ aktivity:			
Projektová aktivita	Začátek realizace aktivity	Konec realizace aktivity	Zapojení partnerů
<i>A07 - Setkání pracovního týmu</i>	<i>05.2018</i>	<i>06.2018</i>	
Projektová aktivita	Začátek realizace aktivity	Konec realizace aktivity	Zapojení partnerů
<i>A09 - Prezentační a propagační aktivity ve vztahu k realizovanému objektu</i>	<i>06.2018</i>	<i>09.2018</i>	
Projektová aktivita	Začátek realizace aktivity	Konec realizace aktivity	Zapojení partnerů
<i>A06 - Tvorba a revitalizace muzejních nebo výstavních expozic přeshraničního charakteru</i>	<i>09.2018</i>	<i>10.2018</i>	

## 8.2 Rozpočet projektu

Rozpočet projektu se bude dělit na 3 kategorie podle formuláře žádosti na osobní náklady, cestovné a náklady na vybavení.

### Osobní náklady:

Autor výstavy	Zodpovídá za průběh přípravné fáze a za její realizaci po odborné stránce.	180 000 Kč
---------------	--	------------



Garant projektu	Odborný pracovník, který je zodpovědný za organizační stránku realizace projektu. Kontroluje a podepisuje předávací protokol u převzatých výstav a také za tyto exponáty zodpovídá.	180 000 Kč
Historik	Tvůrce textů, které budou na informačních cedulích u expozic a brožurách	150 000 Kč
Grafik	Vytvoření grafické části brožur a informačních cedulí	120 000 Kč
Švadleny	Švadleny se specializací na tradiční kroje v Uherském Hradišti a Skalici. Jejich náplní bude kontrola správnosti zapůjčených krojů, popřípadě ušití částí krojů.	100 000 Kč
Pracovníci muzea	Pracovníci muzea, kteří se budou starat o výstavu během jejího konání	36 000 Kč
Administrativní pracovník	Vypracování dohod pro externisty, předávací protokoly a další administrativní náležitosti	15 000 Kč
<b>Celkem</b>		<b>781 000 Kč</b>

#### Cestovní náklady:

Do cestovních nákladů je započítán export krojů ze Skalice na Slovensku do Uherského Hradiště a zpět. Města jsou od sebe vzdálena 35,8 km. Průměrná spotřeba byla stanovena na 0,80 Kč/1 km. Cena za export krojů bude tedy činit **57,28 Kč**.  $((0,80 * 35,8) * 2 = 57,28 \text{ Kč})$

#### Náklady na vybavení:

Na výstavě počítáme s cca 40 kroji, z nichž polovina bude z Uherského Hradiště a druhá polovina ze Skalice.

Výroba propagačních materiálů a informačních cedulí k expozicím (letáky, plakáty, brožury). Celkem informačních tabulí: 16 ks. Cena 1000 Kč/ks. (16 000 Kč) Letáčky a brožury: 500 ks. Cena 10 Kč/ks. (5 000 Kč) Plakáty: 50 ks. Cena 180Kč/ks. (9 000 Kč)	30 000 Kč
Zapůjčení lidových krojů Dámský kroj: 1400 Kč (14 ks krojů * 1400 Kč = 19 600 Kč) Pánský kroj: 680 Kč (14 ks krojů * 680 Kč = 9520 Kč) Dětský kroj: 600 Kč (12 ks krojů * 600 Kč = 7200 Kč)	36 320 Kč
Zapůjčení figurín 40 ks (100 Kč/ 1 figurína)	40 000 Kč
Další doplňkové expozice (bižuterie, šátky, květiny,...)	10 000 Kč
<b>Celkem</b>	<b>116 320 Kč</b>

**Celkové náklady** na výstavu budou činit **897 377, 28 Kč.** ( $781\,000 + 57,28 + 116\,320 = 897\,377,28$  Kč)

### 8.3 Riziková analýza

- Malá propagace výstavy
- Nízký zájem návštěvníků o výstavu
- Poškození krojů při přepravě
- Poškození expozic návštěvníky
- Špatné zacházení s kroji

Eliminace rizik:

- Snaha dostat výstavu do podvědomí návštěvníků Uherského Hradiště pomocí, letáčků a plakátů.
- Propagační materiál musí být lákavý (pestrobarevný tisk a zajímavý text na propagačních materiálech). Součástí výstavy může být i přehlídka ručního šití krojů či výroba tradičních výrobků z daného regionu. (výroba tradičního trdelníku ze Skalice, malování nádobí slováckými motivy...)
- Potřeba opatrného zacházení s kroji pouze pověřenými osobami.
- Zajištění ochranných prvků kolem expozic. Figuríny budou ve vitrínách či za oddělovacím lanem.

## 9 ZHODNOCENÍ A NÁVRHY

Uherské Hradiště bylo analyzováno ze tří hledisek. Tím prvním je situační analýza, dále analýza pomocí dotazníkového šetření a jako poslední byla sestavena SWOT analýza. V závěru byl pak vytvořen projekt pro rozvoj kulturního dědictví se spoluprací s partnerským městem na Slovensku Skalica.

Situační analýza byla vypracována pomocí obecných předpokladů pro rozvoj cestovního ruchu a dělí na tři kategorie: lokalizační, realizační a selektivní podmínky. Uherské Hradiště je i díky řece Moravě velmi bohaté na faunu i floru a její terén je velmi členitý. Vzhledem k tomuto členitému terénu je zde různorodé klima, avšak v průměru se teplota pohybuje okolo 8,7 – 9,3°C. V blízkosti města je pohoří Chřibů, chráněná krajinná oblast Bílé Karpaty, nebo například Buchlovské hory. Uherské Hradiště je městem historickým s lidovými tradicemi a bohatými kroji. Několikrát ročně se zde konají různé akce a festivaly, které každoročně přilákají několik tisíc návštěvníků.

V posledních letech se město potýká s nevyhovující dopravní infrastrukturou. Špatná je zde hlavně průjezdnost na silnicích a také nedostatečná síť MHD. Město se problém s MHD rozhodlo řešit již v roce 2017, kdy bylo odsouhlaseno zbudování nových zastávek a změnit by se měl také orientační a informační systém. Od této výstavby se očekává větší využití městské hromadné dopravy místními obyvateli a tím by se měla zlepšit i již zmíněná průjezdnost silnic. K roku 2018 mělo město celkem 24 hromadných ubytovacích zařízení. Co je ovšem velkým nedostatkem, je úplná absence pětihvězdičkových hotelů. Klientela, která si potrpí na luxusnější ubytování si zde může vybrat pouze mezi dvěma čtyřhvězdičkovými hotely.

Ke konci roku 2016 mělo Uherské Hradiště celkem 25 246 obyvatel, přičemž mužů bylo 11 943 a žen 13 303. Největší počet obyvatel byl ve věkovém rozmezí 15–64 let. Problémem města je ovšem v počtu obyvatel, kteří z města odchází. Toto číslo je o 57 osob vyšší než počet osob, kteří se sem stěhují. Naopak velmi pozitivní je míra nezaměstnanosti, která je ve srovnání se Zlínským krajem podprůměrná (3,34%).

Na základě dotazníkového šetření byly zhodnoceny největší přednosti a problémy rozvoje cestovního ruchu v Uherském Hradišti. Z 90 respondentů pocházelo přes 80 % přímo z Uherského Hradiště. Z čehož lze usuzovat, že návštěvnost turistů v Uherském Hradišti je mimo sezónu velmi nízká. Turisté zde většinou strávili pouze jeden den bez noclehu (60 %) za cílem sportovních aktivit (52,6%). Největším nedostatkem podle respondentů se

s převahou stal nedostatek parkovacích míst (61,1 %). V otevřené otázce pak respondenti zmínili i nedostatečné informování občanů a různých událostech, které se ve městě konají, absenci velkého nákupního centra či výskyt bezdomovců, drogově závislých osob a kriminalitu. Naopak největší předností Uherského Hradiště je podle respondentů kulturní využití. Ve městě můžeme muzea, galerie, kino i divadlo, avšak největším lákadlem jsou letní akce a festivaly, které sem přitahují spousty turistů. Jen letní filmové školy se v minulém roce zúčastnilo 6000 akreditovaných osob. V hodnocení služeb si nejlepší výsledek odneslo sportovní využití. Nejhorší pak kvalita dopravy, která byla řešena již v situační analýze a respondenti jen potvrdili, že je stávající dopravní situace opravdu nevyhovující.

Do dotazníkového šetření bylo zapojeno i hodnocení městského informačního centra. Respondenti nejpozitivněji ohodnotili umístění informačního centra, které se nachází na Masarykově náměstí, tedy přesně v srdci Uherského Hradiště. Avšak nejhůře dopadla viditelnost označení TIC. I když je informační centrum na hlavním městském náměstí, tak jeho vchod je schován uvnitř historické budovy, která dříve sloužila jako jezuitská kolej. Městské informační centrum by tedy mělo více zviditelnit své označení, jako je například polep okna, které je umístěno směrem na Masarykovo náměstí, či výraznější cedule s označením.

Další kapitola je věnována SWOT analýze, která byla sestavena pomocí situační analýzy, dotazníkového šetření a dalších informací, které byly zjištěny o Uherském Hradišti a jsou součástí praktické části této práce. Silnou stránkou je dle předchozích analýz sportovní a kulturní využití ve městě či nízká nezaměstnanost. U slabých stránek je uveden nedostatek parkovacích míst, špatná dopravní infrastruktura nebo nedostatečná čistota ve městě. Tyto faktory však můžeme ve větší či menší míře ovlivnit. Dolní část matice znázorňuje externí vlivy, jako jsou odběratelé, dodavatelé, veřejnost, konkurence apod. Příležitostí města je určitě navazování spolupráce s partnerskými městy či blízkost významného poutního místa Velehrad. Velkou hrozbou města je pak blízkost větších konkurenčních míst jako je Zlín či Brno.

Hlavní částí diplomové práce je návrh řešení pro rozvoj cestovního ruchu. Zde byl vypracován projekt, který rozvíjí silnou stránku Uherského hradiště – živé tradice. Tento projekt byl vytvořen pomocí výzvy Kvalitní životní prostředí, kterou zprostředkovává euroregion Bílé Karpaty. Hlavní náplní projektu byla výstava tradičních lidových krojů z Uherského Hradiště spolu s partnerským městem na Slovensku – Skalice.

## ZÁVĚR

Uherské Hradiště bylo postaveno na křižovatce obchodních cest jako pevnostní město, které mělo bránit nájezdům Uhrů. Tento potenciál města podpořil i bažinatý terén kolem města. Kámen potřebný k výstavbě hradeb získalo město z pozemků velehradského kláštera, avšak to vedlo ke sporům. Proto město od kláštera odkoupilo část pozemků (území dnešních Mařatic) a postavili si zde kamenolom. Již první, avšak nepodložená, zmínka o vpádu vojsk je již z roku 1304. Město muselo ještě mnohokrát čelit nájezdům sousedních vojsk, avšak i tak se podařilo zachovat části původních hradeb, které můžeme vidět i v současnosti [2].

Centrum města ještě mnohokrát změnilo svůj vzhled. Na dolním náměstí (dnešní Masarykovo náměstí) časem vymizely domy, které stály na jihovýchodní straně. Místo nich byla postavena budova v socialistickém realismu (budova dnešní pošty) a obchodní dům (WEWE). V tomto obchodním domě byly poprvé použity pojízdné schody. V prostoru dnešního Zelného trhu se nacházela stoka Rechla, která však byla později zasypaná. V současnosti zdobí střed Zelného trhu secesní litinová kašna, která sem byla přenesena z Palackého náměstí. I Mariánské náměstí zaznamenalo několik změn. Mnoho domů bylo zbouráno či přestavěno. Dnes náměstí zdobí barokní kašna a morový sloup [2].

Diplomová práce byla zaměřena na problémy rozvoje cestovního ruchu v Uherském Hradišti. Práce je rozdělena do devíti kapitol. Teoretická část práce obsahuje úvod, metodiku zpracování a cíl diplomové práce, teoretické východisko cestovního ruchu a koncepci politiky cestovního ruchu na období 2014–2020. V praktické části je vypracována charakteristika města se současnou situační analýzou. Dále bylo vypracováno dotazníkové šetření, kde vybraní respondenti zhodnotili největší nedostatky a přednosti Uherského Hradiště. Z těchto získaných informací o městě pak byla sestavena SWOT analýza. Jako návrh řešení pro rozvoj cestovního ruchu byl vypracován projekt podle výzvy Kvalitní životní prostředí, která spadá pod euroregion Bílé Karpaty.

## SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

### Knižní zdroje:

- [1] DROBNÁ, Daniela a Eva MORÁVKOVÁ. *Cestovní ruch: pro střední školy a pro veřejnost*. 2. vyd. Praha: Fortuna, 2010. ISBN 978-80-7373-079-6.
- [2] ČOUPEK, Jiří a kol. *Uherské Hradiště – královské město na řece Moravě*. 1. vyd. Uherské Hradiště: Město Uherské Hradiště, 2007, 490 s. ISBN 978-80-239-9873-3.
- [3] ČOUPKOVÁ, Jaromíra a Blanka RAŠTICOVÁ. *Zmizelá Morava – Uherské Hradiště*. 1. vyd. Praha: Paseka, 2008. 64 s. ISBN 978-7185-943-7.
- [4] FLETCHER, John. *Tourism: principles and practice*. 5th ed. Harlow: Pearson, 2013, 643 s. ISBN 978-0-273-75827-3.
- [5] HALL, C. Michael. *Tourism planning: Policies, Processes and Relationships*. 2nd ed. Canada: Pearson education Canada, 2008, 320 s. ISBN 978-0-13-204652-7.
- [6] HESKOVÁ, Marie et.al. *Cestovní ruch pro vyšší odborné školy a vysoké školy*. Praha: Fortuna, 2006. ISBN 80-7168-948-3.
- [7] INDROVÁ, Jarmila. *Cestovní ruch*. 2. přepracované vyd. Praha: Oeconomica, 2009, 121 s. ISBN 978-802-4515-694.
- [8] KOTÍKOVÁ, Halina a Eva SCHWARTZHOFFOVÁ. *Cestovní ruch*. 1. vyd. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2017, 154 s. ISBN 978-80-244-5189-3.
- [9] JANČÁŘ, Josef, Aleš HOLÝ a Petr TITZ. *Královské město Uherské Hradiště. Obnova historického jádra 1990-2000*. 1. vyd. Uherské Hradiště: Studio 5, v.o.s., 2002, 202 s. ISBN 80-238-9865-5.
- [10] MARIOT, Peter. *Geografia cestovného ruchu*. Bratislava: VEDA vydavateľstvo Slovenskej akadémie vied, 1983, 248 s., [16] s. fot. příl.
- [11] ORIEŠKA, Ján. *Služby v cestovním ruchu*. 1. vyd. Praha: Idea servis, 2010. ISBN 978-80-85970-68-5.
- [12] PLZÁKOVÁ, Lucie a Petr STUDNIČKA. *Řízení cestovního ruchu v České republice – minulost, současnost, budoucnost*. 1. vyd. Praha: WoltersKluwer, 2014, 204 s. ISBN 978-80-7478-593-1.

- [13] RYGLOVÁ, Kateřina a Eva MORÁVKOVÁ. *Cestovní ruch: soubor studijních materiálů*. 3. rozšířené vyd. Ostrava: KeyPublishing, 2009, 187 s. ISBN 978-807-4180-286.
- [14] SHACKLEY, Myra. *Atlas of Travel and Tourism Development*. 1st ed. Routledge, 2006, 208 s. ISBN 978-0-7506-6368-9.
- [15] TOUŠEK, Václav, KUNC, Josef, VYSTOUPIL, Jiří a kol. *Ekonomická a sociální geografie*. Plzeň: Aleš Čeněk, 2008, 411 s. ISBN 978-80-7380-114-4.
- [16] VANÍČEK, Jiří a Vladimír KŘEŠŤAN. *Marketing cestovního ruchu*. Praha: MMR ČR – Vysoká škola polytechnická Jihlava, 2007, 55s. ISBN 978-80-7248-870-4.

#### Internetové zdroje:

- [17] A.T.I.C. ČESKÉ REPUBLIKY. Jednotná klasifikace turistických informačních center. *aticcr.cz* [online]. ©2013 [cit. 2018-02-20]. Dostupné z: [http://www.aticcr.cz/vismo/zobraz\\_dok.asp?id\\_org=200039&id\\_ktg=1087&n=jednotna-klasifikace-turisticky-ch-informacnich-center-cr&p1=1916](http://www.aticcr.cz/vismo/zobraz_dok.asp?id_org=200039&id_ktg=1087&n=jednotna-klasifikace-turisticky-ch-informacnich-center-cr&p1=1916)
- [18] A.T.I.C. ČESKÉ REPUBLIKY. Logo ATIC a grafický manuál. *aticcr.cz* [online]. ©2013 [cit. 2018-02-20]. Obrázek ve formátu JPG. Dostupné z: <http://www.aticcr.cz/logo-atic-ke-stazeni/ms-1774/p1=1774>
- [19] BARTONÍČEK, Radek. Má titul nejhezčí nádraží. Dřív se ale stanici v Uherském Hradišti smáli. *zlin.idnes.cz*. [online]. ©1999-2018 [cit. 2017-02-28]. Dostupné z: [https://zlin.idnes.cz/ma-titul-nejhezci-nadrazi-driv-se-ale-panici-v-uherskem-hradisti-smali-1m9-/zlin-zpravy.aspx?c=A110621\\_1606667\\_zlin-zpravy\\_toihttps://zlin.idnes.cz/ma-titul-nejhezci-nadrazi-driv-se-ale-panici-v-uherskem-hradisti-smali-1m9-/zlin-zpravy.aspx?c=A110621\\_1606667\\_zlin-zpravy\\_toi](https://zlin.idnes.cz/ma-titul-nejhezci-nadrazi-driv-se-ale-panici-v-uherskem-hradisti-smali-1m9-/zlin-zpravy.aspx?c=A110621_1606667_zlin-zpravy_toihttps://zlin.idnes.cz/ma-titul-nejhezci-nadrazi-driv-se-ale-panici-v-uherskem-hradisti-smali-1m9-/zlin-zpravy.aspx?c=A110621_1606667_zlin-zpravy_toi)
- [20] CENTRÁLA CESTOVNÍHO RUCHU - VÝCHODNÍ MORAVA. Úvodní strana. *ccrvvm.cz* [online]. ©2018 [cit. 2018-03-30]. Dostupné z: <http://www.ccrvm.cz/>
- [21] CENTRÁLA CESTOVNÍHO RUCHU - VÝCHODNÍ MORAVA. Návštěvnost referenčních turistických cílů v roce 2017. *ccrvvm.cz* [online]. ©2018 [cit. 2018-03-30]. Dostupné z: <http://www.ccrvm.cz/doc/navstevnost-referencnich-turisticky-ch-cilu-v-roce-2017>

- [22] CZECH TOURISM. Návštěvnost turistických cílů 2016. *czechtourism.cz* [online]. © 2005–2017 [cit. 2018-02-8]. Dostupné z: [Mhttp://www.czechtourism.cz/institut-turismu/marketingovy-vyzkum/infografiky/navstevnost-turisticky-ch-cilu-2016/](http://www.czechtourism.cz/institut-turismu/marketingovy-vyzkum/infografiky/navstevnost-turisticky-ch-cilu-2016/)
- [23] ČERMÁKOVÁ, Hana. Význam cestovního ruchu pro ekonomiku České republiky. [online]. © 1999-2015 [cit. 2017-02-03]. Dostupné z: [http://www.cestovni-ruch.cz/results/zobraz\\_prispevek.php?id\\_prispevek=3083](http://www.cestovni-ruch.cz/results/zobraz_prispevek.php?id_prispevek=3083)
- [24] ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD. Nezaměstnanost ve Zlínském kraji k 31.5.2017. *czso.cz* [online]. © 2017 [cit. 2018-03-30]. Dostupné z: <https://www.czso.cz/csu/xz/nezamestnanost-ve-zlinskem-kraji-k-31-5-2017>
- [25] ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD. Uchazeči o zaměstnání v evidenci ÚP a pracovní místa v evidenci ÚP. *vdb.czso.cz*. [online]. ©2018 [cit. 2017-03-31]. Dostupné z: <https://vdb.czso.cz/vdbvo2/faces/cs/index.jsf?page=vystup-objekt-vyhledavani&bkvt=dWhlcNnrw6kgaHJhZGnFoXTEmw..&vyhltext=uhersk%C3%A9+hrad%C5%A1t%C4%9B&katalog=all&pvo=ZAMD001a>
- [26] ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD. Pohyb obyvatelstva (absolutní údaje) podle regionů soudržnosti, krajů a okresů. *vdb.czso.cz*. [online]. ©2017 [cit. 2017-03-31]. Dostupné z: <https://vdb.czso.cz/vdbvo2/faces/cs/index.jsf?page=vystup-objekt-vyhledavani&bkvt=dWhlcNnrw6kgaHJhZGnFoXTEmw..&vyhltext=uhersk%C3%A9+hrad%C5%A1t%C4%9B&katalog=all&pvo=DEMD130062-1-1>
- [27] ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD. Hosté a přenocování v hromadných ubytovacích zařízeních. *vdb.czso.cz*. [online]. ©2017 [cit. 2017-03-31]. Dostupné z: [https://vdb.czso.cz/vdbvo2/faces/cs/index.jsf?page=vystup-objekt-vyhledavani&bkvt=dWhlcNnrw6kgaHJhZGnFoXTEmw..&vyhltext=uhersk%C3%A9+hrad%C5%A1t%C4%9B&katalog=31743&skupId=1330&pvo=CRU03a&str=v288&u=v288\\_\\_VUZEMI\\_\\_101\\_\\_40835#w=](https://vdb.czso.cz/vdbvo2/faces/cs/index.jsf?page=vystup-objekt-vyhledavani&bkvt=dWhlcNnrw6kgaHJhZGnFoXTEmw..&vyhltext=uhersk%C3%A9+hrad%C5%A1t%C4%9B&katalog=31743&skupId=1330&pvo=CRU03a&str=v288&u=v288__VUZEMI__101__40835#w=)
- [28] ČEVELOVÁ, Magdalena. SWOT analýza: Jak a hlavně proč ji sestavit. *cevelova.cz* [online]. ©2011 [cit. 2017-03-25]. Dostupné z: <https://www.cevelova.cz/proc-swot-analyza/>



- [29] Č.O.B – SLÉVÁRNA BEŇOV. Zajímavé realizace. *slevarna-cob.cz*. [online]. ©2018 [cit. 2017-03-25]. Obrázek ve formátu JPG. Dostupné z: <http://www.slevarna-cob.cz/fotogalerie-pametni-desky-znaky-medaile?id=3&action=detail&oid=3193881&nid=12038>
- [30] ECKHARDOVÁ, Jana. Příležitost nebo hrozba? SWOT analýza. *malamarketingova.cz* [online]. ©2014 [cit. 2017-03-25]. Dostupné z: <http://www.malamarketingova.cz/swotanalyza.html>
- [31] EUROREGION BÍLÉ KARPATY. O nás. *Regionbilekarpaty.cz* [online]. ©2015 [cit. 2018-04-14]. Dostupné z: <http://www.regionbilekarpaty.cz/wp/o-nas/>
- [32] EUROREGION BÍLÉ KARPATY. Ke stažení. *Regionbilekarpaty.cz* [online]. ©2015 [cit. 2018-04-14]. Dostupné z: <http://www.regionbilekarpaty.cz/wp/fond-malych-projektu-2014-2020/ke-stazeni/>
- [33] MANAGEMENT MANIA. Dotazník (Questionnaire). *managementmania.cz*. [online]. ©2011-2016 [cit. 2017-01-25]. Dostupné z: <https://managementmania.com/cs/dotaznik>
- [34] MASARYKOVA UNIVERZITA. Socioekonomické geografie České republiky. *is.muni.cz* [online]. © 2013 [cit. 2018-02-8]. Dostupné z: <https://is.muni.cz/do/rect/el/estud/pedf/js13/geograf/web/pages/08-cestovni-ruch.html>
- [35] M.I.C. UHERSKÉ HRADIŠTĚ. Stravování. *uherske-hradiste.cz* [online]. ©2011 [cit. 2017-03-25]. Dostupné z: <http://www.uherske-hradiste.cz/search/stravovani/?limit=100&page=1>
- [36] M.I.C. UHERSKÉ HRADIŠTĚ. Ubytování. *uherske-hradiste.cz* [online]. ©2011 [cit. 2017-03-25]. Dostupné z: <http://www.uherske-hradiste.cz/search/ubytovani/>
- [37] M.I.C. UHERSKÉ HRADIŠTĚ. Naše akce/projekty. *uherske-hradiste.cz* [online]. ©2011 [cit. 2017-03-25]. Dostupné z: <http://www.uherske-hradiste.cz/onas/18764/>
- [38] MMR ČR. Koncepce státní politiky cestovního ruchu v ČR na období 2014- 2020. *mmr.cz* [online]. ©2012 [cit. 2018-02-06]. Dostupné z: <http://www.mmr.cz/getmedia/f7a85cc9-6e8d-4d23-859d-8d7b1f03e244/SEA-KCR-finalni-verze>

- [39] MORAVSKÉ VINAŘSKÉ STEZKY. Schéma stezek a vinařských oblastí. *stezky.cz*. [online]. ©1996-2018 [cit. 2017-02-28]. Obrázek ve formátu JPG. Dostupné z: <http://www.stezky.cz/o-nas>
- [40] OUR MEDIA, A.S. CzechTourism: Návštěvnost turistických cílů vloni rostla. *parlamentnilisty.cz*. [online]. ©2009-2018 [cit. 2017-03-25]. Dostupné z: <https://www.parlamentnilisty.cz/zpravy/tiskovezpravy/CzechTourism-Navstevnost-turisticky-cilu-vloni-rostla-491888>
- [41] UHERSKÉ HRADIŠTĚ. Základní informace o městě. *mesto-uh.cz*. [online] [cit. 2017-03-25]. Dostupné z: <http://www.mesto-uh.cz/zakladni-informace-o-meste>
- [42] UHERSKÉ HRADIŠTĚ. Partnerská města. *mesto-uh.cz*. [online] [cit. 2017-03-25]. Dostupné z: <http://www.mesto-uh.cz/partnerska-mesta>
- [43] ZLÍNSKÝ KRAJ. Kulturní a turistické dominanty jednotlivých okresů. *kr-zlinsky.cz* [online]. [cit. 2018-03-9]. Dostupné z: <https://www.kr-zlinsky.cz/kulturni-a-turisticke-dominanty-jednotlivych-okresu-cl-160.html#rozumim>
- [44] ZLÍNSKÝ KRAJ. Aktualizace programu rozvoje cestovního ruchu Zlínského kraje 2015-2020. *kr-zlinsky.cz*. [online]. ©2014 [cit. 2017-03-31]. Dostupné z: <https://www.kr-zlinsky.cz/aktualizace-programu-rozvoje-cestovniho-ruchu-zlinskeho-kraje-2015-2020-cl-3525.html>
- [45] ZNALECKÝ ÚSTAV. Statistické informace: Uherské Hradiště. *Odhadonline.cz* [online]. ©2008-2018 [cit. 2017-03-31]. Dostupné z: <https://www.odhadonline.cz/odhad-statistika-kriminalita-nezamestnanost-prumerna-mzda-nemoci-znalecky-posudek-odhadce-znalec-obec-uherske-hradiste-okr-uherske-hradiste/#nezamestnanost>

**SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK**

AČFK	Asociace českých filmových klubů
A.T.I.C.	Asociace turistických informačních center.
CR	Cestovní ruch
ČR	Česká republika.
LFŠ	Letní filmová škola
M.I.C	Městské informační centrum.
RBK	Region Bílé Karpaty
T.I.C	Turistické informační centrum.
Nár..	Národního

.

**SEZNAM OBRÁZKŮ**

Obrázek 1: Vinařské stezky na Moravě [39] .....	15
Obrázek 2: Model města z roku 1670 [29] .....	31
Obrázek 3: logo A.T.I.C. [18].....	32
Obrázek 4: Nádraží v Uherském Hradišti [19] .....	40
Obrázek 5: Vývoj nezaměstnanosti v Uherském Hradišti [45] .....	42
Obrázek 6: Euroregion Bílé Karpaty [31].....	53

**SEZNAM TABULEK**

Tabulka 1: Vliv cestovního ruchu na vybraná odvětví nár. hospodářství (2010) [38] .....	22
Tabulka 2: Návštěvnost turistických cílů ve Zlínském kraji 2017 [21].....	34
Tabulka 3: Návštěvnost vybraných atraktivit v Uherském Hradišti 2017.....	35
Tabulka 4: Hosté a přenocování v hromadných ubytovacích zařízeních [27].....	40
Tabulka 5: Počet restauračních zařízení v Uherském Hradišti [35] .....	41
Tabulka 6: Počet responzí a jejich podíl podle věku respondentů.....	44
Tabulka 7: Nedostatky v Uherském Hradišti.....	47
Tabulka 8: Hodnocení služeb v Uherském Hradišti .....	49
Tabulka 9: Hodnocení TIC .....	50

**SEZNAM GRAFŮ**

Graf 1: Pohlaví respondentů .....	43
Graf 2: Složení respondentů podle věku .....	44
Graf 3: Rozdělení respondentů podle bydliště.....	45
Graf 4: Délka pobytu návštěvníků .....	45
Graf 5: Cíl návštěvy .....	46
Graf 6: Nedostatky v Uherském Hradišti .....	47
Graf 7: Přednost Uherského Hradiště .....	49
Graf 8: Návštěva TIC Uherské Hradiště.....	50

